

ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN NASABAH PT. BANK MUAMALAT CABANG MAKASSAR (Tinjauan Perilaku Konsumen)

Yuswari Nur*

STIE Nobel Indonesia, Jl. Sultan Alauddin No. 212 Makassar

Email:yuswari@gmail.com

Abstract : *This study aims to (a) to determine the effect of involvement and motivation of the customer decision making PT. Bank Muamalat Makassar Branch ; (b) to determine the effect of knowledge and attitude towards customer decision making PT. Bank Muamalat Makassar Branch ; (c) to determine the influence of personalities, values and lifestyle of the customer decision making PT. Bank Muamalat Makassar Branch; (d) to determine the effect of the decision variables simultaneously all customers PT. Bank Muamalat branch Makassar. This study uses quantitative methods and techniques of data collection through a questionnaire with Likert scale that has passed the test of the validity and reliability of the total sample of 100 respondents. Data were analyzed with multiple linear regression analysis using SPSS 16. The results showed that (a) Motivation and Engagement insignificant positive effect on customer decision -making branch of Bank Muamalat Makassar, (b) Knowledge and Attitudes no significant positive effect on customer decision making branch of Bank Muamalat Makassar, (c) Variable Personality, Values and lifestyle significant positive effect on customer decision making branch of Bank Muamalat Makassar, (d) Motivation and Engagement, Knowledge and attitudes, as well as personality, values and lifestyles affect simultaneously or jointly to the customer decision making PT. Bank Muamalat branch Makassar.*

Keywords : *Personalities, Lifestyle, Decision Making.*

Abstrak : *Penelitian ini bertujuan (a) untuk mengetahui pengaruh keterlibatan dan motivasi terhadap pengambilan keputusan nasabah PT. Bank Muamalat Cabang Makassar; (b) untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan sikap terhadap pengambilan keputusan nasabah PT. Bank Muamalat Cabang Makassar; (c) untuk mengetahui pengaruh keperibadian, nilai & gaya hidup terhadap pengambilan keputusan nasabah PT. Bank Muamalat Cabang Makassar; (d) untuk mengetahui pengaruh simultan semua variabel terhadap keputusan nasabah PT. Bank Muamalat cabang Makassar. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik pengumpulan data melalui kuesioner dengan skala likert yang telah lulus uji validitas dan realibilitas dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dianalisis dengan analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS 16. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (a) Motivasi dan Keterlibatan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah Bank Muamalat cabang Makassar, (b) Pengetahuan dan Sikap berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah Bank Muamalat cabang Makassar, (c) Variabel Kepribadian, Nilai dan Gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah Bank Muamalat cabang Makassar, (d) Motivasi dan Keterlibatan, Pengetahuan dan Sikap, serta Kepribadian, nilai & gaya hidup berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap pengambilan keputusan nasabah PT. Bank Muamalat cabang Makassar.*

Kata kunci : *keperibadian, gaya hidup, pengambilan keputusan.*

PENDAHULUAN

Pasca krisis perbankan tahun 1987 membuka persaingan perbankan semakin

kompetitif yang mendorong terciptanya perbaikan, baik perbaikan pelayanan maupun system perbankan itu sendiri.

Ummat islam melihat bahwa untuk menyelesaikan berbagai problem termasuk yang terjadi pada tahun 1987 lalu adalah dengan menghindari ribawi. Atas pandangan tersebut sehingga lahirlah bank syariah di Indonesia dengan keluarnya UU No. 7 Tahun 1992. Walaupun dalam UU tersebut prinsip syariah masih samar, yang dinyatakan sebagai prinsip bagi hasil dan nanti dinyatakan secara tegas dalam UU No. 10 Tahun 1998, yang kemudian diperbaharui dengan UU No. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia dan UU No. 3 tahun 2004.

Perkembangan lembaga keuangan yang menggunakan prinsip syariah dimulai pada tahun 1992 dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) sebagai bank yang menggunakan prinsip syariah pertama di Indonesia. Persaingan yang ketat antara bank syariah dan bank konvensional meningkatkan standar nasabah terhadap jasa perbankan. Sehingga pendekatan yang menggunakan sentimen syariah menjadi tidak efektif. Masyarakat yang sudah terbiasa dengan sistem konvensional dan memiliki *image* bahwa pelayanan bank konvensional lebih baik dari bank syariah menjadi tantangan bagi bank syariah untuk menemukan strategi yang lebih tepat dalam mempertahankan nasabah dan meningkatkan pangsa pasar (Rohmy, 2007) dalam Budiman, A., (2008:3).

Perilaku nasabah sebagai perwujudan dari perilaku pemasaran memaksa para pemilik usaha untuk mengenal nasabah dengan mempelajari keinginan, persepsi, preferensi, dan perilaku mereka dalam pengambilan keputusan pemilihan Bank yang cocok bagi mereka. Swastha dan Irawan (2001) mengemukakan bahwa dengan mempelajari perilaku konsumen, manajer akan mengetahui kesempatan baru yang berasal dari belum terpenuhinya kebutuhan dan kemudian mengidentifikasinya untuk mengadakan segmentasi pasar.

Selanjutnya diingatkan oleh Kotler (2000) dengan menyebutkan faktor-faktor yang berpengaruh pada perilaku konsumen adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal, dan faktor psikologis. Pada penelitian ini khusus mengkaji faktor personal yang menjadi karakteristik individu dari nasabah yang diyakini dapat mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam memilih bank yang sesuai dengan mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode survei, yang dilakukan dengan membagikan daftar pertanyaan atau kuesioner kepada para responden. Daftar pertanyaan berisi tentang bagaimana karakteristik individu berpengaruh pada pengambilan keputusan nasabah. Penetapan variabel motivasi dan keterlibatan nasabah, pengetahuan dan sikap nasabah, kepribadian, nilai dan gaya hidup nasabah sebagai variabel yang diteliti adalah berdasarkan konsep teori Blackwell, Engel dan Miniard, (1994).

Setiap variabel yang diteliti diukur melalui atribut dan indikator yang dipandang signifikan dalam membentuk variabel tersebut. Isian mengenai karakteristik individu dan proses keputusan nasabah pengukurannya didasarkan pada respon terhadap skala likert.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Makassar, yang terletak di Jl. DR. Sam Ratulangi No. 72 Makassar dan dilakukan selama 2 bulan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Muamalat Cabang Makassar hingga bulan September 2013 sebanyak 124.804 (sumber internal Bank Muamalat cabang Makassar). Sampel

dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagaimana yang dikutip dari Riduwan, (2008), sebagai berikut :

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

di mana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = toleransi persentase kelonggaran/ ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang diinginkan dalam penelitian

Berdasarkan rumus tersebut maka dengan mengambil tingkat kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%, maka jumlah sampel sebesar:

$$n = \frac{124.804}{1 + 124.804 \times 10\%^2} = 99,92 \approx 100$$

Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *accidental sampling* (pengambilan sampel secara kebetulan). *Accidental*

sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan responden yang kebetulan ditemui saat penelitian berlangsung dan tercatat sebagai nasabah PT. Bank Muamalat Cabang Makassar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua variabel atau lebih variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (motivasi dan keterlibatan (X1), pengetahuan dan sikap (X2), kepribadian, nilai, & gaya hidup (X3)) terhadap keputusan nasabah (Y) Bank Muamalat cabang Makassar dapat dilihat pada table 1.

Tabel 1
Hasil Regresi Karakteristik Individu terhadap
proses pengambilan keputusan nasabah
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	10.764	2.794		3.853	.000
	X1	.008	.153	.006	.052	.958
	X2	.059	.197	.030	.298	.767
	X3	.357	.085	.432	4.191	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer diolah, 2014

Tabel 1 menunjukkan bahwa koefisien regresi setiap variabel yang diteliti dengan tingkat signifikansi masing-masing dapat membentuk persamaan regresi linear berganda menjadi $Y = 10,764 + 0,008 X_1 + 0,059 X_2 + 0,357 X_3$. Persamaan tersebut

menunjukkan bahwa Koefisien regresi konstanta adalah 10,764 ini menunjukkan bahwa pengambilan keputusan nasabah PT. Bank Muamalat cabang Makassar adalah sebesar 10,764 dengan asumsi bahwa variabel keterlibatan & motivasi (X1), pengetahuan dan sikap (X2), serta kepribadian, nilai & gaya hidup (X3)

adalah tetap. Sedangkan koefisien regresi semua variabel bebas bertanda positif ini berarti bahwa variabel variabel keterlibatan & motivasi (X1), pengetahuan dan sikap (X2), serta kepribadian, nilai & gaya hidup (X3) memiliki hubungan positif/searah dengan pengambilan keputusan nasabah pada PT. Bank Muamalat cabang Makassar.

2. Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 2
Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.445 ^a	.198	.173	1.98733

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : Data primer diolah, 2014

Tabel 2 menunjukkan bahwa besarnya R-square (R^2) adalah 0,198, ini berarti bahwa besarnya variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempengaruhi pengambilan keputusan menjadi nasabah Bank Muamalat cabang Makassar adalah sebesar 19,8% sedangkan sisanya sebesar 80,2% merupakan variabel lain yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah PT. Bank Muamalat cabang Makassar diluar dari model penelitian ini.

3. Analisis Uji F dan Uji t

Untuk melihat kuatnya pengaruh antara variabel secara parsial dapat dilihat dengan analisis uji t. Hasil perbandingan antara nilai t-tabel dan t-hitung menunjukkan kuat tidaknya pengaruh secara parsial atau tiap variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Pada penelitian ini, dengan taraf signifikansi 0,05 (5%) dan derajat kebebasan (dk) = $n-k-1$ atau $100-5-1=94$, maka nilai t-tabel (berdasarkan tabel) adalah sebesar 1,985.

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk menunjukkan proporsi variabel dependen yang dijelaskan oleh variabel independen. R^2 mampu memberikan informasi mengenai variasi nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model regresi yang digunakan. Apabila R^2 mendekati angka satu berarti terdapat hubungan yang kuat. Nilai R^2 yang diperoleh dijelaskan pada tabel berikut ini :

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, dengan nilai t-hitung masing-masing sebesar 0,052 dan 1,298 untuk variabel motivasi dan keterlibatan nasabah (X1) dan variabel pengetahuan dan sikap nasabah (X2) sehingga t-hitung < t-tabel yang menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel X1 dan X2 dengan variabel pengambilan keputusan nasabah (Y) sangat kecil atau dapat dikatakan berpengaruh tidak signifikan secara parsial. Sedangkan variabel kepribadian, nilai, & gaya hidup nasabah (X3) dengan nilai t-hitung sebesar 4,191 > t-tabel sebesar 1,985, ini berarti bahwa variabel X3 berpengaruh sangat kuat atau dapat dikatakan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan nasabah (Y) Bank Muamalat Cabang Makassar.

Selanjutnya untuk melihat kuatnya pengaruh secara simultan atau bersama-sama, maka dapat dilihat dari hasil analisis uji F. Pada tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai F-hitung adalah sebesar 7,913 sedangkan nilai F-tabel sebesar 2,311 yang berarti bahwa F-hitung > F-

tabel. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa secara simultan atau bersama-sama, variabel yang digunakan dalam penelitian berpengaruh secara signifikan

terhadap pengambilan keputusan nasabah PT. Bank Muamalat cabang Makassar.

Tabel 3
Hasil Perhitungan Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	93.759	3	31.253	7.913	.000 ^a
	Residual	379.151	96	3.949		
	Total	472.910	99			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer diolah, 2014

Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil analisis data yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel motivasi dan keterlibatan nasabah (X1), pengetahuan dan sikap nasabah (X2), kepribadian, nilai, & gaya hidup nasabah (X3) secara simultan atau secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah (Y) Bank Muamalat cabang Makassar. Dari lima variabel tersebut, variabel kepribadian, nilai dan gaya hidup (X3) merupakan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan nasabah Bank Muamalat cabang Makassar.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh gambaran bahwa faktor kebutuhan akan jasa bank syariah, reputasi Bank Muamalat, produk dan jasa yang ditawarkan, kegiatan nasabah banyak berorientasi syariah, ingin menjadi orang pertama di antara rekan atau kelompok yang menggunakan jasa syariah, dan menabung tanpa unsur spekulasi yang menjadi indikator pada variabel kepribadian, nilai, & gaya hidup nasabah (X3) diyakini menjadi factor yang mendorong nasabah memilih atau memutuskan menjadi nasabah pada Bank Muamalat saat ini. Hal ini diperkuat tentunya dengan fakta bahwa

PT. Bank Muamalat sebagai bank pertama mumi syariah, tentunya menambah keyakinan nasabah sebagai referensi tentang reputasi Bank Muamalat sebagai pelopor Bank syariah di Indonesia.

Hasil penelitian ini dapat diartikan bahwa Bank Muamalat dapat menyesuaikan produk dan jasa yang ditawarkan dan sesuai dengan kepribadian, nilai dan gaya hidup yang dianut oleh para responden dalam penelitian ini. Walaupun produk dan jasa Bank Muamalat ada yang sama dengan produk yang ditawarkan Bank Konvensional, juga ada produk yang disesuaikan dengan aktivitas nasabah yang banyak berhubungan dengan perbankan syariah yang tentunya tidak dimiliki oleh perbankan konvensional.

Menurut Schiffman & Kanuk (2000) kepribadian adalah karakteristik psikologis seseorang yang menentukan dan merefleksikan bagaimana seseorang merespon lingkungannya. Berdasarkan definisi ini maka dapat disimpulkan bahwa berbagai atribut, sifat, tindakan yang membedakan dengan orang lain sebagaimana yang disebutkan sebelumnya sebagai indikator dalam penelitian ini menjadikan karakteristik nasabah dalam mengambil keputusan pada Bank

Muamalat cabang Makassar. Kepribadian tersebut yang akan mempengaruhi sikap nasabah dalam menilai suatu produk, serta akan memberikan pemahaman yang berbeda tentang nilai guna suatu barang atau jasa yang dikonsumsi dalam kehidupannya. Selanjutnya diyakini bahwa hal inilah yang mempengaruhi perilakunya sebagai seorang nasabah.

Variabel pengetahuan dan sikap dengan mengukur dari 4 (empat) indikator yaitu pengetahuan berbagai informasi produk dan jasa yang ditawarkan, pengetahuan penerapan system bagi hasil dan biaya yang dilakukan, tingkat kinerja pelayanan, dan tingkat keramahan karyawan dalam melayani yang diyakini memiliki pengaruh positif walaupun tidak signifikan terhadap keputusan nasabah Bank Muamalat cabang Makassar. Hal ini berarti bahwa setiap nasabah pada umumnya adalah rasional dengan pengetahuan sebagai sandarannya dalam memutuskan sesuatu. Selanjutnya kinerja pelayanan dan keramahan karyawan Bank Muamalat cabang Makassar dalam melayani nasabahnya dianggap juga sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah memutuskan untuk memilih Bank Muamalat cabang Makassar untuk menjadi nasabahnya walaupun dalam penelitian ini tidak signifikan berpengaruh.

Variabel motivasi dan keterlibatan dengan mengukur dari 4 (empat) indikator yaitu manfaat menabung, tingkat keamanan yang dirasakan, pengalaman rekan atau orang disekitar, dan kebutuhan akan bank bebas bunga juga mempunyai pengaruh yang positif walaupun tidak signifikan terhadap keputusan nasabah Bank Muamalat cabang Makassar. Hal ini berarti bahwa keputusan nasabah Bank Muamalat cabang Makassar didorong oleh karena adanya persepsi bahwa menabung itu bermanfaat, yakin dengan keamanannya, dan jangan lupa bahwa sebagian orang

akan memutuskan sesuatu berdasarkan informasi atau pengalaman teman atau orang lain yang menjadi dasar pertimbangannya. Hal lain adalah karena memang disadari bahwa di Indonesia sebagian besar penduduknya beragama islam sehingga kebutuhan akan bebas bunga menjadi salah satu pertimbangan (walaupun faktanya, nasabah Bank Muamalat cabang Makassar tidak 100% muslim tetapi ada juga yang non-muslim) oleh nasabah walaupun secara akumulasi keempat indikator tersebut tidak signifikan berpengaruh.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat dikemukakan kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut : Motivasi dan Keterlibatan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah Bank Muamalat cabang Makassar.

Pengetahuan dan Sikap berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah Bank Muamalat cabang Makassar.

Variabel Kepribadian, Nilai dan Gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah Bank Muamalat cabang Makassar.

Motivasi dan Keterlibatan, Pengetahuan dan Sikap, serta Kepribadian, nilai & gaya hidup berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap pengambilan keputusan nasabah PT. Bank Muamalat cabang Makassar.

Saran

Pihak Bank Muamalat tentunya harus mempertimbangkan bahwa nasabah dalam mengambil keputusan sangat dipengaruhi oleh faktor kepribadian, nilai dan gaya hidup. Sebaiknya produk dan jasa yang ditawarkan Bank Muamalat

dapat mengakomodir berbagai macam kepribadian, nilai dan gaya hidup calon nasabah karena mereka akan mencari bank yang sesuai dengan kepribadian, nilai dan gaya hidupnya masing-masing.

Penelitian selanjutnya diharapkan memperluas variabel penelitian mengenai pengambilan keputusan nasabah pada perbankan syariah mengingat hasil uji R-square pada penelitian ini sangat rendah yang menunjukkan bahwa masih banyak variabel lain yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah di luar variabel dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Budiman, A., 2008. *Pengaruh Karakteristik Individu terhadap Keputusan menjadi Nasabah Perbankan Syariah*.

[Pascasarjana Universitas Indonesia].

Engel, James F, Blackwell & Miniard, 1994, *Perilaku Konsumen*, Edisi Enam, Binarupa Aksara, Jakarta.

Kotler, Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran*, Salemba Empat, Jakarta

Riduwan, 2008. *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*, Alfabeta, Bandung

Schiffman, Leon G & Kanuk, Leislle Lazar. 2008, *Perilaku Konsumen*, Edisi Ketujuh, Indeks, Jakarta.

Swastha, Basu & Irawan, 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta