

**PENGARUH PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN
MENABUNG PADA BANK MUAMALAT
DI KOTA PALEMBANG**
(Studi kasus pada Nasabah Bank Muamalat cabang Plaju)



Skripsi Oleh:

MUHAMMAD FATHUL ISNADI

01101001008

MANAJEMEN

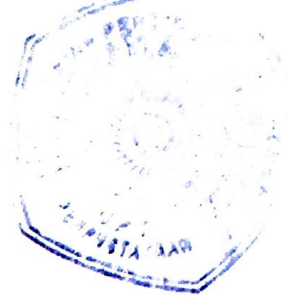
*Diajukan Sebagai Satu Syarat Untuk Meraih
Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI**

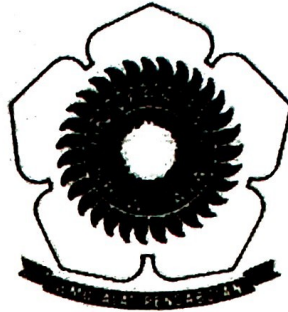
2014

S
658.8107
Muh
P
2014
Ci -143079

R: 27999 / 28531



**PENGARUH PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN
MENABUNG PADA BANK MUAMALAT
DI KOTA PALEMBANG
(Studi kasus pada Nasabah Bank Muamalat cabang Plaju)**



Skripsi Oleh:

MUHAMMAD FATHUL ISNADI

01101001008

MANAJEMEN

*Diajukan Sebagai Satu Syarat Untuk Meraih
Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
2014**

LEMBAR PERSETUJUAN KOMPREHENSIF

PENGARUH PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG PADA BANK MUAMALAT
DI KOTA PALEMBANG
(STUDI KASUS PADA NASABAH BANK
MUAMALAT CABANG PLAJU)

Disusun oleh :

Nama : Muhammad Fathul Isandi

NIM : 01101001008

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

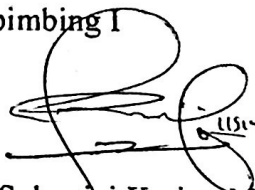
Bidang Kajian/ Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Pembimbing I



Dra. Suhartini Karim, M.M
NIP 195210201981032002

Tanggal : 17/ Juli/ 2014

Pembimbing II



Hj. Nofiawaty, S.E, M.M
NIP 196911081994012001

Tanggal : 17/ Juli/ 2014

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Muhammad Fathul Isnadi
NIM : 01101001008
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang Berjudul :

Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Muamalat Di Kota Palembang

Pembimbing :

Ketua : Dra. Suhartini Karim, M.M

Anggota : Hj. Nofiawaty, S.E, M.M

Tanggal Ujian : 1 September 2014

Adalah benar hasil karya Saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan Saya ini tidak benar dikemudian hari, Saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Inderalaya, 1 September 2014

Pembuat Pernyataan,

METERAI
TEMPEL
REPUBLIK INDONESIA
454396118
6000 DJP
Muhammad Fathul Isnadi

01101001008

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Muamalat di Kota 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 ada tidaknya pengaruh persepsi calon nasabah atau nasabah sebelum memutuskan untuk menabung. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ketua Jurusan
3. Sekretaris Jurusan
4. Para dosen penguji yang telah membantu memberikan kritik dan saran
5. Orang tua

Inderalaya, Juli 2014

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

1. **Prof. Dr. Badia Perizade, M.B.A**, selaku Rektor Universitas Sriwijaya
2. **Prof. Dr. Taufiq Marwa, SE, M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
3. **Dr. Zakaria Wahab, M.B.A** selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
4. **Welly Nailis, SE, MM** selaku Sekretaris Jurusan Manajemen. Terimakasih atas bantuan serta saran yang Bapak berikan.
5. **Dra. Hj. Suhartini Karim, M.M** selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. **Hj. Nofiwaty, S.E, M.M**, selaku dosen penguji proposal skripsi sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan saran dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. , selaku dosen penguji skripsi yang telah memberikan banyak ilmu, saran dan nasehatnya kepada penulis.
8. **Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi terutama Dosen Jurusan Manajemen.** Terimakasih atas ilmu yang diberikan Bapak dan Ibu dosen.
9. Terimakasih kepada **Bank Muamalat KCP Plaju** dan bapak **Jolten** selaku kepala SDM yang telah mengizinkan saya untuk melaksanakan penelitian pada nasabah.
10. Untuk **Mbak Ninil**, terimakasih atas bantuan dan informasinya selama ini.

11. Untuk **Kak Hendri, Bapak dan Ibu bagian Akademik**, yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas bantuan dan informasinya.
12. Untuk **Bunda, Mama, Ibu, Ayah, dan Baba** yang penulis sayangi yang selalu memberikan doa dan kasih sayang yang tulus. Terimakasih atas doa, dukungan, cinta dan kasih sayangnya yang tak akan pernah terbalaskan.
13. Untuk **Cicik, Ama, Juju, Oom** semuanya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terimakasih atas do'a dan motivasi nya kepada penulis.
14. Untuk adik-adikku tercinta **Dek Winda Apriyani, Dek Nita Septa Dilla** dan **Dek Muhammad Afnan** yang telah memberikan doa. kasih sayang dan dukungannya.
15. Terimakasih untuk **Masyudi, Sukat, Musdi, Okta, Redi, Suhandi, Riki, Firman, Jay, Pipin, Lusi, Kak Mitra, Tedi, Ceyik**, teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
16. Terimakasih kepada sahabat dan abangku tersayang **Dian Arsen**, dan **Abang Ucup** yang telah memberikan semangat dan dukungannya kepada penulis selama penyelesaian skripsi ini.
17. Terimakasih untuk **Fendi, Uda Pendi, Mia, Miki, Uul, Aul, Tri, Yolani, Sasha**. Terimakasih untuk cerita kita selama ini. Sukses untuk kita semua.
18. Terima kasih untuk seseorang yang Istimewa **Winda Septianty**, terima kasih atas kiriman semangatnya.
19. Terimakasih untuk **Teman-teman Konsentrasi Pemasaran** yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih semuanya.
20. Untuk **Dulur Management 2010**, terimakasih untuk cerita dan pengalaman yang sudah kita lalui selama ini.

ABSTRAK

Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Muamalat di Kota Palembang (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Plaju)

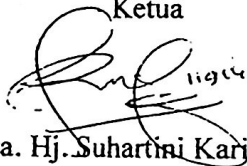
Oleh :

M. Fathul Isnadi ; Dra. Hj. Subartini Karim, M.M ; Hj. Nofiawaty, S.E, M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas (X1), Resiko (X2), Distribusi (X3), Produsen (X4), dan Posisi Produk (X5) terhadap keputusan menabung (Y) pada Bank Muamalat di Kota Palembang (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Plaju). Teknik analisis data menggunakan metode kuantitatif yang menggunakan alat pengujian signifikan simultan (Uji F), pengujian signifikan parsial (Uji t) dan analisis Regresi Linear Berganda. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode penelitian data primer dengan menyebarkan kuesioner dan analisis data sekunder yaitu penelitian arsip. Data diproses dengan menggunakan SPSS 11.5 *for windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas, resiko, distribusi, produsen dan posisi produk secara signifikan mempengaruhi keputusan nasabah pada Bank Muamalat dimana faktor yang paling dominan adalah produsen dengan nilai koefisien terbesar yaitu 0,642

**Kata kunci : Persepsi, Bank Muamalat, Kualitas, Resiko, Distribusi,
Produsen, Posisi Product dan Keputusan menabung**

Ketua



Dra. Hj. Suhartini Karim, M.M
NIP. 195210201981032002

Anggota



Hj. Nofiawati, S.E, M.M
NIP. 196911081994012001

Mengetahui,
Ketua Jurusan



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP. 195707141984031005

ABSTRACT

Perception Effects On Customer Saving Decision At Muamalat Bank In Palembang City (Case Study Muamalat Bank Plaju's Root Customer)

By :

M. Fathul Isnadi ; Dra. Hj. Suhartini Karim, M.M; Hj. Nofiawaty, S.E, M.M

This research objective is to understand effects of Quality (X_1), Risk (X_2), Distribution (X_3), producer (X_4) and Product Potition(X_5) to Costumer Saving Decision (Y) at Muamalat Bank In Palembang City (Case Study Muamalat Bank Plaju's root Customer). Data analysis technique used was quantitative method with simultaneous significant test instrument (F Testing), partial significant test instrument (T Testing), and Double Regression Liner. Data used in this research was collected with primary data gathering method, using questioners, and secondary data gathering method, using archive research. Data processed with SPSS 11.5 for Windows™. This research yielding results that Quality, Risk, Distriution, Producer and Product Potition have significant effect to customer saving decision, Muamalat Bank Plaju's Root Customer, where as factor that have the most dominant effects is producer with highest coefficient values, 0.642

Keywords : *Perception, Muamalat Bank, Quality, Risk, Distribution, Producer, Product Potition and Customer Saving Decision.*

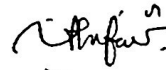
Acknowledge,

Advisor I



Dra. Hj. Suhartini Karim, M.M
NIP. 195210201981032002

Advisor II



Hj. Nofiawaty, S.E, M.M
NIP. 196911081994012001

Chairman



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP. 195707141984031005

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Muhammad Fathul Isnadi

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tempat/Tanggal lahir : Bengkulu, 19 Nopember 1991

Agama : Islam

Status : Mahasiswa

Alamat Rumah (Orangtua) : Hibrida ujung Jl. Tirta Dewa 2,
Kota Bengkulu.

Alamat Email : faulblack@gmail.com

Pendidikan Formal :

Sekolah Dasar : Sekolah Dasar Negeri 21 Padang Harapan,
Bengkulu

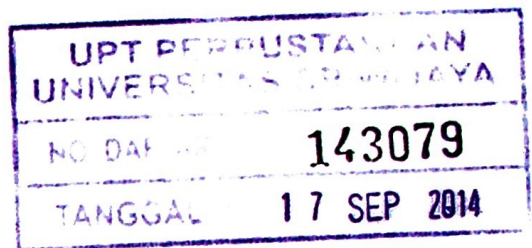
SLTP : SMP Negeri 8 Lingkar Barat, Bengkulu

SMU : SMA IT Raudhatul Ulum Sakatiga Indralaya,
Sumatera Selatan.

Pendidikan Non Formal : Sekolah Olah Raga (Atlet) Sumatera Selatan

Pengalaman Organisasi : Independen Fotografi Universitas Sriwijaya,
Komunitas Penulis Kreatif, KAMMI.

Penghargaan Prestasi : - Atlet seni ganda POMDA 2011 Sumsel,
- Juara 2 Desain Poster Digital Se-Jakarta
2012, FLIGHT event, Banten.
- Juara 1 fotografi makro “Indahnya Fauna”
2012 se-Indonesia.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vii
RIWAYAT HIDUP.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Psikologis.....	7
2.1.1.1 Definisi Persepsi.....	7
2.1.1.2 Proses Persepsi	7
2.1.2.1. Perhatian Selektif.....	8
2.1.2.2. Distorsi Selektif.....	8
2.1.2.3. Ingatan Selektif.....	8

2.1.3 Pengambilan Keputusan.....	9
2.2 Pengertian Bank Syariah.....	10
2.1.1 Ciri-ciri Bank Syariah.....	11
2.3 Penjelasan Variabel Penelitian.....	12
2.4 Penelitian Sebelumnya.....	14
2.5 Kerangka Konseptual.....	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Identifikasi Variabel.....	19
3.1.1. Batasan Variabel Penelitian.....	20
3.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	22
3.3 Desain Penelitian.....	23
3.4 Populasi dan Sampel.....	23
3.4.1 Pengukuran Variabel Penelitian.....	25
3.4.2 Pengukuran Variabel Keputusan Menabung.....	25
3.4.3 Pengukuran untuk Variabel Faktor Persepsi.....	25
3.4.4 Uji Instrumen Penelitian.....	26
3.4.4.1 Uji Validitas.....	26
3.4.4.2 Uji Reliabilitas.....	26
3.4.5 Teknik Analisis Data.....	26
3.4.5.1 Analisis Data Kuantitatif.....	26
BAB IV PROFIL MENGENAI BANK MUAMALAT	29
4.1 Sejarah Perusahaan.....	29
4.2 Visi dan Misi Bank Muamalat.....	30
4.3 Penghargaan Yang Diraih.....	31
4.4 Struktur Manajemen.....	32
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	40
5.1 Uji Akurasi Data.....	40
5.1.1 Uji Validitas.....	40
5.1.2 Uji Reliabilitas.....	46

5.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	47
5.2.1 Analisis Deskriptif Non Variabel.....	47
5.2.1.1 Jenis Kelamin.....	47
5.2.1.2 Usia.....	48
5.2.1.3 Profesi.....	49
5.2.1.4 Pengeluaran Per Bulan.....	49
5.2.1.5 Sumber Informasi.....	50
5.2.1.6 Lama Menjadi Nasabah.....	50
5.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Utama.....	51
5.2.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Independen.....	51
5.2.2.1.1 Dimensi Kualitas.....	51
5.2.2.1.2 Dimensi Resiko.....	52
5.2.2.1.3 Dimensi Distribusi.....	53
5.2.2.1.4 Dimensi Produsen.....	55
5.2.2.1.5 Dimensi Posisi Produk.....	56
5.3 Analisis Korelasi dan Regresi Linear Berganda.....	57
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
6.1 Kesimpulan.....	66
6.2 Saran.....	67
Daftar Pustaka	68
Lampiran-lampiran	70

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Jumlah Penabung pada Bank Muamalat KCP Plaju.....	3
Tabel 2. Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 2.1 Hasil uji validitas setelah Sembilan indikator tidak valid dikeluarkan...	45
Tabel 3. Jenis Kelamin.....	47
Tabel 3.1. Usia.....	48
Tabel 3.2. Profesi.....	49
Tabel 3.3. Pengeluaran Per Bulan.....	49
Tabel 3.4. Sumber Informasi.....	50
Tabel 3.5. Lama Menjadi Nasabah.....	50
Tabel 3.6. Analisis Deskriptif Kualitas (X1).....	51
Tabel 3.7. Analisis Deskriptif Resiko (X2).....	52
Tabel 3.8. Analisis Deskriptif Distribusi (X3).....	53
Tabel 3.9. Analisis Deskriptif Produsen (X4).....	55
Tabel 3.10. Analisis Deskriptif Posisi Produk (X5).....	56
Tabel 3.11. <i>Correlation</i>	57
Tabel 3.12. <i>Variable Entered/Removed(b)</i>	61
Tabel 3.13. <i>Model Summary(c)</i>	61
Tabel 3.14. ANOVA.....	62
Tabel 3.15. <i>Coefficients</i>	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian.....	18

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Hasil Output SPSS Reliability.....	68
Lampiran 2 Hasil Uji Atribut.....	71



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Setiap orang tentu memerlukan jasa bank untuk mengatur keuangan mereka, salah satunya adalah dengan menabung. Bank adalah salah satu alternatif untuk menabung yang keamanannya terjamin. Selain keamanan yang terjamin, uang yang ditabungkan di bank juga tidak akan rusak, seperti ketika kita menabung menggunakan celengan dirumah. Namun meski telah banyak keuntungan yang kita ketahui tentang menabung di bank, masih banyak masyarakat yang lebih memilih untuk menyimpan uangnya sendiri tanpa harus menabung di bank.

Kondisi persepsi setiap manusia yang berbeda satu sama lain, dan tentunya setiap persepsi yang mereka yakini itu tidak bisa kita nyatakan salah atau keliru begitu saja, sebab mereka juga memiliki alasan yang kuat untuk memepertahankan keyakinan pada persepsi mereka, ditambah lagi dengan kondisi seperti saat ini sudah banyak aneka ragam bank yang berlomba-lomba menarik minat calon nasabah melalui iklan-iklan dengan *grandprize* besar-besaran, sehingga bisa saja membuat calon nasabah bingung untuk menentukan pilihan kemana atau di bank mana mereka harus menabung.

Saat ini terdapat dua jenis bank berdasarkan operasionalnya, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Kedua bank tersebut memiliki beberapa perbedaan dalam menjalankan kegiatannya, dan salah satunya adalah perbedaan secara falsafah. Bank Konvensional meberlakukan sistem bunga dalam kegiatan simpan pinjamnya, sedangkan Bank Syariah tidak menerapkan itu, sistem yang diterapkan adalah bagi hasil.

Di Indonesia sendiri terdapat salah satu contoh bank syariah yaitu Bank Muamalat. PT Bank Muamalat Indonesia Tbk didirikan pada 24 Rabiul Tsani 1412 H atau 1 Nopember 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan operasinya pada 27 Syawwal 1412 H atau 1 Mei 1992. (Sumber : <http://www.muamalatbank.com/home/about/profile>)

Seiring berkembangnya bank yang berbasis sistem syariah tersebut, berkembang pula persepsi-persepsi baru seperti anggapan terhadap keuntungan, produk, dan sebagainya dari kalangan masyarakat yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara bank konvensional dengan bank syariah yang baru-baru ini mulai menjadi perbincangan hangat. Memang saat ini sudah banyak bank-bank yang mulai mengembangkan sistem syariah terhadap kegiatannya, sampai bank daerah pun sudah ada yang menggunakan sistem syariah, yang diantaranya adalah bank Sumsel Syariah. Namun tidak dapat dipungkiri, syariah ataupun konvensional, menurut sebagian masyarakat adalah sama, hanya saja tata cara bahasa yang dibedakan, pada bank konvensional kegiatan transaksinya

menggunakan bahasa Indonesia atau bahasa Inggris, namun untuk syariah kegiatan transaksinya di ubah kedalam bahasa arab dan sumber-sumber hukumnya berasal dari Al-Qur'an dan Hadits. Pendapat yang semacam ini terus berkembang dimasyarakat sehingga seringkali terjadi adu argumen yang sangat seru, hingga terkadang terjadilah suatu perselisihan. Perselisihan yang timbul dikarenakan kedua belah pihak yang terlibat saling menungguli bank yang mereka anggap lebih baik, apakah itu konvensional maupun syariah.

Untuk melakukan penelitian mengenai persepsi yang terjadi pada masyarakat luas mengenai bank syariah tersebut, penulis mencoba mengambil salah satu contoh bank di Kota Palembang, yaitu Bank Muamalat Cabang Plaju. Untuk menunjang penelitian pada bank tersebut, maka penulis lampirkan data jumlah nasabah yang menabung pada bank tersebut.

Tabel 1. Jumlah penabung pada Bank Muamalat KCP Plaju

366 – KCP Plaju	Periode	Jumlah Tabungan
	Desember 2012	2.592
	Januari 2013	2.627
	Desember 2013	3.098

Sumber : Data Primer penelitian pada Bank Muamalat KCP Plaju

Dari tabel diatas, ada sebanyak 3.098 nasabah yang membuka tabungan pada bank Muamalat Cabang Plaju tersebut, yang nantinya akan diambil sampel untuk diteliti, bagaimana persepsi mereka berdasarkan variabel penelitian yang penulis gunakan.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teori dari Schiffman dan Kanuk dalam buku Perilaku Konsumen. Teori yang di paparkan oleh Schiffman dan Kanuk dalam bukunya ada enam variabel yang dapat mempengaruhi persepsi antara lain, harga, kualitas, resiko, distribusi, produsen, dan posisi produk. Namun untuk penelitian ini, penulis hanya menggunakan lima diantara enam variabel yang dipaparkan yaitu, kualitas, resiko, distribusi, produsen, dan posisi produk. Penulis tidak menggunakan variable harga, karena kurang signifikan terhadap objek yang akan diteliti. Kelima variabel inilah yang nantinya akan menyimpulkan faktor apakah yang mendominasi persepsi konsumen atau nasabah sehingga dapat mempengaruhi subjek penelitian untuk membuat suatu keputusan menabung pada bank syariah, terkhusus pada bank Muamalat Cabang Plaju tersebut. Sehingga dalam penelitian ini penulis berikan judul; **“Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Muamalat di Kota Palembang” (Studi kasus pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Plaju).**

1.2. Perumusan Masalah

Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa besar pengaruh persepsi nasabah yang terdiri dari kualitas, resiko, distribusi, produsen dan posisi produk terhadap keputusan nasabah untuk menabung pada Bank Muamalat Plaju Palembang?
2. Faktor mana yang dominan terhadap pengambilan keputusan untuk menabung pada Bank Muamalat Plaju Palembang?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas, resiko, distribusi, produsen dan posisi produk terhadap keputusan dalam menabung pada Bank Muamalat Plaju Palembang.
2. Untuk mengetahui variabel faktor persepsi paling dominan yang mempengaruhi keputusan menabung pada Bank Muamalat Plaju Palembang.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Memberikan pemahaman lebih tentang teori-teori yang mendukung ilmu pengetahuan manajemen pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan

faktor persepsi sebagai bagian dari perilaku konsumen sebelum mereka mengkonsumsi, menggunakan, membeli atau menabung.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi informasi atau sebagai salah satu acuan pembelajaran bagi produsen untuk memahami perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sehingga produsen bisa lebih meningkatkan kembali mengenai strategi apa yang sebaiknya dilakukan guna memenuhi apa yang dibutuhkan serta diinginkan nasabah yang menabung khususnya di Bank Muamalat Plaju Palembang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Psikologis

Faktor-faktor psikologis penting yang mempengaruhi kepuasan menurut Kotler dan Keller (2007) adalah motivasi, Persepsi, Pembelajaran dan memori.

Dari teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller, penulis mencoba untuk mengambil salah satu faktor psikologis sebagai variabel terikat dalam penelitian yang penulis lakukan.

Untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti, maka persepsi sebagai proses yang digunakan oleh individu. Persepsi tidak hanya bergantung pada rangkaian fisik, tapi juga pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan. (Sumber: noerdblog.wordpress.com).

2.1.2. Definisi Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur, dan menafsirkan stimuli ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia. (Diah Natalisa, 2007)

2.1.3. Proses Persepsi

Kotler (2007) menyatakan bahwa, “persepsi itu lebih penting daripada realitas, karena persepsi itulah yang akan mempengaruhi perilaku actual konsumen. Orang dapat memiliki persepsi yang berbeda atas objek yang

sama karena tiga proses persepsi yaitu perhatian selektif, distorsi selektif, dan ingatan selektif.

2.1.3.1. Perhatian Selektif

Orang mengalami sangat banyak rangsangan setiap hari. Karena seseorang tidak mungkin dapat menanggapi semua rangsangan itu, kebanyakan rangsangan akan disaring, proses yang dinamakan perhatian selektif. Berdasarkan temuan rangsangan yaitu orang cenderung memerhatikan rangsangan yang berhubungan dengan kebutuhannya saat ini, orang cenderung memerhatikan rangsangan yang mereka antisipasi, dan orang cenderung memerhatikan rangsangan yang berdeviasi besar terhadap ukuran rangsangan normal.

2.1.3.2. Distorsi Selektif

Merupakan kecenderungan menafsirkan informasi sehingga sesuai dengan pra-konsepsi kita. Konsumen akan sering memelintir informasi sehingga menjadi konsisten dengan keyakinan awal mereka atas mereka dan produk.

2.1.3.3. Ingatan Selektif

Orang akan melupakan banyak hal yang mereka pelajari, tetapi cenderung mengingat informasi yang mendukung pandangan dan keyakinan mereka. Karena adanya ingatan selektif kita cenderung mengingat hal-hal baik yang disebutkan tentang produk yang kita sukai dan melupakan hal-hal baik yang disebutkan tentang produk pesaing.

2.1.3. Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan sangat bervariasi. Ada yang sederhana dan ada pula yang kompleks. Ada 3 jenis pembagian dalam proses pengambilan keputusan, yaitu pengambilan keputusan yang luas (*extended decision making*), pengambilan keputusan yang terbatas (*limited decision making*), dan pengambilan keputusan yang bersifat kebiasaan (*habitual decision making*). (tjiptono, 1990)

- Proses pengambilan keputusan yang luas merupakan jenis keputusan yang paling lengkap, bermula dari pengenalan masalah konsumen yang dapat dipecahkan melalui pembelian beberapa produk, selanjutnya konsumen akan mengevaluasi hasil dari keputusannya.
- Proses pengambilan keputusan yang terbatas terjadi apabila konsumen mengenal masalahnya, kemudian mengevaluasi beberapa alternatif produk atau merek berdasarkan pengetahuan yang dimiliki tanpa berusaha (atau hanya melakukan sedikit usaha) mencari informasi baru tentang produk atau merek tersebut.
- Proses pengambilan keputusan yang bersifat kebiasaan merupakan proses yang paling sederhana, yaitu konsumen mengenal masalahnya kemudian langsung mengambil keputusan untuk membeli merek favorit/kegemarannya (tanpa evaluasi alternatif).

Dalam tahap evaluasi konsumen membentuk preferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen juga mungkin membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai. Namun, dua faktor berikut

dapat berada diantara niat pembelian dan keputusan pembelian. (Kotler, 2002).

Faktor pertama adalah sikap orang lain sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal, yaitu:

1. Intensitas sikap negatif orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen
2. Motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain.

2.2. Pengertian Bank Syariah

Istilah lain yang digunakan untuk sebutan Bank Syariah adalah Bank Islam. Secara akademik, istilah Islam dan Syariah memang mempunyai pengertian yang berbeda. Namun secara teknis untuk penyebutan Bank Islam dan Syariah mempunyai pengertian yang sama. Menurut ensiklopedia Islam, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariat Islam. (Soemitro, 2002 : 5).

Berdasarkan rumusan tersebut, Bank Islam (Bank Syariah) berarti bank yang tata cara pengoperasiannya didasarkan pada tata cara Islam yakni mengacu pada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadits.

2.2.1. Ciri-ciri Bank Syariah

Bank Syariah atau Bank Islam sebagai bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariat menurut ketentuan Al-Qur'an dan Hadits, mempunyai beberapa ciri yang berbeda dengan Bank Konvensional. (Soemitro, 2002 : 18).

Ciri-ciri ini bersifat universal dan kumulatif, artinya semua Bank Syariah yang beroperasi dimana saja harus memenuhi seluruh ciri tersebut karena apabila tidak maka hilanglah identitas sebagai Bank Syariah atau Bank Islam, ciri-ciri itu adalah:

1. Beban biaya yang disepakati bersama pada waktu akad perjanjian diwujudkan dalam bentuk jumlah nominal, yang besarnya tidak kakudan dapat ditawarkan dalam batas yang wajar.
2. Penggunaan persentase dalam hal kewajiban untuk melakukan pembayaran selalu dihindarkan, karena persentase bersifat melekat pada sisa utang meskipun batas waktu perjanjian telah berakhir.
3. Didalam kontrak pembiayaan proyek, bank tidak menerapkan perhitungan berdasarkan keuntungan proyek, bank tidak menerapkan perhitungan keuntungan yang pasti (*fixed return*) yang ditetapkan dimuka.
4. Pengeraan dana masyarakat dalam bentuk deposito/tabungan oleh penyimpan dianggap sebagai titipan (*al-wadia*). Sedangkan bagi bank dianggap sebagai titipan yang dimanfaatkan sebagai

penyertaan dana pada proyek yang dibiayai bank yang sesuai dengan prinsip syariah.

5. Bank Syariah tidak menerapkan jual beli atau sewa menyewa uang dari mata uang yang sama, yang dari transaksi itu dapat menghasilkan keuntungan. Jadi mata uang yang sama tidak dapat dipakai sebagai barang komoditi.

2.3. Penjelasan Variabel Penelitian

Dalam penelitian mengenai pengaruh persepsi nasabah terhadap keputusan menabung pada Bank Muamalat Cabang Plaju tersebut terdiri dari lima variabel bebas (X) yaitu ;

1. Kualitas (X1)

Menurut Kotler dan Keller (2009) kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Jadi apabila dikaitkan dengan kualitas yang diteliti pada Bank Muamalat tersebut, dapat berarti seberapa besarkah nilai dari prinsip syariah yang diterapkan bank dalam setiap kegiatannya untuk meyakinkan nasabah sehingga ada nilai kepuasan yang diperoleh nasabah.

2. Resiko (X2)

Menurut Ricky W. Graffin dan Ronald J. Elbert, resiko adalah *uncertainty about future events*.

Adapun Joel G. Siegel dan Jae K. Shim mendefinisikan resiko menjadi 3 hal ;

- a. Pertama adalah keadaan yang mengarah kepada sekumpulan hasil khusus, dimana hasilnya dapat diperoleh dengan kemungkinan yang telah diketahui oleh pengambil keputusan.
- b. Kedua adalah variasi dalam keuntungan, penjualan atau variabel keuangan lainnya.
- c. Ketiga adalah kemungkinan dari sebuah masalah keuangan yang mempengaruhi kinerja operasi perusahaan atau posisi keuangan, seperti resiko ekonomi, ketidakpastian politik, dan masalah industri.

Jadi variabel resiko dalam penelitian tersebut dapat diartikan keadaan dimana pihak bank atau pihak nasabah mendapatkan sesuatu diluar perhitungan, karena ada suatu kesalahan yang terjadi. Kesalahan bisa berasal dari kekeliruan pegawai bank dalam pelayanan, dan bisa menyebabkan kerugian. Resikonya bisa berupa berkurangnya intensitas kepercayaan dari pihak nasabah.

3. Distribusi (X3)

Menurut Kotler (2007), distribusi adalah suatu perangkat organisasi yang tergantung yang tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis.

Variabel distribusi dalam penelitian ini dapat diartikan sebagai proses pengadaan suatu sistem yang dapat dinikmati atau digunakan oleh nasabah secara praktis, seperti pengadaan mesin ATM dengan tujuan mempermudah kegiatan penarikan, transfer atau pengecekan saldo tabungan.

4. Produsen (X4)

Produsen dalam ilmu ekonomi adalah orang yang menghasilkan suatu barang atau jasa untuk dijual atau dipasarkan.

Variabel produsen dalam penelitian tersebut dapat diartikan sebagai pihak-pihak bank yang bersangkutan terhadap kegiatan bank, seperti pegawai-pegawai bank yang bertugas melayani nasabah, dan pemimpin kantor cabang yang bertugas mengawasi kinerja bank agar tetap berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan.

5. Posisi Produk (X5)

Posisi produk yang digunakan sebagai variabel penelitian pada Bank Muamalat adalah bagaimana cara pihak bank dalam menonjolkan produk khas yang benar-benar memiliki nilai berbeda dari produk pesaing sehingga dapat menarik minat dan perhatian dari kalangan nasabah atau calon nasabah.

2.4. Penelitian Sebelumnya

1. Dalam suatu jurnal penelitian Ghazali Maski dengan judul “Analisis Keputusan Nasabah Menabung : Studi Pada Bank Syariah”, dikatakan bahwa dalam melakukan suatu tindakan setiap individu tentu

mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu. Dalam teori mikro perilaku nasabah dalam melakukan sesuatu didorong oleh suatu kepentingan dan kebutuhan. Hal ini juga berlaku bagi nasabah yang ingin menggunakan produk dan jasa perbankan. Sebagai seorang konsumen, nasabah secara rasional akan berusaha mencapai kepuasan maksimal dalam rangka memenuhi kebutuhannya. Nasabah akan mempertimbangkan keuntungan dan kerugian menjadi suatu nasabah suatu bank. Jika bank tersebut banyak memberikan keuntungan dan kemudahan baginya maka ia akan memilih menjadi nasabah bank tersebut. Terdapat beberapa hal yang diduga mendasari perilaku dalam mengambil keputusan menabung di bank. Faktor-faktor tersebut antara lain karakteristik bank, pelayanan dan kepercayaan pada bank, pengetahuan dan objek fisik bank.

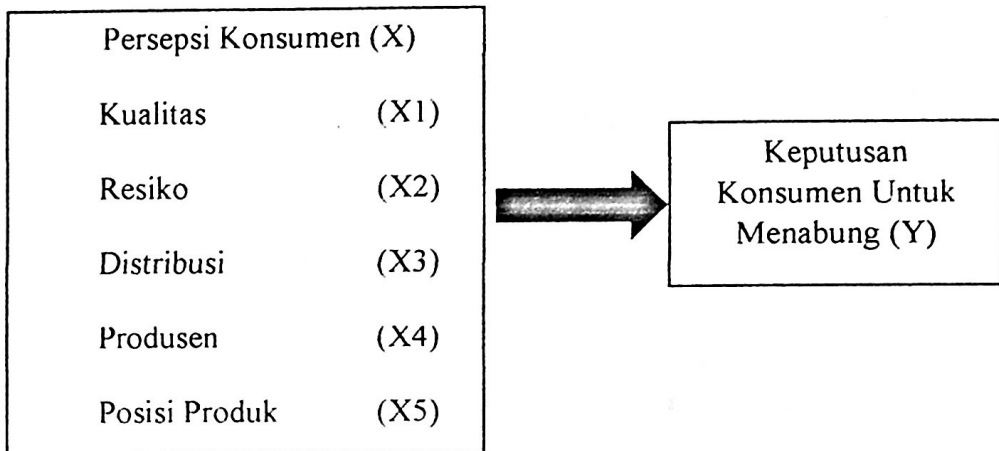
2. Jurnal penelitian lainnya mengenai keputusan menabung pada bank syariah, dikatakan bahwa dewasa ini persaingan antar bank sangat ketat, sehingga perusahaan yang bergerak dibidang jasa ini harus memahami nasabah ataupun calon nasabahnya dengan baik, oleh karena itu pihak manajemen bank harus mengetahui tentang proses penilaian informasi terhadap pemilihan suatu bank dari calon nasabahnya. Untuk itu, keputusan pemilihan bank didasarkan kepada: Karakteristik Bank, Pemberian Bobot pada kepentingan pada ciri-ciri yang relevan dimana banyak calon nasabah lebih mementingkan pada tingkat kesehatan suatu bank, Kepercayaan akan merk bank, Fungsi

utilitas, dan Prosedur evaluasi. Dari pernyataan tersebut, dapat disimpulkan informasi suatu bank sangat diperlukan oleh calon nasabah, baik berasal dari bank itu sendiri maupun dari pengalaman orang lain sebelum memutuskan untuk menabung pada suatu bank.

3. Penelitian lain tentang persepsi dilakukan oleh Adietya Muhlizar, 2010. Pada penelitiannya, variabel (Y) yang digunakan adalah Keputusan Nasabah Menggunakan Bank Muamalat Indonesia Cabang Palembang, dengan delapan variabel bebas yang akan mempengaruhinya. Variabel (X) yang digunakan dalam penelitian adalah Produk, Harga dan Biaya, Promosi dan Edukasi, Tempat dan Waktu, Proses, Produktivitas dan Kualitas, Orang dan Bukti Fisik. Hasil dari penelitian tersebut adalah promosi yang dilakukan masih kurang, dan masih perlu meningkatkan intensitas promosi melalui media seperti iklan pada media cetak atau elektronik. Peningkatan produktivitas dan kualitas layanan sebaiknya terus dilakukan oleh Bank Muamalat ditengah ketatnya persaingan antar bank syariah saat ini dan semakin banyaknya bank syariah yang baru berdiri saat ini agar nasabah bank Muamalat tidak berpindah menggunakan jasa bank lainnya. Dari sisi karyawan, harus bisa menguasai pekerjaannya dengan baik dan melayani nasabah dengan cepat dan tepat agar bisa membantu dan memuaskan nasabah dalam transaksi di Bank Muamalat. Karyawan yang harus berpenampilan rapi agar tidak ada penilaian kurang baik dari nasabah kepada karyawan bank tersebut.

4. Jurnal penelitian lain yang berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasaba Dalam Memili Bank”, dikatakan bahwa peneliti telah melakukan penelitian pada beberapa nasabah perbankan baik konvensional maupun syariah. Dari hasil penelitian yang dilakukan terungkap bahwa faktor-faktor yang menjadi pertimbangan seseorang dalam memilih bank dalam kegiatan transaksinya salah satunya adalah kepercayaan atau agama. Faktor ini memberikan pengaruh yang besar terhadap keputusan nasabah dalam hal memilih bank. Hal ini disebabkan adanya konsep bunga pada bank konvensional dimana konsep ini dikategorikan riba. Dari responden yang berpendidikan tinggi, usia tertinggi, pengajar dan pelajar menyatakan bahwa konsep bunga bertentangan dengan ajaran agama dan mereka lebih memilih untuk menjadi nasabah bank syariah. Namun demikian mereka juga tetap menjadi nasabah bank konvensional karena adanya hal yang mengharuskan mereka untuk menjadi nasabah bank tersebut seperti karena gaji melalui bank tersebut dan transaksi adanya yang mengharuskan mereka menggunakan bank konvensional. Akan tetapi apabila mereka bukan karena keterpaksaan mereka lebih memilih menggunakan dan menyimpan uangnya pada bank syariah.

2.5. Kerangka Konseptual



Sumber : Schiffman dan Kanuk. (2007 : 134)

Gambar 1. Kerangka Koseptual Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, dapat dijelaskan bahwa variabel X (*Independent*) memiliki lima faktor yang dapat mempengaruhi variabel Y (*Dependent*), antara lain Kualitas (X1), Resiko (X2), Distribusi (X3), Produsen (X4) dan Posisi Produk (X5). Variabel-variabel dari Persepsi (X) tersebut nantinya akan diujikan kepada Nasabah Bank Muamalat Cabang Plaju Kota Palembang, dengan tujuan untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan pengaruhnya, atau paling besar penaruhnya terhadap keputusan konsumen atau nasabah untuk menabung (Y).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Identifikasi Variabel

Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu :

- a. Variabel Dependen (variabel terikat) merupakan variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi variabel independen. (Pupowarsito, 2008:49).
- b. Variabel Independen (variabel bebas) merupakan variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel dependen dan mempunyai hubungan yang positif maupun negative bagi variabel dependen lainnya (Puspowarsito, 2008:50), dimana didalam penelitian ini variabel independen atau variabel X yaitu persepsi konsumen atau nasabah yaitu :

X_1 = Kualitas

X_2 = Resiko

X_3 = Distribusi

X_4 = Produsen

X_5 = Posisi Produk

3.1.1. Batasan Variabel Penelitian

Batasan variabel penelitian adalah alur yang menjadi kerangka konseptual dalam penelitian dengan tujuan agar pembahasan tidak keluar dari masalah yang diteliti.

Adapun batasan variabel yang dianalisa adalah sebagai berikut :

1. Kualitas – X_1

Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil / kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan (Philip Kotler, 2003). Indikator kualitas, yaitu:

- a. Syariat Islam
- b. Pelayanan
- c. Kantor atau Tempat
- d. Keamanan

2. Resiko – X_2

Resiko adalah kemungkinan terjadinya peristiwa yang dapat merugikan perusahaan (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Apakah ada resiko bagi kreditur, Indikator resiko, yaitu :

- a. Kerugian
- b. Jaminan
- c. Bagi hasil
- d. Persyaratan

3. Distribusi – X_3

Resiko adalah kemungkinan terjadinya peristiwa yang dapat merugikan perusahaan (Tjiptono, 2008). Indikator distribusi, yaitu :

- c. ATM
- d. Akses kantor
- e. Iklan
- f. Informasi

4. Produsen – X_4

Produsen dalam ilmu ekonomi adalah orang yang menghasilkan suatu barang atau jasa untuk dijual atau dipasarkan. Indikator produsen, yaitu :

- a. Memberi kepuasan
- b. Memberi kepercayaan
- c. Ramah
- d. Kenyamanan

5. Posisi Produk – X_5

Cara konsumen atau nasabah mempersepsikan kinerja atau sistem yang diberikan pihak bank terhadap konsumen (nasabahnya), sehingga nasabah-nasabahnya dapat menilai di posisi mana bank tersebut dirangking dengan bank lainnya baik yang sejenis operasionalnya maupun yang tidak. Indikator posisi produk, yaitu :

- a. Positioning
- b. Keunikan

c. Keunggulan

d. Keuntungan

Untuk variabel terikat atau *dependent variable* (Y) adalah variabel yang akan dipengaruhi oleh variabel (X), yaitu Keputusan yang akan dibuat calon konsumen atau nasabah untuk menabung. Ada lima atribut pertanyaan yang akan diajukan kepada nasabah atau responden antara lain :

1. Pendapat nasabah mengenai kualitas Bank Muamalat apakah sudah sangat menarik dan berbeda dengan Bank Syariah lainnya.
2. Dalam setiap kegiatan transaksi simpan pinjam atau transaksi lainnya tidak memiliki resiko adanya bunga yang dapat merugikan nasabah.
3. Akses kantor dan mesin ATM mempermudah setiap calon nasabah atau nasabah untuk melakukan transaksi kapanpun.
4. Pihak Bank mampu memberikan segala sesuatu yang nasabah butuhkan ketika terjadinya kegiatan, seperti memberikan informasi dan arahan mengenai suatu sistem atau aturan dengan bahasa yang mudah dipahami.
5. Keputusan memilih Bank Muamalat bagi calon nasabah dan nasabah adalah tepat.

3.2. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi untuk mendapatkan penelitian yang terarah dan tidak menyimpang dari judul penelitian yang diambil penulis yaitu **“Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Menabung**

pada Bank Muamalat di Kota Palembang”. Dalam hal ini faktor persepsi dibatasi dalam lima variabel yaitu kualitas, resiko, distribusi, produsen dan posisi produk.

3.3. Desain Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara faktor persepsi terhadap keputusan menabung pada Bank Muamalat di Kota Palembang, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kausalitas yaitu penelitian yang menguji ada tidaknya hubungan sebab-akibat dari berbagai variabel (Natalisa, 2007).

3.4. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008).

Untuk mengukur sampel, data yang digunakan sebagai jumlah populasi adalah data terakhir yang tercatat yaitu pada Desember 2013 dengan jumlah nasabah yang menabung pada Bank Muamalat cabang Plaju Kota Palembang sebanyak 3.098 orang nasabah.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Solvin yang dikutip dari sovilla dalam buku Umar Husein, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana,

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = Persentase kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan

sampel sebesar 10%

maka besar sampel yang digunakan dalam penelitian ini :

$$n = \frac{3.098}{1 + 3.098 (0,1)^2} = \frac{3.098}{1 + 30,98} = 96,87305 = 97$$

Jadi, dalam penelitian ini peneliti ingin mengambil sampel sebanyak 97 Nasabah yang dibulatkan menjadi 100 orang nasabah Bank Muamalat kota di Kota Palembang.

Metode pengumpulan data yaitu dengan menggunakan Kuesioner, yang merupakan teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti (Mardalis, 2010). Pada penelitian ini, sampel yang digunakan mempunyai suatu tujuan atau dilakukan dengan sengaja, cara penggunaan sampel ini diantara populasi sehingga sampel tersebut dapat mewakili karakteristik populasi yang telah dikenal sebelumnya atau *purposive sampling*.

3.4.1. Pengukuran Variabel Penelitian

Pengukuran variabel yang digunakan adalah skala linkert yang akan mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. (Sugiyono: 2008).

3.4.2. Pengukuran untuk variabel keputusan menabung

Angka 1 untuk “sangat tidak setuju”

Angka 2 untuk “tidak setuju”

Angka 3 untuk “kurang setuju”

Angka 4 untuk “cukup setuju”

Angka 5 untuk “setuju”

Angka 6 untuk “sangat setuju”

3.4.3. Pengukuran untuk variabel faktor persepsi

Angka 1 untuk “sangat tidak setuju”

Angka 2 untuk “tidak setuju”

Angka 3 untuk “kurang setuju”

Angka 4 untuk “cukup setuju”

Angka 5 untuk “setuju”

Angka 6 untuk “sangat setuju”

3.4.4. Uji Instrumen Penelitian

3.4.4.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur derajat ketepatan instrumen dalam penelitian (Kuesioner) tentang kebenaran isi yang diukur. Data yang merupakan butir pertanyaan atau variabel dikatakan valid apabila nilai r hitungnya melebihi nilai r tabelnya atau nilai r hitung ini bisa dilihat pada kolom corrected item total correlation, jika corrected item total correlation ≥ 0.5 , maka data valid dan analisis bisa dilanjutkan.

3.4.4.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Suatu kuesioner dikatakan konsisten atau reliable apabila nilai r alpha yang ditunjukkan pada kolom Cronbach's alpha harus $\geq 0,6$.

3.4.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.4.5.1. Analisis Data Kuantitatif

Dalam menganalisis data, peneliti juga akan menggunakan alat analisis pendukung berupa program aplikasi SPSS *for Windows* versi 11.5.

Adapun analisis yang dilakukan terhadap data, yaitu :

Dilakukan dengan cara menganalisis hasil analisis kuantitatif dengan menerapkan teori pemasaran yang terkait dalam penelitian Pengaruh

faktor persepsi terhadap keputusan menabung pada Bank Muamalat di Kota Palembang.

Dengan persamaan regresi bergandanya sebagai berikut:

Dimana :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Y = Keputusan Menabung (variable dependen)

a = Nilai *Intercept* (Konstanta)

b = Koefisien Regresi

X₁ = Kualitas

X₂ = Resiko

X₃ = Distribusi

X₄ = Produsen

X₅ = Posisi Produk

e = Kesalahan (*Error*)

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t adalah pengujian secara parsial dari masing-masing elemen variabel bebas yaitu kualitas, resiko, distribusi, produsen dan posisi produk dengan variabel terikat (keputusan menabung). Syarat dari uji t adalah apabila nilai probabilitas signifikansinya kurang dari 0,05.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F ini digunakan untuk menguji keberartian/signifikansi regresi secara keseluruhan dari masing-masing variabel faktor persepsi yaitu kualitas, resiko, distribusi, produsen dan posisi produk terhadap keputusan menabung. Dengan syarat pada tingkat probabilitas (sig. 0,00), maka nilai α harus lebih kecil dari 0,05.

BAB IV

PROFIL MENGENAI BANK MUAMALAT

4.1. Sejarah Perusahaan

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk didirikan pada 24 Rabiul Tsani 1412 H atau 1 Nopember 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan operasinya pada 27 Syawwal 1412 H atau 1 Mei 1992. Pada akhir tahun 90an, Indonesia dilanda krisis moneter yang memporakporandakan sebagian besar perekonomian Asia Tenggara. Sektor perbankan nasional tergulung oleh kredit macet di segmen korporasi. Bank Muamalat pun terimbas dampak krisis. Di tahun 1998, rasio pembiayaan macet (NPF) mencapai lebih dari 60%. Perseroan mencatat rugi sebesar Rp 105 miliar. Ekuitas mencapai titik terendah, yaitu Rp 39,3 miliar, kurang dari sepertiga modal setor awal. Dalam upaya memperkuat permodalannya, Bank Muamalat mencari pemodal yang potensial, dan ditanggapi secara positif oleh Islamic Development Bank (IDB) yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi. Pada RUPS tanggal 21 Juni 1999 IDB secara resmi menjadi salah satu pemegang saham Bank Muamalat. Oleh karenanya, kurun waktu antara tahun 1999 dan 2002 merupakan masa-masa yang penuh tantangan sekaligus keberhasilan bagi Bank Muamalat. Dalam kurun waktu tersebut, Bank Muamalat berhasil membalikkan kondisi dari rugi menjadi laba berkat upaya dan dedikasi setiap Kru Muamalat,

ditunjang oleh kepemimpinan yang kuat, strategi pengembangan usaha yang tepat, serta ketaatan terhadap pelaksanaan perbankan syariah secara murni. Melalui masa-masa sulit ini, Bank Muamalat berhasil bangkit dari keterpurukan. Diawali dari pengangkatan kepengurusan baru dimana seluruh anggota Direksi diangkat dari dalam tubuh Muamalat, Bank Muamalat kemudian menggelar rencana kerja lima tahun dengan penekanan pada (i) tidak mengandalkan setoran modal tambahan dari para pemegang saham, (ii) tidak melakukan PHK satu pun terhadap sumber daya insani yang ada, dan dalam hal pemangkasan biaya, tidak memotong hak Kru Muamalat sedikitpun, (iii) pemulihan kepercayaan dan rasa percaya diri Kru Muamalat menjadi prioritas utama di tahun pertama kepengurusan Direksi baru, (iv) peletakan landasan usaha baru dengan menegakkan disiplin kerja Muamalat menjadi agenda utama di tahun kedua, dan (v) pembangunan tonggak-tonggak usaha dengan menciptakan serta menumbuhkan peluang usaha menjadi sasaran Bank Muamalat pada tahun ketiga dan seterusnya, yang akhirnya membawa Bank kita, dengan rahmat Allah Rabbul Izzati, ke era pertumbuhan baru memasuki tahun 2004 dan seterusnya.

4.2. Visi dan Misi Bank Muamalat

Visi Bank Muamalat adalah menjadi bank syariah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dikagumi di pasar rasional.

Misi Bank Muamalat adalah Menjadi ROLE MODEL Lembaga Keuangan Syariah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai bagi *stakeholder*.

4.3. Penghargaan Yang Diraih

1. *The Best Islamic Financial Institution in Indonesia 2009, 2010, 2011, and 2012. Global Finance Award New York.*
2. *The Best Islamic Finance Bank in Indonesia 2009, 2010, 2011, and 2012. Alpha Southeast Asia Hong Kong.*
3. *Asia Anti Fraud (AAF) award 2011.*
4. *Brand Equity Champion of Islamic Banking 2012.*
5. *Most Popular Brand of Islamic Banking 2012.*
6. *Digital Sharia Saving Brand Infobank 2011.*
7. *Infobank award 2012. Predikat sangat bagus atas kinerja keuangan tahun 2011.*
8. *The Best Indonesian Loyalty Bank 2012. IBLA.*
9. *Banking Service Excellent Award 2012. 1st Best ATM Sharia Bank.*
10. *Call Centre Award 2012 Category, Sharia Banking For Sale Muamalat For Achieving Good Service Performance.*
11. *Sharia Brand. Top Brand 2012*
12. *Bisnis Indonesia Award 2012 Kategori Bank Syariah Terbaik.*

13. *Indonesia Enterprise Risk Management Award 2012*. Kategori Bank Syariah Aset Terbaik 10 T di Bidang Manajemen Resiko Operasional Syariah.
14. *Property and Bank Award 2012*. Bank Syariah Terdepan Dalam Pelayanan dan Perlindungan Nasabah.

4.4. Struktur Manajemen PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk.

Adapun Struktur organisasi dari Bank Muamalat adalah:

1. Rapat Umum Pemegang Saham (*Shareholders Meeting*)

Adalah dewan tertinggi yang ada di Bank Muamalat Indonesia. Tugasnya memimpin rapat pemegang saham serta mengawasi jalannya kegiatan yang dilaksanakan oleh Bank Muamalat Indonesia.

2. Dewan Komisaris (*Board of Commissioner*)

Adalah wakil dari pemegang saham yang mempunyai peran sebagai pengawas dan bersama Dewan Direksi merumuskan strategi jangka panjang perusahaan. Adapun tugas Dewan Komisaris adalah sebagai berikut:

- 1) Mengawasi kebijaksanaan Direksi dalam menjalankan Perseroan serta memberi nasihat kepada Dewan Direksi.

- 2) Melakukan tugas-tugas secara kusus diberikan kepadanya menurut Anggaran Dasar.
 - 3) Melakukan pengawasan atas tugas-tugas yang diputuskan oleh Rapat Umum Pemegang Saham.
 - 4) Mengawasi pelaksanaan rencana kerja dan anggaran dasar Perseroan serta menyampaikan hasil penilaian serta pendapatnya kepada Rapat Umum Pemegang Saham.
 - 5) Mengikuti perkembangan kegiatan Perseroan, dan dalam hal Perseroan menunjukkan gejala kemunduran, segera melaporkan kepada Rapat Umum Pemegang Saham dengan disertai saran mengenai langkah perbaikan yang harus ditempuh.
 - 6) Memberikan pendapat dan saran kepada Rapat Umum Pemegang Saham mengenai setiap persoalan yang dianggap penting bagi pengelolaan Perseroan.
 - 7) Melakukan tugas-tugas pengawasan lainnya yang ditentukan oleh Rapat Umum Pemegang Saham dan tugas lain yang berhubungan dengan pemeriksaan dan pengawasan.
3. Dewan Pengawas Syari'ah (*Sharia Supervisory Board*)

Dewan Pengawas Syari'ah dalam organisasi bank bersifat independen dan terpisah dari pengurus bank, sehingga tidak

mempunyai akses terhadap operasional Bank. Adapun tugas dan wewenang Dewan Pengawas Syariah adalah sebagai berikut:

- 1) Melakukan pengawasan atas produk Perbankan dalam menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat agar berjalan sesuai dengan prinsip Syariah.
- 2) Memberikan pedoman dan garis-garis besar Syariah.
- 3) Mengadakan perbaikan atas produk yang tidak sesuai dengan Syariah.
- 4) Memberikan jawaban dalam bentuk fatwa atas permasalahan yang dihadapi pihak eksekutif dan operasi.
- 5) Memeriksa Buku Laporan Tahunan dan kesesuaian Syariah di semua produk dan operasi selama tahun berjalan.
- 6) Memberikan nasihat kepada Direksi dan Komisaris agar seluruh kegiatan Perbankan sesuai dengan Syariah Islam.

4. *Operation Director*

Mempunyai wewenang dan tanggung jawab membuat kebijakan khususnya dalam bidang operasional, melaksanakan koordinasi dan pembinaan bawahan serta pengawasan kegiatan operasional. Tugas pokok Direksi adalah:



- 1) Memimpin dan mengurus Perseroan sesuai dengan maksud dan tujuan Perseroan dan senantiasa berusaha meningkatkan efisiensi dan efektifitas Perseroan.
- 2) Menguasai, memelihara dan mengurus kekayaan Perseroan.

5. *Administration Group*

Ruang lingkup kerja:

- 1) Melakukan supervisi dan *monitoring* terhadap segenap Kantor Cabang atas pelaksanaan atau jalannya operasional.
- 2) Melakukan konsolidasi terhadap pembuatan dan *monitoring* Laporan-laporan Bulanan Keuangan Bank dan menyampaikannya pada pihak intern atau ekstern yang berkepentingan.
- 3) Melakukan koordinasi dalam pelaksanaan repegawaiitmen dan seleksi calon karyawan, proses administrasi kegiatan penempatan dan penempatan kembali karyawan, proses terminasi atau pengunduran diri karyawan serta memonitor dan memelihara *data base* kepersonaliaan.
- 4) Melakuakn proses dan administrasi pembiayaan karyawan, pembayaran gaji serta pembayaran JAMSOSTEK dan pajak (pph 21) seluruh karyawan serta pengurus Bank.

- 5) Melakuakn koordinasi dalam penyediaan sarana logistik dalam rangka persiapan pembukaan atau pengembangan Kantor Cabang meliputi jaringan komuniaksi dan sarana penunjang operasional lainnya.
- 6) Melakukan koordinasi terhadap pengelola sistem komunikasi data untuk mendukung operasional *online* pusat pengolahan data keseluruhan Cabang Bank Muamalat Indonesia serta berkoordinasi dengan pihak ekstern.

6. *Corporate Support Group*

Ruang lingkup kerja:

- 1) Menyiapkan dan melaksanakan legal action atas kebijakan manajemen.
- 2) Memberikan masukan dalam penyusunan manual, prodik, akad, dan keputusan yang terkait dengan aspek hukum.
- 3) Meningkatkan pengetahuan dalam positif masyarakat tentang Bank Muamalat Indonesia.
- 4) Membangun pendekatan dan citra positif Bank Muamalat Indonesia pada *emotional market*.

- 5) Meraih dukungan moril maupun materil dari *stakeholder* maupun *new investor*.

7. *Internal Audit Group*

Ruang lingkup kerja:

- 1) Berwenang untuk melakukan akses terhadap catatan karyawan, sumber daya dan dana serta asset bank lainnya yang berkaitan dengan pelaksanaan audit.
- 2) Memeriksa dan menilai atas kecukupan dari struktur pengendalian intern.
- 3) Memeriksa dan menilai kualitas kerja dalam melaksanakan tanggung jawab yang telah dilaksanakan.
- 4) Memberikan saran perbaikan baik untuk kecukupan dan efektifitas atau kehandalan struktur pengendalian intern maupun perbaikan pelaksanaan.
- 5) Memberikan informasi dan saran kepada manajemen mengenai hal-hal yang berkaitan dengan upaya menjadikan Bank lebih maju.

8. *Business Development Group*

Ruang lingkup kerja:

A. *Marketing*:

- 1) *Marketing plan* dan *marketing strategy* sebagai *guidance* bagi Cabang.
- 2) Bersama *financing* dan *sattlement group* membuat *target lending* dan *funding revenue system* dan *technology*.
- 3) Melakukan pengembangan sistem dan teknologi untuk mendukung operasional Bank.

B. Produk dan *Development*:

- 1) Melakukan riset, survey, dan pengembangan produk.
- 2) Melakukan *review* produk dan fitur produk.
- 3) Merumuskan tarif layanan produk.

C. SISOP dan UAT (*USSER acceptance Test*)

- 1) Merencanakan, menyusun atau membuat dan memperbaiki prosedur peraturan atau kebijakan pribadi.
- 2) Menyebarkan ketentuan pemerintah seperti SEBI, PP, Undang-undang dan sejenisnya untuk bidang operasi Bank.
- 3) Sosialisasi dan emplementasi prosedur yang telah dibuat dan direvisi.

- 4) Memantau dan melakukan *supervise* terhadap layanan dan operasi selindo, sehingga kualitas layanan dan operasi dapat dipenuhi.
- 5) Melakukan UAT atas produk atau program yang akan diluncurkan dan disesuaikan dengan manual operasi yang dibuat.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dilakukan analisis terhadap data primer untuk mengukur pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan menabung pada Bank Muamalat Di Kota Palembang Cabang Plaju. Selanjutnya analisis hasil penelitian dan pembahasan ini dilakukan untuk menjawab perumusan masalah yang diajukan pada Bab I.

5.1. Uji Akurasi Data

Akurasi data merupakan tahap awal yang perlu dilakukan untuk memastikan bahwa instrument penelitian merupakan alat ukur yang perlu dilakukan untuk memastikan bahwa instrument penelitian merupakan alat ukur yang akurat dan dapat dipercaya. Analisis data meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Pada penelitian ini, peneliti menyebarkan 100 kuisisioner kepada 100 responden, yang terdiri dari 100 orang nasabah Bank Muamalat Cabang Plaju.

5.1.1. Uji Validitas

Suatu kuisisioner dikatakan valid (sah) apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur, oleh karena itu uji validitas digunakan untuk mengukur derajat ketepatan dalam penelitian. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan bantuan *Program SPSS Windows Realise 11.5* dimana analisis hasil dapat dilakukan dengan membaca kolom corrected Item-

Total Correlation (CITC). Apabila nilai korelasi hitung data melebihi nilai CITC maka data tersebut dikatakan valid (sah) yakni $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Perhitungan t tabel akan terlebih dahulu dilakukan untuk mendapatkan koefisien r tabel. Selanjutnya bila koefisien CITC (r_{hitung}) > maka data dinyatakan valid demikian sebaliknya. Adapun rumus yang digunakan adalah :

$$T_{tabel} : \text{syntax: IDFT}(p, df)$$

$$\text{Syntax } r = t / \text{SQRT}(df + t^2)$$

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No.	Variabel Utama	T	R	CITC	Ket
1	Bank Muamalat adalah Bank murni syari'ah, dan keputusan anda menabung pada Bank Muamalat adalah untuk menegakkan syariat Islam	1,98	0,20	0.3033	Valid
2	Pelayanan yang anda peroleh dari Bank Muamalat adalah baik.	1,98	0,20	0.1576	Tidak Valid
3	Suasana kantor atau bank Muamalat tersebut mampu memberikan kesan nyaman.	1,98	0,20	0.1902	Tidak Valid

4	Selama terjadinya transaksi dan sesudah transaksi setiap nasabah dijamin keamanan data pentingnya.	1,98	0,20	0.2525	Valid
5	Anda tidak merasa rugi setiap kali transaksi, karena anda percaya akan hukum Islam yang digunakan dalam kegiatannya.	1,98	0,20	0.0202	Tidak Valid
6	Ada Jaminan setiap kali transaksi dilakukan, dengan tujuan tidak ada satu pihak yang untung atau rugi	1,98	0,20	0.3981	Valid
7	Adanya sistem bagi hasil yang telah disepakati, sehingga memperkecil resiko ketidakpuasan anda.	1,98	0,20	0.2825	Valid
8	Pada setiap transaksi ada persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi demi kelancaran transaksi, dan persyaratan tersebut tidak memberatkan	1,98	0,20	-0.0251	Tidak Valid
9	Mesin ATM Bank Muamalat mudah didapatkan (ditemukan).	1,98	0,20	0.2439	Valid

10	Kantor Bank Muamalat mudah akses nya, sehingga mempermudah nasabah untuk menemukan.	1,98	0,20	0.3269	Valid
11	Iklan-iklan yang ada pada media mempermudah anda untuk mengetahui informasi bank Muamalat.	1,98	0,20	0.2299	Valid
12	Anda bisa mendapatkan informasi lebih lanjut melalui web resmi dan/atau datang langsung ke Bank Muamalat	1,98	0.20	-0.1012	Tidak Valid
13	Customer service dan/atau teller pada Bank Muamalat mampu memberikan kepuasan setiap kali anda ingin bertransaksi	1,98	0,20	0.2534	Valid
14	Customer service dan/atau teller pada Bank Muamalat mampu memberikan anda kepercayaan dalam melakukan kegiatan transaksi	1,98	0,20	0.0540	Tidak Valid
15	Setiap karyawan bank Muamalat memberikan kesan ramah.	1,98	0,20	0.1219	Tidak Valid

16	Karyawan-karyawan bank mampu menghadirkan kenyamanan selama berada didalam bank.	1,98	0,20	0.2951	Valid
17	Bank Muamalat adalah pilihan utama anda sebagai bank yang dapat dipercaya keunggulan murni syariah nya.	1,98	0,20	0.5829	Valid
18	Desain kantor, warna dan interior yang unik mampu menarik perhatian konsumen atau nasabah.	1,98	0,20	0.4152	Valid
19	Bank Muamalat memiliki keunggulan yang jauh dari Bank-bank lainnya.	1,98	0,20	0.0591	Tidak Valid
20	Menjadi nasabah bank Muamalat meberikan anda keuntungan bebas dari kegiatan riba?	1,98	0,20	0.1415	Tidak Valid

Sumber : Pengolahan Data Primer

Dilihat dari tabel diatas, terdapat Sembilan variabel utama yang memiliki nilai kurang dari 0,20, maka variabel tersebut dinyatakan tidak valid. Setelah variabel tidak valid tadi dikeluarkan maka didapat sebelas variabel yang valid, seperti terdapat pada tabel dibawah ini :

Tabel 2.1. Hasil uji validitas setelah Sembilan indikator tidak valid dikeluarkan

No.	Variabel Utama	T	R	CITC	Ket
1	Bank Muamalat adalah Bank murni syari'ah, dan keputusan anda menabung pada Bank Muamalat adalah untuk menegakkan syariat Islam	1,98	0,20	0.2779	Valid
4	Selama terjadinya transaksi dan sesudah transaksi setiap nasabah dijamin keamanan data pentingnya.	1,98	0,20	0.2242	Valid
6	Ada Jaminan setiap kali transaksi dilakukan, dengan tujuan tidak ada satu pihak yang untung atau rugi	1,98	0,20	0.3769	Valid
7	Adanya sistem bagi hasil yang telah disepakati, sehingga memperkecil resiko ketidakpuasan anda.	1,98	0,20	0.3199	Valid
9	Mesin ATM Bank Muamalat mudah didapatkan (ditemukan)	1,98	0,20	0.3092	Valid
10	Kantor Bank Muamalat mudah akses nya, sehingga mempermudah nasabah untuk menemukan.	1,98	0,20	0.3850	Valid

11	Iklan-iklan yang ada pada media mempermudah anda untuk mengetahui informasi bank Muamalat.	1,98	0,20	0. 3850	Valid
13	Customer service dan/atau teller pada Bank Muamalat mampu memberikan kepuasan setiap kali anda ingin bertransaksi	1,98	0,20	0. 2696	Valid
16	Karyawan-karyawan bank mampu menghadirkan kenyamanan selama berada didalam bank.	1,98	0,20	0. 3432	Valid
17	Bank Muamalat adalah pilihan utama anda sebagai bank yang dapat dipercaya keunggulan murni syariahnya.	1,98	0,20	0. 5684	Valid
18	Desain kantor, warna dan interior yang unik mampu menarik perhatian konsumen atau nasabah.	1,98	0,20	0. 3960	Valid

Sumber : Pengolahan Data Primer

5.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat diandalkan. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur ketepatan atau kejituan suatu instrument yang apabila dicobakan secara berulang kali pada kelompok yang sama akan mendapatkan hasil yang

serupa. Dalam perhitungan uji reliabilitas, nilai *reliability coefficient* (alpha hitung) harus $> 0,6$. Dari hasil pengolahan data didapat koefisien alpha hitung 0,6991.

5.2. Analisis Statistik Deskriptif

5.2.1. Analisis Deskriptif Non Variabel

Analisis deskriptif non variabel dilakukan dengan menginterpretasikan data frekuensi dari profil (karakteristik) responden. Dari hasil penyebaran kuisisioner yang telah dilakukan didapat karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, usia, profesi, pengeluaran per bulan, sumber mendapatkan informasi, dan berapa lama sudah menggunakan jasa Bank Muamalat.

5.2.1.1. Jenis Kelamin

Tabel 3. Jenis kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
laki-laki	55	55.0	55.0	55.0
perempuan	45	45.0	45.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel 5.4 karakteristik jenis kelamin di atas dapat dilihat bahwa dari 100 responden, 55 responden atau (55%) merupakan responden laki-laki dan 45 responden atau (45%) merupakan responden perempuan. Hal ini menunjukkan keseimbangan sampel dan informasi

yang diperoleh saling melengkapi antara wanita dan pria yang mewakili kedua jenis kelamin tersebut.

5.2.1.2. Usia

Tabel 3.1. Usia

	Frequency	Cumulative Percent
<20 tahun	15	15.0
20-25 tahun	31	46.0
26-30 tahun	25	71.0
>30 tahun	29	100.0
Total	100	

Sumber : Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel 5.5 karakteristik usia di atas dapat dilihat bahwa dari 100 responden, responden dengan usia antara 20 – 25 tahun merupakan responden yang paling banyak jumlahnya atau sebesar 31%. Kemudian, kelompok usia >30 tahun dan kelompok usia 26 – 30 tahun berada di urutan kedua dan ketiga yaitu masing-masing sebesar 29% dan 25%. Sedangkan kelompok usia <20 tahun merupakan kelompok usia paling sedikit yaitu hanya sebesar 15%.

5.2.1.3. Profesi

Tabel 3.2. Profesi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
wiraswasta	18	18.0	18.0	18.0
pegawai swasta	18	18.0	18.0	36.0
profesional	12	12.0	12.0	48.0
PNS/BUMN	15	15.0	15.0	63.0
Mahasiswa/pelajar	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan Data Primer

Sebanyak 37 orang atau 37% responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa, 18 orang atau 18% adalah wiraswasta dan 18 orang atau 18% berikutnya adalah pegawai swasta. Selanjutnya sebanyak 15 orang atau 15% adalah PNS/BUMN dan 12 orang atau 12% adalah profesional.

5.2.1.4. Pengeluaran Per Bulan

Tabel 3.3. Pengeluaran Per Bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<Rp. 500.000	28	28.0	28.0	28.0
Rp. 500.000-Rp. 1.000.000	22	22.0	22.0	50.0
Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000	18	18.0	18.0	68.0
>Rp. 2.000.000	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan Data Primer

Dalam penelitian ini, sebanyak 28 orang atau 28% mempunyai pengeluaran <500.000 perbulan, 22 orang atau 22% berpengeluaran antara 5.000.000 – 1.000.000 perbulan, 18 orang atau 18% pengeluaran



per bulannya antara 1.000.000 – 2.000.000 dan sebanyak 32 orang atau 32% mempunyai pengeluaran >2.000.000.

5.2.1.5. Sumber Informasi

Tabel 3.4. Sumber Informasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
teman	41	41.0	41.0	41.0
keluarga	40	40.0	40.0	81.0
datang langsung ke bank	14	14.0	14.0	95.0
lainnya	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan Data Primer

Adapun informasi yang diperoleh nasabah adalah 41 orang atau 41% berasal dari teman, 40 orang atau 40% tahu dari keluarga, 14 orang atau 14% datang langsung ke bank dan 5 orang atau 5% dari sumber lainnya.

5.2.1.6. Lama Menjadi Nasabah

Tabel 3.5. Lama Menjadi Nasabah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
>1 tahun	21	21.0	21.0	21.0
1-2 tahun	32	32.0	32.0	53.0
2-3 tahun	29	29.0	29.0	82.0
>3 tahun	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Pengolahan Data Primer

Dari hasil penelitian, sebanyak 21 responden atau 21% telah menjadi nasabah bank muamalat <1 tahun, 32 responden atau 32% selama 1-2

tahun, 29 responden atau 29 % selama 2-3 tahun dan 18 responden atau 18% telah menjadi nasabah >3tahun.

5.2.2. Analisis Deskriptif Variabel Utama

Analisis ini dilakukan dengan menginterpretasikan variabel variabel utama yang menjadi alat inti dalam mengukur pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan menabung pada Bank Muamalat Palembang, variabel tersebut terdiri dari variabel dependen dan variabel independen yang terbagi ke dalam 5 dimensi.

5.2.2.1. Analisis Deskriptif Variabel Independen

5.2.2.1.1. Dimensi Kualitas

Tabel 3.6. Analisis Deskriptif Kualitas (X1)

Indikator	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Total
Bank Muamalat adalah Bank murni syari'ah, dan keputusan anda menabung pada Bank Muamalat adalah untuk menegakkan syariat Islam	0	0	31	37	32	0	100
Selama terjadinya transaksi dan sesudah transaksi setiap nasabah dijamin keamanan data pentingnya.	0	0	1	19	43	37	100

Sumber : Pengolahan Data Primer

Dari Tabel dapat dilihat dari 100 responden yang menjadi sampel dapat diketahui beberapa hal mengenai indikator variabel kualitas, yaitu :

1. Ada sebanyak 37 responden yang menjawab cukup setuju atau 37% nasabah yang mengatakan bahwa pilihan mereka untuk menabung pada Bank Muamalat bukan hanya semata-mata untuk menegakkan syariat Islam melainkan hanya untuk menjadikan Bank Muamalat sebagai tempat menabung biasa.
2. Ada sebanyak 43 responden (43%) yang menjawab setuju terhadap terjaganya keamanan data-data penting sebagai nasabah ketika transaksi sedang berlangsung dan setelah berlangsungnya transaksi.

5.2.2.1.2. Dimensi Resiko

Tabel 3.7. Analisis Deskriptif Resiko (X2)

Indikator	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Total
Ada Jaminan setiap kali transaksi dilakukan, dengan tujuan tidak ada satu pihak yang untung atau rugi	0	0	1	41	40	18	100
Adanya sistem bagi hasil yang telah disepakati, sehingga memperkecil resiko	0	0	2	12	49	37	100

ketidakpuasan
anda.

Sumber : Pengolahan Data Primer

1. Dari data tabel diatas terdapat 41 responden (41%) yang menjawab cukup setuju ketika ditanyai adanya jaminan setiap kali transaksi agar kedua belah pihak tidak rugi, atau untuk sebelah pihak
2. Ada sebanyak 49 responden (49%) yang menjawab setuju pada sistem bagi hasil yang diterapkan Bank Muamalat dalam kegiatan transaksinya, hal tersebut tentu dapat mengamankan para nasabah dari resiko bunga yang merugikan secara kaidah agama (syariat Islam).

5.2.2.1.3. Dimensi Distribusi

Tabel 3.8. Analisis Deskriptif Distribusi (X3)

Indikator	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Total
Mesin ATM Bank Muamalat mudah didapatkan (ditemukan)	0	0	22	51	27	0	100
Kantor Bank Muamalat mudah akses nya, sehingga mempermudah nasabah untuk menemukan.	0	0	12	47	24	17	100
Iklan-iklan yang ada pada media mempermudah anda untuk	0	0	2	12	49	37	100

mengetahui
informasi bank
Muamalat.

Sumber : Pengolahan Data Primer

1. Ada sebanyak 51 responden (51%) yang menjawab cukup setuju dengan pertanyaan kemudahan mereka dalam mencari dan menemukan ATM Bank Muamalat. Dikarenakan responden yang diberikan pertanyaan berada tidak jauh dari tempat dimana Bank atau ATM tersebut berada.
2. Dari data diatas ada sebanyak 47 responden (47%) yang menyatakan cukup setuju dengan pertanyaan Bank Muamalat mudah untuk diakses keberadaannya, sama seperti persoalan ATM diatas, akses yang mudah bagi sebagian responden tersebut juga dipengaruhi tempat tinggal responden yang terletak tidak jauh dari Bank Muamalat setempat.
3. Berdasarkan data pada tabel, ada sebanyak 49 responden (49%) yang menjawab setuju untuk pertanyaan akses informasi mengenai Bank Muamalat melalui iklan-iklan yang ada.

5.2.2.1.4. Dimensi Produsen

Tabel 3.9. Analisis Deskriptif Produsen (X4)

Indikator	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Total
Customer service dan/atau teller pada Bank Muamalat mampu memberikan kepuasan setiap kali anda ingin bertransaksi	0	0	6	48	32	14	100
Karyawan-karyawan bank mampu menghadirkan kenyamanan selama berada didalam bank.	0	0	4	8	44	44	100

Sumber : Pengolahan Data Primer

1. Sebanyak 48 responden menjawab cukup setuju bahwa setiap kali melakukan transaksi mereka mendapatkan kepuasan dari pelayanan yang diberikan customer service dan/atau teller atau karyawan lain yang berada pada Bank Muamalat.
2. Ada persamaan frekuensi sebesar 44 responden (44%) antara setuju dan sangat setuju yang diutarakan dalam pertanyaan kenyamanan yang ditimbulkan oleh keramahan setiap karyawan yang ada pada Bank.

5.2.2.1.5. Dimensi Posisi Produk

Tabel 3.10. Analisis Deskriptif Posisi Produk

Indikator	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Total
Customer service dan/atau teller pada Bank Muamalat mampu memberikan kepuasan setiap kali anda ingin bertransaksi	0	0	10	29	27	34	100
Karyawan-karyawan bank mampu menghadirkan kenyamanan selama berada didalam bank.	0	0	8	25	41	26	100

Sumber : Pengolahan Data Primer

1. Ada sebanyak 34 responden (34%) yang menjawab sangat setuju bahwa Bank Muamalat bisa diandalkan kemurnian sistem syariahnya dan tentu dapat dipercaya.
2. Dari data tabel diatas didapat sebanyak 41 responden yang menjawab setuju bahwa desain kantor yang unik dan nyaman bisa menarik perhatian calon nasabah atau nasabah itu sendiri untuk menumbuhkan rasa ingin mencoba karena tertarik dan merasa nyaman.

5.3. Analisis Korelasi dan Regresi Linear Berganda

Analisis korelasi digunakan untuk melihat seberapa besar hubungan antara variabel persepsi konsumen atau nasabah (X) terhadap variabel keputusan menabung (Y).

Tabel 3.11. *Correlation*

		keputusan menabung (y)	kualitas (x1)	resiko (x2)	distribusi (x3)	produsen (x4)	posisi produk (x5)
keputusan menabung (y)	Pearson Correlation	1	-.017	.087	.057	-.175(*)	.223(*)
	Sig. (1-tailed)		.434	.195	.287	.041	.013
	N	100	100	100	100	100	100
kualitas (x1)	Pearson Correlation	-.017	1	.385(**)	.282(**)	.175(*)	.269(**)
	Sig. (1-tailed)	.434		.000	.002	.041	.003
	N	100	100	100	100	100	100
resiko (x2)	Pearson Correlation	.087	.385(**)	1	.210(*)	.205(*)	.438(**)
	Sig. (1-tailed)	.195	.000		.018	.020	.000
	N	100	100	100	100	100	100
distribusi (x3)	Pearson Correlation	.057	.282(**)	.210(*)	1	.323(**)	.408(**)
	Sig. (1-tailed)	.287	.002	.018		.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
produsen (x4)	Pearson Correlation	-.175(*)	.175(*)	.205(*)	.323(**)	1	.338(**)
	Sig. (1-tailed)	.041	.041	.020	.001		.000
	N	100	100	100	100	100	100
posisi produk (x5)	Pearson Correlation	.223(*)	.269(**)	.438(**)	.408(**)	.338(**)	1
	Sig. (1-tailed)	.013	.003	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

* Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Sumber : Pengolahan Data Primer

Berdasarkan hasil pengolahan data primer di atas, dapat dilakukan analisis pada tabel *correlation* dengan melakukan interpretasi pada output korelasi tersebut. Interpretasinya adalah sebagai berikut:

1. Hubungan antara Kualitas (X1) dengan Keputusan Menabung (Y)

Berdasarkan tabel *Correlation* nilai *sig (1-tailed)* terdapat hubungan yang tidak signifikan antara variabel X1 dengan keputusan menabung (Y) karena signifikansinya lebih dari 0,05 yaitu 0,434. Pada Nilai *Pearson Correlation* terlihat bahwa nilai korelasi antara keputusan nasabah dengan variabel kualitas adalah sebesar 0,017 yang menunjukkan bahwa korelasinya lemah. Hal ini berarti hubungan antara keputusan menabung dengan variabel kualitas adalah lemah. Nilai *Pearson Correlation*nya yang negative menunjukkan bahwa terdapat hubungan tidak searah dan negative hubungannya antara keputusan menabung dengan variabel kualitas, hal ini menunjukkan bahwa korelasi tersebut tidak berbanding lurus, artinya semakin nilai variabel kualitas dinaikkan nilai variabel keputusan menabung juga akan ikut naik atau sebaliknya.

2. Hubungan antara Resiko (X2) dengan Keputusan Menabung (Y)

Berdasarkan tabel *Correlation* nilai *sig (1-tailed)* terdapat hubungan yang tidak signifikan antara variabel keputusan menabung dengan variabel resiko karena signifikansinya lebih dari 0,05 yaitu 0,195. Pada nilai *Pearson Correlation* terlihat bahwa nilai korelasi antara keputusan menabung dengan resiko adalah sebesar 0,087 yang menunjukkan bahwa korelasinya lemah. Hal ini berarti terdapat hubungan antara variabel resiko terhadap variabel keputusan menabung adalah lemah. Nilai *Pearson Correlation* yang positif menunjukkan bahwa terdapat hubungan searah dan positif antara keputusan menabung dengan resiko,

hal ini menunjukkan bahwa korelasi tersebut berbanding lurus, artinya semakin nilai variabel resiko dinaikkan, keputusan menabung juga akan ikut naik atau sebaliknya.

3. Hubungan antara Distribusi (X3) dengan Keputusan Menabung (Y)
Berdasarkan tabel *Correlation* nilai *sig (1-tailed)* terdapat hubungan yang tidak signifikan antara variabel distribusi dengan keputusan menabung karena signifikansinya lebih dari 0.05 yaitu 0,287. Pada nilai *Pearson Correlation* terlihat bahwa nilai korelasi antara keputusan menabung dengan distribusi adalah sebesar 0,057 yang menunjukkan bahwa korelasinya lemah. Hal ini berarti terdapat hubungan antara variabel distribusi terhadap variabel keputusan menabung adalah lemah. Nilai *Pearson Correlation* yang positif menunjukkan bahwa terdapat hubungan searah dan positif antara keputusan menabung dengan distribusi, hal ini menunjukkan bahwa korelasi tersebut berbanding lurus, artinya semakin nilai variabel distribusi dinaikkan nilai variabel keputusan menabung juga akan ikut naik atau sebaliknya.

4. Hubungan antara Produsen (X4) dengan Keputusan Menabung (Y)
Berdasarkan tabel *Correlation* nilai *sig (1-tailed)* terdapat hubungan yang signifikan antara variabel produsen dengan keputusan menabung karena signifikansinya kurang dari 0,05 yaitu 0,041. Pada nilai *Pearson Correlation* terlihat bahwa nilai korelasi antara keputusan menabung dengan Produsen adalah sebesar 0,175 yang menunjukkan bahwa korelasinya lemah. Hal ini berarti terdapat hubungan antara variabel

produsen terhadap variabel keputusan menabung namun hubungannya tidak cukup kuat. Nilai *Pearson Correlation* yang negative menunjukkan bahwa terdapat hubungan tidak searah dan negative hubungannya antara keputusan menabung dengan variabel kualitas, hal ini menunjukkan bahwa korelasi tersebut tidak berbanding lurus, artinya semakin nilai variabel kualitas dinaikkan nilai variabel keputusan menabung juga akan ikut naik atau sebaliknya.

5. Hubungan antara Posisi Produk dengan Keputusan Menabung

Berdasarkan tabel *Correlation* nilai *sig (1-tailed)* terdapat hubungan yang signifikan antara variabel produsen dengan keputusan menabung karena signifikansinya kurang dari 0,05 yaitu 0,013. Pada nilai *Pearson Correlation* terlihat bahwa nilai korelasi antara keputusan menabung dengan posisi produk adalah sebesar 0,223 yang menunjukkan bahwa korelasinya lemah. Hal ini berarti terdapat hubungan antara variabel posisi produk terhadap variabel keputusan menabung namun hubungannya tidak begitu kuat. Nilai *Pearson Correlation* yang positif menunjukkan bahwa terdapat hubungan searah dan positif antara keputusan menabung dengan distribusi, hal ini menunjukkan bahwa korelasi tersebut berbanding lurus, artinya semakin nilai variabel distribusi dinaikkan nilai variabel keputusan menabung juga akan ikut naik atau sebaliknya.

Tabel 3.12. Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	posisi produk (x5), kualitas (x1), produsen (x4), distribusi (x3), resiko (x2)(a)		Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: keputusan menabung (y)

Sumber : Pengolahan Data Primer

Pada tabel diatas *Variables Entered/Removed* diatas menunjukkan bahwa tidak ada variabel yang dikeluarkan (Removed). Jadi semua variabel bisa dimasukkan dalam perhitungan regresi selanjutnya.

Tabel 3.13. Model Summary(c)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.354(a)	.125	.079	3.145

a Predictors: (Constant), posisi produk (x5), kualitas (x1), produsen (x4), distribusi (x3), resiko (x2)

Sumber : Pengolahan Data Penelitian

Berdasarkan pengolahan data primer diatas, nilai dari koefisien korelasi dan koefisien determinasi dapat digunakan untuk mempengaruhi besarnya proporsi variabel-variabel independen (X) dalam menjelaskan variasi perubahan-perubahan variabel dependen (Y). Koefisien korelasi sebesar 0,354 menandakan bahwa terdapat pengaruh yang lemah dan searah antara persepsi konsumen dan keputusan menabung pada Bank

Muamalat. Koefisien determinasi sebesar 0,125 berarti bahwa hanya 12,5% keputusan konsumen mampu menjelaskan oleh persepsi konsumen yang terdiri dari Kualitas, Resiko, Distribusi, Produsen, dan Posisi Produk, sedangkan sisanya 87,5% dijelaskan oleh variabel lain yang dalam penelitian ini dianggap tetap (*ceteris paribus*).

Tabel 3.14. ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	132.987	5	26.597	2.689	.026(a)
	Residual	929.773	94	9.891		
	Total	1062.760	99			

a Predictors: (Constant), posisi produk (x5), kualitas (x1), produsen (x4), distribusi (x3), resiko (x2)

b Dependent Variable: keputusan menabung (y)

Sumber: Pengolahan data penelitian

Berdasarkan tabel uji Anova atau uji F, varian produk didapat F hitung adalah 2,689 dengan tingkat signifikansi 0,026 oleh karena probabilitas 0,026 lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel keputusan pembelian atau dapat dikatakan bahwa Kualitas (X1), Resiko (X2), Distribusi (X3), Produsen (X4), dan Posisi Produk (X5) bisa mempengaruhi keputusan menabung.

Tabel 3.15. Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.351	3.923		6.717	.000
	kualitas (x1)	-.215	.322	-.072	-.669	.505
	resiko (x2)	.083	.323	.029	.258	.797
	distribusi (x3)	.074	.225	.036	.329	.743
	produsen (x4)	-.768	.283	-.286	-2.713	.008
	posisi produk (x5)	.642	.243	.311	2.648	.010

a Dependent Variable: keputusan menabung (Y)
 Sumber : Pengolahan data penelitian

Berdasarkan tabel, hasil pengolahan data primer, dapat dilakukan analisis sebagai berikut:

Pada kolom *sig* pada model pertama terlihat bahwa tingkat signifikan variabel Produsen (X4) dan Posisi produk (X5) mempunyai tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,008 dan 0,010 karena itu variabel tersebut berpengaruh terhadap keputusan nasabah. Namun, pada variabel Kualitas (X1), Resiko (X2), dan Distribusi (X3) mempunyai tingkat signifikan diatas 0,05 yaitu 0,505, 0,797 dan 0,743 karena itu variabel tersebut pengaruhnya tidak signifikan secara statistik terhadap keputusan nasabah pada $\alpha = 0,05$. Dikarenakan variabel Resiko (X2) nilainya sangat tinggi yaitu 0,797 maka variabel ini tidak dapat digunakan untuk memprediksi keputusan konsumen, maka selanjutnya variabel tersebut akan memprediksi keputusan nasabah.

Persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = 26,351 - 0,215X_1 + 0,083X_2 + 0,074X_3 - 0,768X_4 + 0,642X_5$$



Keterangan :

Y = Keputusan Menabung

X₁ = Kualitas

X₂ = Resiko

X₃ = Distribusi

X₄ = Produsen

X₅ = Posisi Produk

Dari Persamaan regresi linear berganda diatas mengenai pengaruh persepsi terhadap keputusan menabung pada bank Muamalat, dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 26,351 menyatakan bahwa ada banyak variabel yang tidak diteliti memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung, diluar variabel Kualitas, Resiko, Distribusi, Produsen dan Posisi Produk.
2. Koefisien X₄ sebesar -0,768 menyatakan bahwa setiap adanya 1 kali perubahan dari variabel Produsen akan mengakibatkan terjadinya perubahan pula pada keputusan menabung sebesar -0,768. Koefisien X₄ adalah *minus*, hal tersebut dikarenakan pelayanan yang nasabah dapatkan dari pegawai-pegawai bank dianggap terlalu ramah, sehingga timbul rasa kurang nyaman dari pihak nasabah.

3. Koefisien X_3 sebesar 0,642 merupakan koefisien yang paling berpengaruh terhadap variabel (Y). Koefisien tersebut menyatakan bahwa setiap adanya 1 kali perubahan dari variabel Posisi Produk akan mengakibatkan terjadinya perubahan pula pada keputusan menabung sebesar 0,642.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Melihat dari uraian-uraian, analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab-bab terdahulu, maka pada bab terakhir ini penulis akan menarik beberapa kesimpulan serta memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam merumuskan strategi pemasarannya khususnya mengenai persepsi konsumen untuk meningkatkan penjualan produknya atau jasanya di masa yang akan datang.

6.1. Kesimpulan

1. Dari uji ANOVA maka dapat diketahui bahwa tingkat signifikansi 0,026. Oleh karena itu, model regresi yang didapatkan bisa digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian atau dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas, Resiko, Distribusi, Produsen dan Posisi Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan konsumen atau nasabah. Persepsi konsumen atau nasabah secara keseluruhan bisa mempengaruhi keputusan menabung. Hal ini terlihat dari hasil analisis yang ditunjukkan bahwa dari lima variabel hanya ada dua variabel saja yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung yaitu Produsen dan Posisi Produk.

2. Variabel yang paling dominan adalah variabel Posisi Produk (X5) sebesar 0,642 sehingga variabel tersebut dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menabung pada Bank Muamalat (Y).

6.2. Saran

Saran-saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. Produsen yang ada pada Bank Muamalat Cabang Plaju termasuk anggota pegawai-pegawai bank harus memperhatikan kenyamanan nasabahnya pada saat memberikan pelayanan, nasabah tidak begitu memerlukan perlakuan yang terlalu lembut. Keinginan dari nasabah terhadap pegawai-pegawai yang ada adalah untuk bersikap standar saja, tidak kasar namun tidak terlalu lembut atau ramah.
2. Posisi produk merupakan faktor dominan yang mempengaruhi keputusan nasabah, sehingga perlu diperhatikan oleh pihak bank untuk meningkatkan indikator-indikator posisi produk tersebut. Bank Muamalat dipilih karena keunggulan murni syariahnya, sehingga hal tersebut harus terus dipertahankan oleh pihak bank agar *mindset* nasabah-nasabah tidak bergeser kearah buruk terhadap Bank Muamalat nantinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Antonio, Muhammad Syafii. (2011). *Muhammad SAW: The Super Leader Super Manager*. Cetakan kedua. Jakarta: Tazkia Multimedia & Pro L.M Centre.
- Assauri, Sofjan. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan ke-11. Jakarta: Rajawali.
- Assegaf, Abd. Rachman. *Filsafat Pendidikan Islam*. (2011). Raja Grafindo Persadja: Jakarta.
- Buchari, Alma. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta. Bandung, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13
- Natalisa, Diah (2007). *Perilaku Konsumen : Konsep Dasar Dan Pemahaman* Palembang: Penerbit Universitas Sriwijaya.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen (Edisi ke - tujuh)*. PT. Indeks.
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Umar, Bukhari. (2012). *Hadits Tarbawi: Pendidikan dalam Perspektif Hadits*. Jakarta: Amzah.

Skripsi :

Adietya, Muhlizar. 2010. *Strategi Pemasaran Bank Muamalat Indonesia Cabang Cabang Palembang Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah*. Skripsi. FE. Universitas Sriwijaya.

Sulistyowati. 2013. *Pengaruh Persepsi Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Muamalat Indonesia*. Skripsi. FE. Universitas Negeri Malang.

Jurnal :

<http://search.proquest.com/docview/220024944/6E8DD5B1E8E848DDPQ/1?accountid=31434#center>

Mieke Suarini. 2008. *Persepsi Nasabah Terhadap Layanan Produk dan Jasa E-Banking*, Vol 15 No.3. Hlm 168-177

Ghozali Maski. 2010. *Analisis Keputusan Nasabah Menabung*, *Journal of Indonesian Applied Economics*, Vol 4 No. 1. Hlm 43-57

Mustakim Muklis. 2012. *Faktor yang mempengaruhi Nasabah Dalam Memilih Bank (Syariah vs. Konvensional)*, *ASSETS* Vol 3 No.1

Muhammad Bukhori. 2012. *Penentu Keputusan Dalam Memilih Jasa Perbankan*, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Vol 17 No.2. Hlm 170-177

Website:

http://www.muamalatbank.com/home/news/siaran_pers/1865

<http://www.muamalatbank.com/home/about/profile>

DAFTAR LAMPIRAN

Reliability

Notes

Output Created	12-JUN-2014 00:08:24		
Comments			
Input	Data	D:\faul1.sav	
	Filter	<none>	
	Weight	<none>	
	Split File	<none>	
	N of Rows in Working Data File	102	
Syntax	<pre> RELIABILITY /VARIABLES=no1 no2 no3 no4 no5 no6 no7 no8 no9 no10 no11 no12 no13 no14 no15 no16 no17 no18 no19 no20 /FORMAT=NOLABELS /SCALE(ALPHA)=ALL/MODEL=ALPH A /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL </pre>		
Resources	Elapsed Time	0:00:00.01	

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	NO1	4.0100	.7977	100.0
2.	NO2	4.3300	.9326	100.0
3.	NO3	4.3500	.6723	100.0
4.	NO4	5.1600	.7617	100.0
5.	NO5	4.9000	.6435	100.0
6.	NO6	4.7500	.7571	100.0
7.	NO7	5.2100	.7288	100.0
8.	NO8	4.3900	.7371	100.0
9.	NO9	4.0500	.7017	100.0
10.	NO10	4.4600	.9148	100.0
11.	NO11	4.0200	.7383	100.0
12.	NO12	4.7400	.7333	100.0
13.	NO13	4.5400	.8093	100.0
14.	NO14	4.9600	.7775	100.0
15.	NO15	4.5800	.7808	100.0
16.	NO16	5.2800	.7795	100.0
17.	NO17	4.8500	1.0088	100.0
18.	NO18	4.8500	.9031	100.0

19.	NO19	5.1700	.7393	100.0
20.	NO20	5.2000	.6816	100.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of
SCALE	93.8000	30.0404	5.4809	Variables
				20

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
NO1	89.7900	26.8948	.3033	.5965
NO2	89.4700	27.6254	.1576	.6175
NO3	89.4500	28.2298	.1902	.6113
NO4	88.6400	27.4448	.2525	.6035
NO5	88.9000	29.4848	.0202	.6288
NO6	89.0500	26.3712	.3981	.5848
NO7	88.5900	27.3555	.2825	.6001
NO8	89.4100	29.6989	-.0251	.6365
NO9	89.7500	27.7449	.2439	.6051
NO10	89.3400	26.1459	.3269	.5914
NO11	89.7800	27.7087	.2299	.6065
NO12	89.0600	30.3196	-.1012	.6449
NO13	89.2600	27.2448	.2534	.6031
NO14	88.8400	28.9842	.0540	.6284
NO15	89.2200	28.4158	.1219	.6201
NO16	88.5200	27.0400	.2951	.5978
NO17	88.9500	23.3409	.5829	.5438
NO18	88.9500	25.4419	.4152	.5777
NO19	88.6300	29.0233	.0591	.6269
NO20	88.6000	28.5455	.1415	.6167

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 20

Alpha = .6205

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis

Reliability

Notes

Output Created	12-JUN-2014 06:29:38	
Comments		
Input	Data	D:\faul1.sav
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	102
Syntax	RELIABILITY /VARIABLES=atribut1 atribut2 atribut3 atribut4 atribut5 /FORMAT=NOLABELS /SCALE(ALPHA)=ALL/MODEL=ALPHA A /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL	
Resources	Elapsed Time	0:00:00.00

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	ATRIBUT1	4.8200	.7704	100.0
2.	ATRIBUT2	5.0800	.6464	100.0
3.	ATRIBUT3	4.6200	.9296	100.0
4.	ATRIBUT4	5.1400	.6516	100.0
5.	ATRIBUT5	5.1600	.6624	100.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	24.8200	10.7349	3.2764	5

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ATRIBUT1	20.0000	6.6869	.8670	.9055
ATRIBUT2	19.7400	7.3257	.8550	.9109
ATRIBUT3	20.2000	6.4646	.7205	.9467
ATRIBUT4	19.6800	7.2299	.8790	.9065
ATRIBUT5	19.6600	7.2368	.8584	.9095

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	NO1	4.0100	.7977	100.0
2.	NO4	5.1600	.7617	100.0
3.	NO6	4.7500	.7571	100.0
4.	NO7	5.2100	.7288	100.0
5.	NO9	4.0500	.7017	100.0
6.	NO10	4.4600	.9148	100.0
7.	NO11	4.0200	.7383	100.0
8.	NO13	4.5400	.8093	100.0
9.	NO16	5.2900	.7795	100.0
10.	NO17	4.8500	1.0088	100.0
11.	NO18	4.8500	.9031	100.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	51.1800	20.0077	4.4730	11

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
NO1	47.1700	17.5163	.2779	.6890
NO4	46.0200	17.9794	.2242	.6964
NO6	46.4300	17.0759	.3769	.6740
NO7	45.9700	17.5243	.3199	.6825
NO9	47.1300	17.6900	.3092	.6841
NO10	46.7200	16.3248	.3850	.6718
NO11	47.1600	17.6307	.2955	.6860
NO13	46.6400	17.5257	.2696	.6904
NO16	45.9000	17.1818	.3432	.6789
NO17	46.3300	14.6072	.5684	.6339
NO18	46.3300	16.3041	.3960	.6698

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 11

Alpha = .6991

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 5

Alpha = .9311

BANK MUAMALAT CABANG PLAJU PALEMBANG RESEARCH

QUESTIONNAIRE



NO:	
-----	--

Responden Y'th,

Saya adalah Mahasiswa peneliti dari Universitas Sriwijaya yang sedang mengadakan penelitian mengenai pengaruh persepsi terhadap keputusan menabung pada Bank Muamalat di kota Palembang (studi kasus pada nasabah Bank Muamalat Cabang Plaju). Demi tercapainya hasil yang diinginkan, saya sangat mengharapkan saudara/saudari dapat mengisi daftar pertanyaan ini secara lengkap dan benar. Semua informasi yang diterima sebagai hasil dari kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya akan dipergunakan untuk kepentingan penelitian semata. Terimakasih atas partisipasi Anda dalam penelitian ini.

Peneliti.

SCREENING

Apakah Anda Nasabah Bank Muamalat?

1. Ya

2. Tidak

Apabila Anda menjawab "Tidak", maka anda tidak perlu meneruskan pengisian kuesioner, karena Anda bukan merupakan Nasabah yang menabung di Bank Muamalat. Apabila "Ya", maka silahkan teruskan pertanyaan berikutnya.

PROFIL & PERILAKU KONSUMEN

Petunjuk : Cukup pilih salah satu jawaban, Lingkarilah jawaban anda tersebut

1. Jenis kelamin Anda :

1. Laki-laki

2. Perempuan

2. Usia Anda saat ini :

1. < 20 tahun

3. 26 – 30 tahun

2. 20 – 25 tahun

4. > 30 tahun

3. Profesi utama Anda saat ini :

1. Wiraswasta

3. Profesional

5. Mahasiswa/ pelajar

2. Pegawai swasta

4. PNS / BUMN

	Ada Jaminan setiap kali transaksi dilakukan, dengan tujuan tidak ada satu pihak yang untung atau rugi	1	2	3	4	5	6
	Adanya sistem bagi hasil yang telah disepakati, sehingga memperkecil resiko ketidakpuasan anda.	1	2	3	4	5	6
	Pada setiap transaksi ada persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi demi kelancaran transaksi, dan persyaratan tersebut tidak memberatkan	1	2	3	4	5	6
3	DISTRIBUSI (X3)						
	Mesin ATM Bank Muamalat mudah didapatkan (ditemukan)	1	2	3	4	5	6
	Kantor Bank Muamalat mudah akses nya, sehingga mempermudah nasabah untuk menemukan	1	2	3	4	5	6
	Iklan-iklan yang ada pada media mempermudah anda untuk mengetahui informasi bank Muamalat	1	2	3	4	5	6
	Anda bisa mendapatkan informasi lebih lanjut melalui web resmi dan/atau datang langsung ke Bank Muamalat	1	2	3	4	5	6
4	PRODUSEN (X4)						
	Customer service dan/atau teller pada Bank Muamalat mampu memberikan kepuasan setiap kali anda ingin bertransaksi	1	2	3	4	5	6
	Customer service dan/atau teller pada Bank Muamalat mampu memberikan anda kepercayaan dalam melakukan kegiatan transaksi	1	2	3	4	5	6
	Setiap karyawan bank Muamalat memberikan kesan ramah.	1	2	3	4	5	6
	Karyawan-karyawan bank mampu menghadirkan kenyamanan selama berada didalam bank.	1	2	3	4	5	6
5	POSISSIS PRODUK (X5)						
	Bank Muamalat adalah pilihan utama anda sebagai bank yang dapat dipercaya keunggulan mumi syariah nya.	1	2	3	4	5	6
	Desain kantor, warna dan interior yang unik mampu menarik perhatian konsumen atau nasabah.	1	2	3	4	5	6
	Bank Muamalat memiliki keunggulan yang jauh dari Bank-bank lainnya.	1	2	3	4	5	6

Menjadi nasabah bank Muamalat memberikan anda keuntungan bebas dari kegiatan riba'	1	2	3	4	5	6
--	---	---	---	---	---	---

KEPUTUSAN MENABUNG

No	ATRIBUT	STS	TS	KS	CS	S	SS
	Menurut anda semua yang diberikan oleh Muamalat sangat menarik dan berbeda dibandingkan dengan Bank Syariah lainnya	1	2	3	4	5	6
	Dari setiap transaksi yang dijalankan, sistem bebas bunga benar-benar dilaksanakan sesuai prinsip syariah.	1	2	3	4	5	6
	Akses mudah membuat anda bisa melakukan transaksi kapanpun.	1	2	3	4	5	6
	Informasi keterangan, dan pengarahannya dalam transaksi disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami.	1	2	3	4	5	6
	Keputusan anda memilih Bank Muamalat adalah tepat.	1	2	3	4	5	6

Saran :

.....

.....

.....

.....

TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASI ANDA DALAM PENGISIAN KUESIONER INI ☺