

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN  
KONSUMEN UNTUK MENJADI NASABAH BANK  
MUAMALAT CABANG PLAJU PALEMBANG**



**Skripsi Oleh :**

**NOVITA SARI**

**01081001081**

**Manajemen**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih*

*Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**2012**

658.83407

Nov

P  
2012

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN  
KONSUMEN UNTUK MENJADI NASABAH BANK  
MUAMALAT CABANG PLAJU PALEMBANG**



**Skripsi Oleh :**

**NOVITA SARI**

**01081001081**

**Manajemen**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih*

*Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**2012**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
INDERALAYA**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**NAMA : NOVITA SARI  
NIM : 01081001081  
JURUSAN : MANAJEMEN  
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI :**

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
UNTUK MENJADI NASABAH BANK MUAMALAT CABANG PLAJU  
PALEMBANG**

**PEMBIMBING SKRIPSI**

**TANGGAL PERSETUJUAN**

**DOSEN PEMBIMBING**



**Tanggal : 14 Desember 2012**

**Ketua : \_\_\_\_\_**

**Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc**

**NIP. 195512281981021002**

**Tanggal : 14 Desember 2012**

**Anggota : \_\_\_\_\_**



**Drs. H. Syarnubi H.M Sayid**

**NIP. 195009061980121001**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
FAKULTAS EKONOMI  
INDERALAYA**

**TANDA PERSETUJUAN PANITIA UJIAN KOMPREHENSIF**

**NAMA : NOVITA SARI  
NIM : 01081001081  
JURUSAN : MANAJEMEN  
MATA KULIAH : MANAJEMEN PEMASARAN  
JUDUL SKRIPSI :**

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
UNTUK MENJADI NASABAH BANK MUAMALAT CABANG PLAJU  
PALEMBANG**

**Telah diuji coba di depan panitia ujian komprehensif pada tanggal 19  
Desember 2012 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.**

**Panitia Ujian Komprehensif  
Inderalaya, 19 Desember 2012**

**Ketua,**

**Anggota,**

**Anggota,**



**Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc   Drs. H. Syarnubi H.M. Sayid   Welly Nailis, SE, MM  
NIP 195512281981021002   195009061980121001   197407102008011011**

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen,**



**Dr. Mohamad Adam, S.E, ME  
NIP 196706241994021002**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI/TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Novita Sari  
Nim : 01081001081  
Jurusan : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul :

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN  
UNTUK MENJADI NASABAH BANK MUAMALAT CABANG PLAJU  
PALEMBANG**

Pembimbing,

Ketua : Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc

Anggota : Drs. H. Syarnubi H.M. Sayid

Tanggal ujian: 19 Desember 2012

Adalah benar-benar hasil karya saya dibawah tim pembimbing. Isi Skripsi ini tidak ada hasil karya orang lain yang saya salin keseluruhan atau sebagian tanpa menyebutkan sumber aslinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan, termasuk pembatalan gelar kesarjanaannya.

Inderalaya, 19 Desember 2012

Yang memberi pernyataan,



Novita sari

NIM. 01081001081

## SURAT PERNYATAAN

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa abstraksi skripsi dari mahasiswa :

Nama : Novita Sari

NIM : 01081001081

Jurusan : Manajemen

Judul : PENGARUH FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN  
KONSUMEN UNTUK MENJADI NASABAH BANK MUAMALAT  
CABANG PLAJU PALEMBANG.

Telah kami periksa cara penulisan, *grammer*, maupun susunan *tensesnya* dan kami setuju  
untuk ditempatkan pada lembar abstraksi.

Inderalaya, 12 Desember 2012

Pembimbing Skripsi

Ketua,

Anggota,

  
Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc

NIP 195512281981021002

  
Drs. H. Syarnubi H.M. Sayid

NIP 195009061980121001

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**“Dan janganlah kamu campur adukkan kebenaran dengan kebatilan, dan janganlah kamu sembunyikan kebenaran, sedangkan kamu mengetahuinya”(Al-Baqarah : 42)**

**“ . . .Dia (Allah SWT) memberimu pendengaran, penglihatan dan hati (untuk manusia mengambil hikmah) agar kamu bersyukur (An-Nahl : 78)**

**“ . . . Dan berbuat baiklah kepada kedua orang tua, kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin. Dan bertutur katalah yang baik kepada manusia, laksanakanlah shalat dan tunaikanlah zakat...” (Al-Baqarah : 83)**

**“Berikanlah kebaikan kepada semua orang, jangan membuat kerusakan di Lingkungan, dan hiasilah hidupmu dengan penuh keceriaan, kesabaran dan kesuksesan ☺” (Penulis)**

**Kupersembahkan Untuk :**

**Allah SWT , Rabb Semesta Alam, Pemilik Segala Takdir yang menjadikan aku ada, kedua orang tuaku, dan keluargaku Tercinta,**

**Sahabat sekaligus Saudara/I ku Tersayang,**

**Almamater ku.**

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul "**Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menjadi Nasabah Bank Muamalat cabang Plaju Palembang**". Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Skripsi ini membahas mengenai bagaimana pengaruh variabel faktor sosial yaitu kelompok acuan, keluarga, peran dan status terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah Bank Muamalat cabang Plaju Palembang. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu sudah sepatutnya pula penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dosen pembimbing yaitu Bapak **Drs. H. Ahmad Widad, M.Sc** dan Bapak **Drs. H. Syarnubi H.M. Sayid** yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak **Dr. Mohamad Adam, S.E, M.E** sebagai Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Inderalaya.
3. Bapak **Welly Nailis, SE, MM** sebagai Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Inderalaya.
4. **Para dosen penguji** yang telah membantu memberikan kritik dan saran.
5. **Kedua orang tua** saya yang tercinta yang selama ini telah memberikan motivasi positif dan pendanaan.

Inderalaya, 12 Desember 2012

Novita sari

## **ABSTRAK**

### **Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menjadi Nasabah Bank Muamalat**

Penelitian ini merupakan survey yang dilakukan pada nasabah Bank Muamalat yang berada di Plaju dengan judul Pengaruh Faktor sosial terhadap keputusan Konsumen Untuk menjadi Nasabah Bank Muamalat cabang plaju Palembang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kelompok acuan, keluarga, peran dan status terhadap keputusan Konsumen untuk menjadi nasabah Bank Muamalat.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yaitu melalui penyebaran kuisisioner, dengan total responden sebanyak 80 orang. Alat analisis yang digunakan ialah dengan pengujian secara parsial yaitu uji T dan pengujian secara simultan yaitu uji F, serta Analisis Regresi. Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa Faktor Sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah Bank Muamalat dimana faktor yang memiliki pengaruh paling dominan adalah variabel Peran dan status.

**Kata kunci:** *Keputusan Konsumen, Kelompok Acuan, Keluarga, Peran dan status*

## **ABSTRACT**

### **Influence of Social Factors Toward Consumer Decision To Become a Client Bank Muamalat**

*This study is a survey conducted on client Bank Muamalat that reside in Plaju areas, the title of the study is the influence of Influence of Social Factors towards consumer decision to become a client Bank Muamalat. The purpose of this study was to determine the effect of Reference Group, Family, Roles and Status towards consumer decisions to become a client Bank Muamalat.*

*Data collection method used in this study is quantitative method through dissemination of questionnaire with total respondents of 80 people. Analysis tools used are partial test using T test, simultaneous test using f test, and regression analysis. The result shows that social factors has significant effect towards consumer decision to become a client Bank Muamalat where the factor that has the most dominant effect is Roles and Status*

**Keywords :** *Reference Group, Family, Roles and Status, Consumer Decision.*

## ☺Kenang-kenangan Tanda Terima kasih☺

Hidup itu adalah sebuah cerita perjalanan, dari setiap cerita selalu ada orang-orang yang menorehkan warna-warnanya, dan juga tidak lepas dari skenario-Nya yang selalu terselip hikmah (Alhamdulillah). Untuk itu, sebagai pengingat dan ungkapan syukur, penulis merasa berkewajiban untuk menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT, sebaik-baiknya tempat memohon yang tak pernah mengecewakan hamba-Nya.
2. Keluargaku (Ibu Siti Hawa dan Bapak Iwan Hermawan, Kakakku Zainuri, Zulkifli, Johan, Cek Yunidar dan Adikku Muhammad Wahyudi, Mery Melinda, Yuhana), salah satu nikmat yang paling baik adalah ketika Allah menakdirkan kita sebagai keluarga, Allah memberikan Rahmat-Nya melalui ketulusan cinta dan kasih sayang kalian.
3. Keluarga Besar Mushola Al-Iqtishaad FE UNSRI dan B.O Ukhurwah/B.O I-Cost {Akhwat ; Mb Esty, Mb Purnama, Mb Lisa , Mb Tia, Mb Ari, Mb Ade, Mb Laily, Mb Nita, Mb Tari, Mb Novi, Mb Uni Immah, Mb Yusi, Mb Lily, Mb Evi, Mb Uun, Mb Putri, Mb Ratih, Mb Devi, Mb Ina, Nia EP, Puti EP, Rahmi EP, Desti EP, Lia EP, Sari AK, Yuli AK , Stevani AK, Sonia AK, Nissa AK, Oktavia AK, Dek Winda, Dek Dian, Dek Wulan, Dek Muna, Dek Grace, Dek Dila Ekstension, Dek Sonia, Dek Novi, Dek Sisna dan ukhti2 yang afwan kalau namanya lupa dicantumkan. Ikhwan ; Kak Efran, Kak Nedi, Kak Yusuf, Kak Andre, Kak Yezi, Kak Fitra, Kak Febri, Kak Jasman, Kak Dani, Kak Adiet, Kak Mu'iz, Kak Masma, Kak Iwan, Kak A'am, Kak Abi, Kak Boy, Arwin, Joko, Pongkuh, Febri, ferry, Jali, Bobby, Hamdan, Rudi, Yofan, Firman, dan lain-lain yang tidak

sempet disebutin satu persatu} semoga sukses dan barokah, di lingkungan manapun, bersama siapapun, melalui media apapun, sebesar apapun bentuk amalnya, tetap dimantapkan hati dan berusaha menyebarkan kebaikan. Aamiin.. Fight! ☺

4. Sahabat-sahabatku yang mengiringi perjalananku selama kuliah di Manajemen, FE UNSRI (diabsen dulu ya..) : Debby, Indah, Islahmia, Masroito Hasibuan (sebentar tapi telah menorehkan kenangan ☺), Melisa, Nurin Ruwani, Puput Fatimah, Ria Angraeni, Vinny Dwi Melliny. Terima kasih telah mengisi hari-hari Novita sehingga berarti, berkesan, bahagia dalam hidup ini... Tetap jaga komunikasi ya sahal ...☺
5. Sahabat-sahabatku yang ada di jurusan Akuntansi, hadir menorehkan kenangan selama kuliah : Murni Oktarina, Fitriyani, Rozni, Anugerah Muji Esa, Rikki Hamzah (walaupun sebentar tapi telah memberikan *support*), Nita Aprilia, Rani S, Ribda L, Rizki Agusti H, Reswadia, Atika, Tika H, Norma, dan Sundari, Atika
6. Kawan-kawan Se-Manajemen Pemasaran '08 (Agus, Aurora, Cecilia, Cindy, Desi, Dimas, Hanifah, Jacqline, Kms. Reza, Kurnia, Meika, M. Febriansyah, M. Ramadhi, M. Syafran, Nehemia, Okki, Pratiwi, Ratih, Reta, Surya, Taufik, Tefhan)
6. Kawan seperjuangan menyusun Skripsi : Elita Sari yang telah membantu dan memberi semangat. Semoga keakraban kita tetap terjaga selamanya.
7. Kawan-kawan Se'Manajemen FE UNSRI Inderalaya (Temen2 Seangkatan, Kakak & Adek Tingkat, Temen-temen IKAMMA), Abror M, Afrizal, Angela, Astriana, Ayu M, Basuki, Dedek, Dera, Dinda, Eko, Endah, Erli, Fida, Finessa, Fidelia, Hanan, Herlina, Ima,

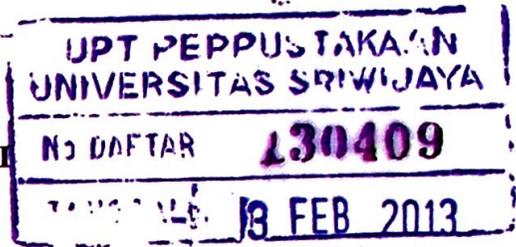
Issac, Janeke, Joy, Khotim, Laksmi, Lili A, Lili Nur, Marintan, Meita, Mistari Ulfa, M. Dendy, M. Reza F, M. Ridyanto, M. Septi, Nanda, Nuari, Rina, Riyana (alm), Rosida, Roy, Ryan Asri, Shandy A, Septiana, Sutrisno, Syahran, Wahyu H, Wahyu R, Widya Vena, Yudi, Yuniar, dan semua rekan yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang sedikit atau banyak sudah membantu atau yang turut hadir selama masa perkuliahanku di FE UNSRI tercinta ini)

8. **Seluruh Dosen** yang pernah mengajariku (Pak Islah, Bu Tini, Pak Yuliansyah, Pak Kosasih, Pak Dian, Pak Welly, Bu Nofi, Pak Widad, Pak Syarnubi, Pak Nazar, Pak Zakaria, Bu Desy, Pak Mahyunar, Pak Agung, Pak Irwan, Bu Chairani, Bu Wita, Pak Reza, Pak Thamrin, Pak Adi, Pak Gani, Bu Rusmiati, dan sebagainya), Mb Ninil yang sudah banyak dibikin repot (semoga Kepayahan Mb berbuah Nikmat), Yuk Ika, Kak Eka, Kak Hendri, Kak Udin, Bapak yang suka bersih2 FE dan Mushola FE, Bapak-bapak Perpustakaan dan para pegawai maupun staff, pokoknya **seluruh civitas akademika FE UNSRI Inderalaya.**

9. **Seluruh Sahabat dan rekan-rekanku SD N 367, SMP N 15, SMA N 8 Palembang, yang berada di luar FE UNSRI, yang berada di Organisasi Internal dan Eksternal Kampus (Kak Yoe, Kak Kholis, Kak Anas, Yuk Eva, Cek Yam, Mb Lusi, Mb Endang, Mb Karima, Sumita, Nurliana atas semangat yang telah diberikan)**

Terima kasih atas motivasi, inspirasi positif, dan bantuannya.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan yang telah dilakukan dengan kebaikan yang lebih berkah dan senantiasa memberi rahmat dan hidayah-Nya kepada kita Semua



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	i
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PANITIA UJIAN KOMPREHENSII.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN LEMBAR PERSETUJUAN ABSTRAKSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
UCAPAN TERIMA KASIH DAFTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii

## BAB 1

PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....

2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Konsep Jasa.....	13
2.1.1.1 Karakteristik Jasa.....	14
2.1.1.2 Klasifikasi Jasa.....	15
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	16

2.1.2.1 Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	16
2.1.2.2 Pengambilan Keputusan Konsumen.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Konseptual.....	25

Halaman

<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	26
3.2 Desain Penelitian.....	26
3.3 Objek Penelitian.....	26
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	26
3.5 Identifikasi Variabel, Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	
3.5.1 Identifikasi Variabel.....	28
3.5.2 Definisi Operasional.....	28
3.5.3 Pengukuran Variabel.....	30
3.6 Jenis Data, Sumber Data, Dan Metode Pengumpulan Data	
3.6.1 Jenis Data.....	30
3.6.2 Sumber Data.....	31
3.6.3 Metode Pengumpulan Data .....	31
3.7 Instrumen Penelitian.....	32
3.8 Teknik Analisis Data .....	32
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>34</b>
4.1 Sejarah Singkat Pendirian PT. Bank Muamalat Indonesia .....	34
4.2 Visi Dan Misi PT. Bank Muamalat Indonesia.....	37
4.3 Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia.....	38
4.4 Produk PT. Bank Muamalat Indonesia .....	42

	Halaman
<b>BAB V HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
5.1 Uji Instrumen Analisis Penelitian.....	51
5.1.1 Uji Validitas.....	51
5.1.2 Uji Reliabilitas.....	53
5.2 Analisa Frekuensi.....	53
5.2.1 Profil Dan Perilaku Responden.....	53
5.2.1.1 Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	54
5.2.1.2 Frekuensi Tingkat Usia Responden.....	54
5.2.1.3 Frekuensi Sumber Informasi Responden .....	55
5.2.1.4 Frekuensi Tingkat Pengeluaran Responden.....	56
5.2.1.5 Frekuensi Produk Yang Digunakan Responden.....	57
5.2.1.6 Frekuensi Pekerjaan Responden.....	57
5.2.2 Penilaian Responden.....	58
5.2.2.1 Penilaian Responden Untuk Kelompok Acuan.....	59
5.2.2.2 Penilaian Responden Untuk Keluarga.....	60
5.2.2.3 Penilaian Responden Untuk Peran dan status.....	62
5.2.2.4 Penilaian Konsumen Untuk Keputusan Pembelian...63	
5.3 Analisis Deskriptif.....	65
5.4 Analisis Korelasi dan Regresi Linier Berganda .....	67

	Halaman
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>75</b>
6.1 Kesimpulan.....	75
6.2 Saran.....	76
 <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	 <b>78</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

### Halaman

Tabel 1.1	Daftar nama-nama bank konvensional dan bank syariah yang ada di Indonesia (2012).....	6
Tabel 5.1.1	Uji Validitas.....	51
Tabel 5.1.2	Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 5.2.1.1	Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	53
Tabel 5.2.1.2	Frekuensi Tingkat Usia Responden.....	53
Tabel 5.2.1.3	Frekuensi Sumber Informasi Responden .....	54
Tabel 5.2.1.4	Frekuensi Tingkat Pengeluaran Responden.....	55
Tabel 5.2.2.1	Penilaian Responden Untuk Kelompok Acuan .....	59
Tabel 5.2.2.2	Penilaian Responden Untuk Keluarga.....	60
Tabel 5.2.2.3	Penilaian Responden Untuk Peran dan status.....	62
Tabel 5.2.2.4	Penilaian Responden Untuk Keputusan Konsumen.....	63
Tabel 5.3	Hasil Uji Deskriptif.....	65
Tabel 5.4	Analisa Korelasi dan Regresi Linier Berganda.....	67

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1.1 Proses Keputusan Konsumen .....	10
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	24

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner

Lampiran *Output* SPSS



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### I.1. Latar Belakang

Perkembangan jasa-jasa pada umumnya tidak disebabkan karena pembangunan pemasaran dalam industri jasa, melainkan karena makin dewasanya ekonomi Amerika (atau Indonesia) dan naiknya tingkat hidup. (William J. Stanton, 1991: 226)

Usaha perbankan merupakan contoh menarik dari industri jasa yang dalam masa lalu tidak berorientasi pada pemasaran., akan tetapi dalam tahun-tahun belakangan bergulat untuk mengadakan perombakan. Di dalam UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 21 TAHUN 2008 pasal 1 tentang Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Menurut UU RI No. 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Pasal empat(4) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 yang menjelaskan, “Perbankan Indonesia bertujuan menunjang pelaksanaan pembangunan nasional

dalam rangka meningkatkan pemerataan, pertumbuhan ekonomi, dan stabilitas nasional ke arah peningkatan kesejahteraan rakyat banyak”.

Manfaat perbankan dalam kehidupan (www. Google.com) :

1. Sebagai modal investasi, yang berarti, transaksi derivatif dapat dijadikan sebagai salah satu modal investasi. Walaupun pada umumnya merupakan jenis investasi jangka pendek (*yield enhancement*).
2. Sebagai cara lindung nilai, yang berarti, transaksi derivatif dapat berfungsi sebagai salah satu cara untuk menghilangkan resiko dengan jalan lindung nilai (*hedging*), atau disebut juga sebagai *risk management*.
3. Informasi harga, yang berarti, tujuan derivatif dapat berfungsi sebagai saran mencari atau memberikan informasi tentang harga barang komoditi tertentu dikemudian hari (*price discovery*).
4. Fungsi spekulatif, yang berarti, tujuan derivatif dapat memberikan kesempatan spekulasi (untung-untungan) terhadap perubahan nilai pasar dari transaksi derivatif itu sendiri.
5. Fungsi manajemen produksi berjalan dengan baik dan efisien, yang berarti, tujuan derivatif dapat memberikan gambaran kepada manajemen produksi sebuah produsen dalam menilai suatu permintaan dan kebutuhan pasar pada masa mendatang.

Sebagian besar negara di dunia menganut sistem ekonomi konvensional sebagai sistem ekonominya. Tetapi pada tahun 1997-1998 di kawasan asia terjadi krisis moneter yang menyebabkan sejumlah negara termasuk indonesia dan korea

selatan mengalami kebangkrutan serta keadaan politik, sosial, dan ekonomi menjadi tidak menentu. Lalu di akhir tahun 2008, Amerika mengalami krisis ekonomi yang terjadi pada Lehman Brother, bank investasi terbesar keempat di Amerika Serikat dan sejumlah bank investasi lainnya sehingga mengakibatkan efek domino yang membuat sejumlah negara juga mengalami krisis ekonomi dan dikenal dengan krisis global.

Hal ini mengkhawatirkan masyarakat Indonesia yang menggunakan bank konvensional dalam kegiatan perbankan sebagai salah satu upaya mendukung kegiatan perekonomian masyarakat tersebut dalam keseharian. Sehingga masyarakat mulai mencari solusinya. Salah satunya menggunakan bank syariah (Muhlizar, 2010).

Bank syariah adalah bank yang dalam kegiatannya tidak menggunakan sistem bunga dan dilandasi oleh sistem ekonomi islam. Alasan inilah yang menimbulkan bank syariah merupakan solusi dari kekhawatiran masyarakat terhadap penerapan bunga yang digunakan oleh bank konvensional.

Persamaan antara bank syariah dengan bank konvensional adalah dalam hal sisi teknis penerimaan uang, persamaan uang, persamaan dalam hal mekanisme transfer, teknologi komputer yang digunakan maupun dalam hal syarat-syarat umum untuk mendapat pembiayaan seperti KTP, NPWP, proposal, laporan keuangan, dan sebagainya.

Perbedaan antara bank syariah dengan bank konvensional, antara lain meliputi aspek akad dan legalitas, struktur organisasi, usaha yang dibiayai dan lingkungan kerja.

1. Akad-akad yang berlangsung pada bank syariah ini hanya *aqad* yang halal, seperti bagi hasil, jual beli atau sewa menyewa. Tidak ada unsur riba' dalam bank syariah ini.
2. Dalam bank syariah ada keharusan untuk memiliki dewan pengawas syariah (DPS) dalam struktur organisasinya. DPS ini bertugas untuk mengawasi operasional bank dan produk-produknya agar sesuai dengan garis-garis syariah. DPS ini ditetapkan pada saat rapat umum pemegang saham (RUPS) setiap tahunnya.
3. Ada aturan bahwa usaha-usaha yang dibiayai oleh bank syariah ini hanya usaha yang halal. Sedangkan untuk usaha yang haram, seperti usaha asusila, usaha yang merusak masyarakat atau sejenisnya itu tidak akan dibiayai oleh bank syariah.
4. Pasti ketika kita memasuki kantor bank tersebut ada nuansa yang diciptakan untuk lebih bernuansa islami. Mulai dari cara berpakaian, beretika, dan bertingkah laku dari para karyawannya.

Tabel 1.1

Daftar nama-nama bank konvensional dan bank syariah yang ada di Indonesia (2012)

Bank Umum Konvensional	Bank umum syariah
1. Bank Pemerintah	1. Bank swasta nasional devisa
- Bank Mandiri	- Bank bni syariah
- Mutiara bank	- Bank muamalat indonesia
- Bank negara indonesia	- Bank syariah mandiri
- Bank rakyat indonesia	
2. Bank swasta nasional devisa	2. Bank swasta nasional non devisa
- Bank agroniaga	- Bca syariah
- Bank bukopin	- Bank bri syariah
- Bank cimb niaga	- Bank syariah bukopin
- Bank danamon indonesia	- Bank mega syariah

Sumber : [http://id.Wikipedia.org/wiki/Daftar\\_bank\\_di\\_Indonesia](http://id.Wikipedia.org/wiki/Daftar_bank_di_Indonesia)

Salah satu bank syariah di Indonesia adalah Bank Muamalat Palembang. Dimana merupakan cabang dari Bank Muamalat Indonesia. Bank Muamalat Indonesia adalah bank umum pertama di Indonesia yang menerapkan prinsip Syariah Islam dalam menjalankan operasionalnya. Didirikan pada tahun 1991, yang diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintahan Indonesia. Mulai beroperasi pada tahun 1992, yang didukung oleh cendekiawan Muslim dan penguasa, serta masyarakat luas. Pada tahun 1994, telah menjadi bank devisa. Produk pendanaan yang ada menggunakan prinsip wadi'ah (titipan), dan mudharabah (bagi-hasil). Sedangkan penanaman dananya menggunakan prinsip jual beli, bagi hasil, dan sewa.

Bank Muamalat terus mengoperasikan kantor-kantor baru guna meningkatkan aksesibilitas nasabah dan menjaring nasabah baru. Kini, bank berslogan "Pertama Murni Syariah". Ini menyasar Sumatera Bagian Selatan (SUMBAGSEL) guna memperluas pasar ritelnya.

Pada hari Kamis, 12 Januari 2012 Bank Muamalat meresmikan 9 kantor baru di wilayah tersebut. Peresmian ditandai dengan penekanan tombol bersama oleh Ketua Dewan Perwakilan Rakyat Marzuki Alie, Wakil Gubernur Sumatera Selatan Eddy Yusuf dan Direktur Utama Bank Muamalat Arviyan Arifin di Palembang, Sumatera Selatan. Acara tersebut dihadiri pula oleh Direktur Ritel Bank Muamalat Adrian A. Gunadi, Area Manager Bank Muamalat Wilayah Sumbagsel Chairil Noor serta para Bupati dan Walikota di wilayah Sumatera Selatan. "Aksesibilitas merupakan salah satu prioritas Bank Muamalat dalam meningkatkan loyalitas nasabah, hal ini mendorong Bank Muamalat untuk terus membuka kantor-kantor baru di penjuru Indonesia", ungkap Arviyan.

Kantor-kantor baru yang diresmikan berlokasi di beberapa kabupaten di wilayah Sumatera Selatan yaitu Prabumulih, Muara Enim, Baturaja, Lubuk Linggau, Kayu Agung dan dua kantor baru di wilayah kota Palembang, yaitu di Jl. Km 5, Plaju dan Jl. Letkol Iskandar.

Bank Muamalat menasar masyarakat Sumbagsel sebagai salah satu pasar utamanya di 2012. Pionir perbankan syariah ini menargetkan mampu menghimpun Dana Pihak Ketiga (DPK) hingga Rp 2.8 triliun di tahun 2012 dari wilayah ini. Posisi DPK per akhir tahun 2011 menunjukkan bahwa dana yang berasal dari produk-produk Tabungan (*Saving Account*) dan Giro (*Current Account*) berkontribusi hingga 35.5% atau sekitar Rp 560.9 miliar dari total portofolio penghimpunan dana (Rp. 1.58 triliun). Adapun dana non ritel dari produk Deposito berkontribusi sebesar 64.4% atau sekitar Rp. 1.017 miliar.

Di tahun 2012, Bank Muamalat mematok target pertumbuhan aset wilayah Sumbagsel hingga 77.3% dari Rp. 1.7 triliun per akhir 2011 (*unaudited*) menjadi Rp. 3 triliun di akhir tahun 2012. Target tersebut tidak berlebihan melihat pertumbuhan aset tahun 2011 yang mencapai 127% dibanding posisi aset di akhir tahun 2010 (Rp. 746.5 miliar). Dana pihak ketiga diproyeksi meningkat 77.2% dari posisi Rp. 1.58 triliun menjadi Rp. 2.8 triliun di tahun 2012. Adapun ekspansi pembiayaan juga diproyeksi meningkat signifikan (111.6%) dari Rp. 992.1 miliar (2011) menjadi Rp. 21 triliun (2012). “Kami optimis, Sumbagsel dapat menjadi salah satu mesin penggerak akselerasi pertumbuhan Bank Muamalat tahun ini. Semoga kehadiran Bank Muamalat dapat memberi kontribusi signifikan dalam mendukung aktivitas ekonomi masyarakat Sumbagsel”, tandas Arviyan.

Guna mengetahui strategi pemasaran yang tepat untuk diaplikasikan tersebut, maka Bank Muamalat haruslah mengetahui terlebih dahulu hal-hal yang berhubungan dengan perilaku konsumen atau nasabah. Salah satunya dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan yaitu : Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Individu/Pribadi, Faktor Psikologis.

Faktor sosial terdiri dari :

1. kelompok referensi yaitu seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

Kelompok referensi terbagi menjadi :

- a. kelompok primer, yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan seperti keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja.
- b. Kelompok sekunder, yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan.

## 2. Keluarga

terbagi menjadi :

- a. Keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang.
- b. Keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga

## 3. Peran dan status

Seseorang pada umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

Penulis mengambil faktor sosial karena dilihat dari kelompok referensi, orang umumnya sangat dipengaruhi oleh kelompok referensi mereka pada tiga cara : Pertama, kelompok referensi memperlihatkan pada seseorang perilaku dan gaya hidup baru. Kedua, mereka juga mempengaruhi sikap dan konsep jati-diri seseorang karena orang tersebut umumnya ingin “menyesuaikan diri”. Ketiga, mereka menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri yang dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek seseorang.

Sedangkan dilihat dari keluarga, dari orang tualah seseorang mendapat pandangan tentang agama, politik, ekonomi dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta.

Kebanyakan konsumen lebih suka mencari informasi atau meminta pendapat (opini) orang lain untuk mengurangi usaha pencarian dan evaluasi atau ketidakpastian, terutama ketika resiko yang diperkirakan atas keputusan meningkat. Faktor Sosial menunjukkan interaksi sosial antara konsumen dan mempengaruhi sekelompok orang, seperti pada referensi kelompok, opini para pemimpin, dan para anggota keluarga.

Saya memilih cabang Palembang khususnya di Plaju karena lokasinya mudah ditemui, salah satu tempat lokasi di Sumatera Bagian Selatan yang memiliki potensi besar.

Gambar 1.1.1

#### Proses Keputusan Konsumen



Sumber : Kotler (2007 : Hal 226), prinsip-prinsip pemasaran.

Dari gambar di atas terlihat bahwa dalam proses pengambilan keputusan konsumen terdapat lima tahapan yang akan dilalui oleh konsumen tersebut. Kemudian untuk mencapai tujuannya, Bank Muamalat harus menganalisis subvariabel-subvariabel apa saja yang mempengaruhi konsumen sehingga konsumen dapat mencapai tahap terakhirnya, yaitu tahap keputusan pembelian atau keputusan pemilihan produk.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas dapat disimpulkan bahwa ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen atau nasabah memilih Bank Muamalat guna menabung. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk



melakukan penelitian lebih lanjut tentang perilaku konsumen, yang dituangkan dalam skripsi dengan judul **“Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menjadi Nasabah Bank Muamalat Cabang Plaju Palembang”**.

### **1.1 Perumusan Masalah**

Masalah yang akan diteliti berdasarkan uraian di atas adalah :

1. Seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel faktor sosial yaitu variabel kelompok referensi/ kelompok acuan, variabel keluarga, variabel peran dan status terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah Bank Muamalat cabang Plaju Palembang?
2. Manakah dari variabel faktor sosial yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen untuk menjadi nasabah Bank Muamalat cabang Plaju Palembang?

### **1.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kelompok referensi/ kelompok acuan, variabel keluarga, variabel peran dan status terhadap keputusan konsumen.

2. Untuk mengetahui variabel faktor sosial yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen untuk menjadi nasabah Bank Muamalat cabang Plaju Palembang.

### **1.3 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Memberikan pemahaman lebih tentang teori-teori yang mendukung perkembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan faktor sosial sebagai bagian dari perilaku mereka sebelum mengambil keputusan, serta dapat digunakan sebagai informasi untuk penelitian lebih lanjut dan/atau bagi pihak lain yang ingin mengadakan penelitian yang sejenis.

2. Manfaat Praktis

Dapat memberikan kontribusi informasi atau sebagai salah satu acuan pembelajaran bagi Bank Muamalat untuk memahami perilaku konsumen dalam melakukan keputusan untuk menjadi nasabah. sehingga Bank Muamalat cabang Plaju Palembang dalam mengambil keputusan mengenai strategi-strategi pemasaran yang tepat digunakan di masa depan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Airravati, Agnis Novelia. 2008. Analisis Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Yogyakarta. Universitas Islam Indonesia (skripsi tidak dipublikasikan)
- Google. 2012. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Pasal 1 Tentang Perbankan Syariah. Artikel Online. Diambil pada tanggal 9 maret 2012 dari [www.bi.go.id/NR/rdonlyres/C7402D01.../UU21Tahun2011.pdf](http://www.bi.go.id/NR/rdonlyres/C7402D01.../UU21Tahun2011.pdf)
- Google. 2012. Bank Muamalat. Artikel Online. Diambil pada 12 maret 2012 dari [http://id.wikipedia.org/wiki/bank\\_muamalat\\_indonesia](http://id.wikipedia.org/wiki/bank_muamalat_indonesia)
- Google. 2012. Perilaku Konsumen. Artikel Online. Diambil pada tanggal 12 maret 2012 dari [http://id.wikipedia.org/wiki/perilaku\\_konsumen](http://id.wikipedia.org/wiki/perilaku_konsumen)
- Google. 2012. Gambaran Umum Bank Muamalat. Artikel Online. Diambil pada tanggal 28 November 2012 dari <http://koleksi-skripsi.blogspot.com/2008/07/gambaran-umum-bank-muamalat-indonesia.html>
- Hana. 2008. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Untuk Menjadi Nasabah AKB Bumiputera 1912 Palembang. Universitas Sriwijaya (skripsi tidak dipublikasikan)
- Ishar. 2001. Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Perilaku Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Palembang. Universitas Sriwijaya (skripsi tidak dipublikasikan)
- J. Stanton, William. 1991. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Penerbitan Erlangga

Jonathan Sarwono. 2012. Korelasi. Artikel Online. Diambil pada tanggal 28 November 2012 dari <http://www.jonathansarwono.info/korelasi/korelasi.htm>

Kamale. 2006. *Bank Syariah dan Bank Konvensional, Serupa tapi Tak Sama*. Artikel Online. Diambil pada tanggal 29 februari 2012

Kotler. 2007. Prinsip-prinsip pemasaran. Jakarta, hal 226

Kotler & amstrong. 2001. Prinsip-prinsip pemasaran. Jakarta : penerbit Erlangga

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks

Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. 2008. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta : Erlangga

Mukhlizar. 2010. Strategi pemasaran pada bank muamalat. Universitas sriwijaya (skripsi tidak dipublikasikan)

Wulandari. 2009. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen memilih Palcomtech. Universitas sriwijaya (skripsi tidak dipublikasikan)