**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM
MEMILIH BANK SYARIAH MANDIRI
(STUDI KASUS NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI
KANTOR CABANG CIBINONG)**

¹⁾Wawan Hari Subagyo, ²⁾Urwatul Wutsqo

¹⁾Dosen Program Studi Manajemen, STIE Dewantara

Jl. Raya Pemda Bojong Depok Baru III, Karadenan, Cibinong, Bogor, Jawa Barat 16913, Indonesia

Email: wawan.hari@dewantara.ac.id

²⁾Alumni Program Studi Manajemen, STIE Dewantara

Jl. Raya Pemda Bojong Depok Baru III, Karadenan, Cibinong, Bogor, Jawa Barat 16913, Indonesia

Email: urwatul.wutsqo37@gmail.com

ABSTRACT

Research aims to understand factors affecting the difference decision-making customers in choosing Bank Syariah Mandiri and to know the key factor of decision making customers in choosing Bank Syariah Mandiri. The data used in this research was primary data obtained by the division of the questionnaire. This Questionnaire consists of nine factors that is social, personal, culture, psychological, location, products, service, facilities and to promote the total number of questions about 19 questions and they are highly capable validity and reliability. Samples to be taken as many as 100 respondents. The method of analysis that used is discriminant analysis. The results of the study showed that of factors affect the difference decision customers in choosing Bank Syariah Mandiri is the variable of the social (0,023), persons (0,027), culture (0,001), and facility (0,046). The key variable from the study is the variable “ culture “ so that can be concluded miscellany.

Keywords: Decision Customers, Bank Syariah Mandiri.

ABSTRAK

Bank Syariah kini tidak lagi asing bagi masyarakat Indonesia. Pada saat bank-bank konvensional terkena krisis moneter, bank syariah tetap berjaya dan semakin diminati masyarakat. Saat ini banyak bank konvensional memiliki unit khusus bank syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan pengambilan keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri dan untuk mengetahui faktor kunci dari pengambilan keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu diperoleh melalui pembagian kuisioner. Kuisioner ini terdiri dari sembilan faktor yaitu sosial, pribadi, budaya, psikologis, lokasi, produk, pelayanan, fasilitas dan promosi. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis diskriminan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi perbedaan keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri adalah variabel Sosial (0,023), Pribadi (0,027), Budaya (0,001), dan Fasilitas (0,046). Variabel kunci dari penelitian ini adalah variabel “budaya” sehingga dapat disimpulkan variabel tersebut adalah yang paling membedakan keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri.

Kata kunci: Keputusan Nasabah, Bank Syariah Mandiri.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri perbankan dan jasa keuangan telah mengalami kemajuan yang pesat beberapa tahun terakhir ini sebagai akibat dari kemajuan teknologi dan kebijakan deregulasi. Adanya deregulasi finansial mengakibatkan fenomena baru yang mengakibatkan iklim persaingan semakin ketat. Penyebab persaingan dalam dunia perbankan dipicu oleh pertumbuhan setiap bank, pertumbuhan setiap bank sangat dipengaruhi oleh perkembangan kemampuannya menghimpun dana masyarakat, baik berskala kecil maupun besar.

Bank Syariah kini tidak lagi asing bagi masyarakat Indonesia. Ketika bank-bank konvensional terkena krisis moneter, bank syariah tetap berjaya dan semakin diminati masyarakat. Saat ini banyak bank konvensional kini punya unit khusus bank syariah. Pada awal tahun 2016 kinerja perbankan syariah menunjukkan pertumbuhan yang positif, bila dibandingkan industri bank konvensional yang cenderung melambat pada awal tahun. Hal ini direfleksikan oleh tampilan statistik perbankan syariah yang dipublikasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan, total pembiayaan yang disalurkan bank umum syariah (BUS) dan unit usaha syariah (UUS) per Februari 2016 sebesar Rp 211,57 triliun, tumbuh 7,1% dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu sebesar Rp 197,54 triliun.

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perbedaan pengambilan keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri.
2. Untuk mengetahui faktor kunci dari pengambilan keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Metode Pengumpulan Data

Menurut Undang-Undang No. 10 tahun 1998 Bank Syariah adalah bank yang melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Prinsip syariah menurut pasal 1 ayat 13 Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang perbankan adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dengan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).

Gambar 1. Pola Operasi Bank Syariah

Sumber: Islamic Private Equity Fund, 2016

2.2 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang/jasatermasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Ada

dua elemen penting dari perilaku konsumen yaitu: proses pengambilan keputusan, dan kegiatan fisik, yang semua ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, dan mempergunakan barang/jasa secara ekonomis. (Sunnyoto, 2014).

Untuk memahami perilaku pembeli (*buying behaviour*), perlu diketahui faktor-faktor tersebut terdiri dari faktor eksternal dan faktor internal.

a. Faktor Eksternal

Faktor-faktor lingkungan eksternal menurut Kotler (2000) yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain: Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis

b. Faktor Internal

Faktor-faktor lingkungan internal menurut Kotler, dalam Chitra (2014) yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain: Lokasi, Produk, Pelayanan, Fasilitas dan Promosi

2.3 Hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh antara faktor sosial (X_1), pribadi (X_2), budaya (X_3), psikologis (X_4), lokasi (X_5), produk (X_6), pelayanan (X_7), fasilitas (X_8), dan promosi (X_9) terhadap perbedaan pengambilan keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri.

H_a : Ada pengaruh antara sosial (X_1), pribadi (X_2), budaya (X_3), psikologis (X_4), lokasi (X_5), produk (X_6), pelayanan (X_7), fasilitas (X_8), dan promosi (X_9) terhadap perbedaan pengambilan keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri.

3 METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu deskriptif kuantitatif yang merupakan jenis penelitian untuk mendeskripsikan/menjelaskan serta

menyajikan hasil penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri (Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong).

3.2 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa variabel yaitu variabel sosial (X_1), pribadi (X_2), budaya (X_3), psikologis (X_4), lokasi (X_5), produk (X_6), pelayanan (X_7), fasilitas (X_8), promosi (X_9) pada PT Bank Syariah Mandiri.

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi yang akan menjadi tempat penelitian adalah Kantor Cabang Bank Syariah Mandiri di Kabupaten Bogor khususnya wilayah Cibinong. Waktu penelitian dimulai pada bulan April sampai Agustus 2016.

3.4 Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini yang akan menjadi obyek penelitian adalah nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cibinong.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi yang menjadi bahan penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cibinong.

3.5.2 Sampel

Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah nasabah Bank Syariah Mandiri KC Cibinong dengan menggunakan teknik *purposive sampling* (pengambilan sampel secara sengaja ditujukan hanya kepada nasabah yang menabung dan memiliki rekening bank tersebut). Untuk menentukan ukuran sampel penelitian ini maka digunakan menurut Rao Purba, dalam

Suliyanto (2009) menggunakan rumus berikut:

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2}$$

$$= 96,04 \approx 100 \text{ Responden}$$

Dimana:

n : Jumlah Sempel

Z : Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% (1,96)

Moe : Margin of error max, adalah tingkat kesalahan maksimal pengembalian sampel yang masih dapat ditoleransi sebesar 10%.

Dari perhitungan di atas jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini akan digunakan teknik pengumpulan datanyasebagai berikut:

- Observasi* yaitu melakukan pengamatan secara langsung pada PT Bank Syariah Mandiri.
- Questionare* yaitu daftar pertanyaan yang diajukan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri KC Cibinong.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono, dalam Rasyid (2010): “Cara yang digunakan dalam Uji validitas adalah dengan analisa item, dimana setiap nilai yang ada pada setiap butir pertanyaan dikorelasikan dengan total nilai seluruh butir pertanyaan untuk suatu variabel dengan menggunakan rumus korelasi “*product moment*”. Syarat minimum untuk dianggap valid adalah nilai r hitung > dari nilai r tabel.”

Uji validitas dalam penelitian ini yaitu r tabel pada $\alpha = 5\%$ (0,05) dilihat pada tabel r statistik dimana nilai $df=N-2$, karena penulis

menggunakan $N=100$ maka $df=100 - 2 = 98$ dengan demikian jika dilihat dari r tabel $df = 98 = 0,1966$ dan apabila nilai item lebih kecil dari 0,1966 maka item tersebut tidak valid begitupun sebaliknya.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto, dalam Rasyid (2010): “Untuk uji reliabilitas digunakan Teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih.

3.7.3 Uji Normalitas

Pengujian normalitas juga dapat dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* yaitu:

H_0 : Variabel independen tidak berdistribusi normal.

H_1 : Variabel independen berdistribusi normal.

Kriteria ujinya adalah H_0 ditolak jika sig. pada *Kolmogorov-Smirnov* > 0,05.

3.7.4 Uji Kesamaan Matriks Varian-Kovarian (Uji Heteroskedastisitas)

Uji ini digunakan untuk menguji apakah grup mempunyai varian yang sama diantara anggota grup tersebut. Jika varians sama maka dikatakan ada homogenitas. Sedangkan jika varians tidak sama dikatakan terjadi heteroskedastisitas. (Lupiyoadi, 2015).

H_0 : Group kovarians matrik relatif berbeda (kedua variabel dependen hanya menjadi nasabah BSM dan memiliki akun lain di bank non syariah mempunyai matrik varians-kovarians yang berbeda pada group-group yang ada).

H_1 : Group kovarians matrik relatif sama (kedua variabel dependen hanya menjadi nasabah BSM dan memiliki akun lain di bank non syariah mempunyai matrik

varians-kovarians yang sama pada group-group yang ada).

Kriteria ujinya adalah H_0 ditolak jika nilai sig. pada tabel *Test Results* > 0,05. Dimana taraf signifikansi yang digunakan $\alpha = 0,05$.

3.7.5 Uji Korelasi Antar Variabel Independen (Uji Multikolinieritas)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada multikolinieritas pada data. Uji korelasi antar variabel independen untuk analisis diskriminan dilihat dari output SPSS pada tabel untuk matriks korelasi antarvariabel (Santosa dalam Sulistiyorini, 2013).

H_0 : Tidak ada korelasi antar variabel independen

H_1 : Terdapat korelasi antar variabel independen

Kriteria ujinya adalah jika berdasarkan output SPSS, H_0 ditolak jika nilai korelasi antar variabel pada tabel *Pooled Within-Groups Matrices* > 0,5. Dimana taraf signifikansi yang digunakan $\alpha = 0,05$.

3.7.6 Metode Analisis Diskriminan

Model analisis diskriminan terdiri atas kombinasi linier dari bentuk sebagai berikut:

$$D : b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_9X_9$$

Di mana:

D = 2= Hanya menjadi nasabah BSM,

1= Memiliki akun lain di bank non syariah

b= Koefisien diskriminan atau bobot

X_1 = Variabel Sosial

X_2 = Variabel Pribadi

X_3 = Variabel Budaya

X_4 = Variabel Psikologis

X_5 = Variabel Lokasi

X_6 = Variabel Produk

X_7 = Variabel Pelayanan

X_8 = Variabel Fasilitas

X_9 = Variabel Promosi

Yang diestimasi adalah koefisien 'b', sehingga nilai 'D' setiap grup sedapat mungkin berbeda. Ini terjadi pada saat rasio jumlah kuadrat antargrup (*between-group sum of squares*) terhadap jumlah kuadrat dalam grup (*within-group sum of square*) untuk skor diskriminan mencapai maksimum. Berdasarkan nilai D itulah keanggotaan seseorang diprediksi.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 23 diperoleh hasil uji validitas seperti tabel berikut ini:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Kriteria	r hitung	r tabel	Ket.
Sosial	0,703	0,1966	Valid
Pribadi	0,731	0,1966	Valid
Budaya	0,663	0,1966	Valid
Psikologis	0,685	0,1966	Valid
Lokasi	0,580	0,1966	Valid
Produk	0,762	0,1966	Valid
Pelayanan	0,505	0,1966	Valid
Fasilitas	0,651	0,1966	Valid
Promosi	0,649	0,1966	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan pengujian pada tabel 1. di atas dapat diketahui bahwa seluruh nilai r hitung dari semua indikator memiliki hasil lebih besar dari pada r tabel maka dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada kuesioner dalam penelitian ini adalah valid.

4.2 Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 23 diperoleh hasil uji reliabilitas adalah seperti tabel berikut ini:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,837	9

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Dari hasil tabel 4.8 diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 sehingga disimpulkan bahwa semua instrumen adalah reliabel/handal.

4.3 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Adapun uji normalitas pada setiap variabel independen jika menggunakan uji kolmogorov smirnov, seperti pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. Uji Normalitas

Kolmogorov Smirnov One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,18480839
	Absolute	,062
Most Extreme Differences	Positive	,062
	Negative	-,043
Test Statistic		,062
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Karena kriteria uji H_0 ditolak jika nilai Asymp. Sig. > 0,05 dan hasil menunjukkan bahwa nilai tersebut adalah sebesar 0,200 dimana nilai ini jauh lebih besar diatas 0,05

sehingga dapat disimpulkan sebaran data berdistribusi Normal.

4.4 Uji Kesamaan Matriks Varian-Kovarian (Uji Heteroskedastisitas)

Tabel 4. Hasil Uji Kesamaan Matriks Varians-Kovarians

Test Results

Box's M		,516
F	Approx.	,510
	df1	1
	df2	27677,130
	Sig.	,475

Tests null hypothesis of equal population covariance matrices.

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan Tabel Test Result di atas terlihat bahwa angka sig (0,475) > 0,05 maka tolak H_0 , terima H_1 yang berarti grup nasabah yang hanya menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri dengan nasabah yang memiliki akun lain di bank non syariah relatif sama (kedua variabel dependen hanya menjadi nasabah BSM dan memiliki akun lain di bank non syariah mempunyai matrik varian-kovarians yang sama pada grup-grup yang ada).

4.5 Uji Korelasi Antar Variabel Independen (Uji Multikolinieritas)

Pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah ada multikolinieritas pada data. Asumsi yang harus terpenuhi adalah tidak ada korelasi antara dua variabel independen. Jika dua variabel independen mempunyai korelasi yang kuat, maka dikatakan terjadi multikolinieritas. Berikut hasil pengujian dengan menggunakan SPSS versi 23:

Tabel 5. Hasil Uji Korelasi Antar Variabel Independen

Pooled Within-Groups Matrices

	Sosial	Pribadi	Budaya	Psikologis	Lokasi	Produk	Pelayanan	Fasilitas	Promosi
Correlation Sosial	1,000	,471	,421	,345	,250	,404	,172	,378	,397
Pribadi	,471	1,000	,335	,375	,257	,514	,287	,299	,504
Budaya	,421	,335	1,000	,557	,242	,412	,247	,266	,179
Psikologis	,345	,375	,557	1,000	,435	,508	,300	,261	,235
Lokasi	,250	,257	,242	,435	1,000	,360	,151	,478	,238
Produk	,404	,514	,412	,508	,360	1,000	,351	,402	,479
Pelayanan	,172	,287	,247	,300	,151	,351	1,000	,220	,300
Fasilitas	,378	,299	,266	,261	,478	,402	,220	1,000	,409
Promosi	,397	,504	,179	,235	,238	,479	,300	,409	1,000

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Kesimpulannya adalah karena kriteria uji H_0 ditolak jika nilai *Correlation* antar variabel $> 0,5$. Dan ternyata hasil menunjukkan terdapat 4 korelasi antar variabel independen sehingga tolak H_0 dan terima H_1 , variabel itu diantaranya pribadi dengan produk, pribadi dengan promosi, budaya dengan psikologis dan psikologis dengan produk. Hal ini berarti terjadi multikolinieritas, tetapi karena hanya sebagian kecil yang terjadi korelasi antar variabel maka asumsi tidak terjadi multikolinieritas dapat diterima. Analisis diskriminan tidak terlalu sensitif dengan pelanggaran asumsi ini, kecuali pelanggarannya bersifat ekstrim (Hair *et al.* dalam Sulistiyorini, 2013).

4.6 Analisis Diskriminan

4.6.1 Proses Menentukan Variabel yang Berpengaruh

Analisis diskriminan digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Y). Perhitungan Statistik dalam analisis diskriminan penelitian ini dibantu oleh program komputer *SPSS for windows versi 23*. Hasil analisis diskriminan menghasilkan bahwa besarnya pengaruh variabel-variabel bebas (*independent*) memiliki jumlah yang berbeda-beda. Ini dapat terlihat dari tabel 4.12 pada kolom sig. Ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan

program SPSS tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Test of Equality of Group Means

Tests of Equality of Group Means

	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig.
Sosial	,949	5,296	1	98	,023
Pribadi	,951	5,023	1	98	,027
Budaya	,895	11,502	1	98	,001
Psikologis	,978	2,154	1	98	,145
Lokasi	,997	,268	1	98	,606
Produk	,976	2,417	1	98	,123
Pelayanan	,972	2,868	1	98	,094
Fasilitas	,960	4,075	1	98	,046
Promosi	,978	2,154	1	98	,145

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Menurut Lupiyoadi (2015) *Test of Equality of Group Mean* merupakan pengujian perbedaan grup, diperoleh hasil analisis dengan menggunakan uji F sebagai berikut:

Sig. $> 0,05$ → Tidak ada perbedaan dalam grup

Sig. $< 0,05$ → Ada perbedaan dalam grup

Variabel Sosial (0,023), Pribadi (0,027), Budaya (0,001), dan Fasilitas (0,046) mempunyai nilai sig. $< 0,05$ yang artinya keempat variabel independen tersebut memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri.

1. Variabel yang memiliki nilai sig. terkecil adalah variabel budaya yaitu sebesar 0,001 (dibawah 0,05) ini menandakan bahwa faktor budaya seperti keyakinan dan nilai-nilai yang ada dalam keluarga dapat mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri. Variabel sosial memiliki nilai sig. 0,023, variabel pribadi (0,027), variabel fasilitas (0,046)

- juga berpengaruh terhadap pemilihan Bank Syariah Mandiri.
2. Variabel Psikologis (0,145), Lokasi (0,606), Produk (0,123), Pelayanan (0,094), dan Promosi (0,145) mempunyai angka $> 0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa kelima variabel ini tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri.

4.7 Proses Menentukan Variabel Kunci

Variabel yang terbentuk merupakan variabel yang signifikan dan dapat dimasukkan dalam persamaan diskriminan. Oleh karena proses pendekatannya menggunakan Step-Wise Estimation, maka akan dimulai dengan melihat variabel yang mempunyai F hitung (Statistics) terbesar pada output SPSS.

Tabel 7. Hasil Variables Entered/Removed

Variables Entered/Removed ^{a,b,c,d}							
Step	Entered	Statistic	Between Groups	Min. D Squared			
				Statistic	df1	df2	Sig.
1	Budaya	,467	Memiliki Akun Lain di Bank Non Syariah and Hanya Menjadi Nasabah BSM	11,502	1	98,000	,001

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Dengan menggunakan metode *stepwise*, pada tahap pertama langsung terpilih satu variabel yang memiliki nilai F hitung terbesar, yaitu BUDAYA (11,502) Ini menyatakan bahwa keputusan nasabah memilih BSM benar-benar berbeda antara hanya menjadi nasabah BSM atau nasabah yang memiliki akun lain di bank non syariah dipengaruhi sikap nasabah terhadap budaya yang dimilikinya.

4.8 Menentukan Signifikansi Fungsi Diskriminan

Mengukur keeratan hubungan antara *discriminant score* dengan kategori keputusan nasabah memilih bank syariah mandiri dimana Semakin tinggi nilai *Canonical Correlation* maka semakin baik fungsi tersebut menjelaskan variabel yang diamati. Hasil perhitungan dapat dilihat dari output SPSS berikut ini:

Tabel 4.8 Hasil Eigenvalues

Eigenvalues				
Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	,117 ^a	100,0	100,0	,324

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Output diatas menunjukkan nilai *Canonical Correlation* 0,324. Artinya perbedaan keputusan nasabah memilih bank syariah mandiri dapat dijelaskan dengan faktor budaya sebesar 32,4%, sedangkan 67,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

4.9 Menentukan Perbedaan Populasi Nasabah

Perbedaan rata-rata variabel diskriminan dua faktor untuk menentukan signifikansi fungsi diskriminan dapat diketahui melalui nilai Wilk's Lambda.

$H_0: \mu_1 = \mu_2$ (tidak terdapat perbedaan rata-rata antara dua kategori)

$H_1: \mu_1 \neq \mu_2$ (terdapat perbedaan rata-rata antara dua kategori)

Kriteria ujinya adalah H_0 ditolak jika nilai Sig. *F-test* $< 0,05$.

Tabel 9. Hasil Wilks' Lambda

Wilks' Lambda				
Test of Function(s)	Wilks' Lambda	Chi-square	Df	Sig.
1	,895	10,820	1	,001

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Pada Tabel *Wilks' Lambda* diketahui bahwa nilai signifikansi statistics Chi-square sebesar 0,001 ($<0,05$) yang artinya H_0 ditolak berarti ada perbedaan yang signifikan antara kedua kelompok (Hanya menjadi nasabah BSM dan Memiliki akun lain di bank non syariah) pada model diskriminan.

4.10 Penjelasan Hasil Analisis Variabel

Hasil analisis dapat diketahui dari korelasi struktur yang menjelaskan korelasi antara variabel independen dengan fungsi diskriminan yang terbentuk. (Lupiyoadi, 2015). Hal tersebut dapat dilihat dari output SPSS berikut ini:

Tabel 10. Hasil Structure Matrix

Structure Matrix	
	Function 1
Budaya	1,000
Psikologis ^a	,557
Sosial ^a	,421
Produk ^a	,412
Pribadi ^a	,335
Fasilitas ^a	,266
Pelayanan ^a	,247
Lokasi ^a	,242
Promosi ^a	,179

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Pada tabel *structure matrix* di atas menunjukkan Variabel Budaya mempunyai korelasi yang paling tinggi yaitu 1.000 sehingga dimasukan ke dalam persamaan, sedangkan variabel sosial, pribadi, psikologis, lokasi, produk, pelayanan, fasilitas, promosi tidak dimasukan dalam proses analisis diskriminan.

4.11 Menentukan Fungsi Diskriminan

Menurut (Santoso, 2001), kegunaan fungsi diskriminan adalah untuk mengetahui sebuah *case* (dalam hal ini seorang nasabah) masuk pada grup yang satu ataukah tergolong pada grup yang lainnya. Dalam menentukan fungsi diskriminan dapat dilihat pada output SPSS berikut ini:

Tabel 11. Persamaan Model Diskriminan

	Keputusan	
	Memiliki Akun Lain di Bank Non Syariah	Hanya Menjadi Nasabah BSM
Budaya	4,685	5,207
(Constant)	-19,432	-23,848

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Pada tabel di atas digunakan untuk membuat persamaan regresi, dengan pembagian berdasarkan pada kode grup:

Nasabah yang dalam kategori hanya memiliki akun di Bank Syariah Mandiri:

$$D = -23.848 + 5.207X_3$$

Nasabah yang dalam kategori memiliki akun lain di bank non syariah:

$$D = -19.432 + 4.685X_3$$

Selisih di antara grup hanya menjadi nasabah BSM dengan memiliki akun lain di bank non syariah adalah:

$$(-23.848 + 5.207X_3) - (-19.432 + 4.685X_3)$$

4.12 Menilai Validasi Analisis Diskriminan

Selanjutnya akan dilihat seberapa besar klasifikasi tersebut tepat mengklasifikasikan kategori. Hal ini dapat dilihat pada output SPSS berikut:

Tabel 4.12 Hasil Classification Results

Keputusan			Predicted Group Membership		Total
			Memiliki Akun Lain di Bank Non Syariah	Hanya Menjadi Nasabah BSM	
Original	Count	Memiliki Akun Lain di Bank Non Syariah	30	14	44
		Hanya Menjadi Nasabah BSM	19	37	56
	%	Memiliki Akun Lain di Bank Non Syariah	68,2	31,8	100,0
		Hanya Menjadi Nasabah BSM	33,9	66,1	100,0
Cross-validated	Count	Memiliki Akun Lain di Bank Non Syariah	30	14	44
		Hanya Menjadi Nasabah BSM	19	37	56
	%	Memiliki Akun Lain di Bank Non Syariah	68,2	31,8	100,0
		Hanya Menjadi Nasabah BSM	33,9	66,1	100,0

Terlihat pada bagian original yang dapat disimpulkan bahwa:

1. Responden yang pada data awal berada pada kategori hanya menjadi nasabah BSM dan setelah klasifikasi fungsi diskriminan tetap pada kategori hanya menjadi nasabah BSM sebanyak 37 orang.
2. Responden yang awalnya dengan model diskriminan berada pada kategori hanya menjadi nasabah BSM kemudian berubah menjadi kategori memiliki akun lain di bank non syariah sebanyak 19 orang.
3. Responden yang pada data awal berada pada nasabah yang memiliki akun lain di bank non syariah setelah klasifikasi fungsi diskriminan tetap memiliki akun lain di bank non syariah sebanyak 30 orang.
4. Responden yang awalnya dengan model diskriminan berada pada kategori nasabah yang memiliki akun lain di bank non syariahkemudian berubah menjadi kategori hanya menjadi nasabah BSM sebanyak 14 orang.

Memiliki akun lain di bank non syariah – memiliki akun lain di bank non syariah=30.
Hanya menjadi nasabah BSM – hanya menjadi nasabah BSM = 37.

Total responden 100, sehingga ketepatan model untuk analisis diskriminan ini adalah sebesar: $((30+37)/100) = 67\%$.

Model diskriminan layak digunakan untuk analisis diskriminan atau valid digunakan pada penelitian ini karena diperoleh angka ketepatan yang cukup tinggi yaitu 67%. Setelah terbukti bahwa fungsi diskriminan mempunyai ketepatan prediksi yang cukup tinggi, maka fungsi diskriminan tersebut dapat digunakan untuk memprediksi kasus, apakah responden yang merupakan hanya menjadi nasabah BSM atau memiliki akun lain di bank non syariah.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor yang mempengaruhi perbedaan keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri adalah variabel Sosial (0,023), Pribadi (0,027), Budaya (0,001), dan Fasilitas (0,046).
2. Variabel kunci dari penelitian ini adalah variabel “budaya” . Terdapat perbedaan yang signifikan antara nasabah yang hanya menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri dengan nasabah yang memiliki akun lain di bank non syariah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan diatas, makadajukan beberapa saran :

1. Bank Syariah Mandiri minimal tetap mempertahankan kepercayaan yang diberikan oleh nasabah terhadap bank karena sesuai dengan keyakinan dan nilai-nilai yang ada dalam keluarga mereka.
2. Peran keluarga dan orang sekitar dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam

memilih bank syariah mandiri. Pihak bank harus dapat memberikan citra/reputasi baik di mata nasabah sehingga akan semakin banyak jumlah konsumen yang memutuskan ingin menjadi bagian dari nasabah Bank Syariah Mandiri.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. dan Francis T. 2014. *Manajemen Pemasaran*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Anonim. 2016. Teori Analisis Multivariat.
- Anonim. 2016. Visi dan Misi PT Bank Syariah Mandiri.
- Anonim. Sejarah PT Bank Syariah Mandiri.
- Anonim. Profil PT Bank Syariah Mandiri.
- Hidayat, A. 2013. Analisis Diskriminan.
- Kotler, P. dan Kevin L.K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke-13. Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, R. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta.
- Mulyana, D. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Rakhmat, J. 2005. *Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Rasyid. 2010. *Analisis Diskriminan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Kartu Seluler CDMA Dan GSM*. Universitas Gunadarma, Depok.
- Santoso. 2001. *Buku Latihan SPSS: Statistik Parametrik* Cet.2. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Simamora, B. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Subagyo. 2016. *Saat Ekonomi Sulit Bank Syariah Nasional Justru Tumbuh Progresif*.
- Sugiono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Sulistiyorini, Ika. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Internet Speedy Reguler Menggunakan Analisis Diskriminan Di Semarang*. Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Suliyanto. 2009. *Metode Riset Bisnis*. CV. Andi Offset.
- Sunarwinadi, I. 1993. *Komunikasi Antar Budaya*. UI Pers, Jakarta.
- Sunyoto, D. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. PT. CAPS (Center for Academic Publishing Service), Yogyakarta.
- <http://www.marsindonesia.com/newsletter/kepemilikan-rekening-di-bank-syariah-meningkat>. Diakses pada 15 Mei 2016.
- <https://www.syariahmandiri.co.id/category/infoperusahaan/profil-perusahaan/sejarah/>. Diakses. 29 Juli 2016.
- <http://www.Jonathansarwono.info/multivariat/multivariat.htm>. Diakses 24 Juni 2016.
- <https://www.syariahmandiri.co.id/category/infoperusahaan/visi-dan-misi/>. Diakses 29 Juli 2016.
- <http://www.statistikian.com/2013/12/analisis-diskriminan.html?m=1>. Diakses pada 15 Mei 2016.
- <https://www.syariahmandiri.co.id/category/infoperusahaan/profil-perusahaan/profilperusahaan/>. Diakses 29 Juli 2016.
- <http://www.sharia.co.id/2016/05/saat-ekonomi-sulit-bank-syariah-nasional-justru-tumbuh-progresif/>. Diakses pada 15 Mei 2016.