

## ANALISIS PREFERENSI NASABAH PENABUNG PADA BANK MUAMALAT INDONESIA Tbk. CABANG GORONTALO

Sofhian

Dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Sultan Amai Gorontalo

E-mail: [fiantomare@yahoo.co.id](mailto:fiantomare@yahoo.co.id)

### تجريد البحث

هدف هذا البحث إلى تحليل العوامل المؤثرة في تفضيلات العملاء المدخرين لاستخدام الإنتاجات التي قدمها بنك المعاملات الإندونيسية بغورونتالو، والبيانات المحلولة خلال هذا البحث هي البيانات الرئيسية حيث اختار الباحث في بحثه مائة مستجوب بتوزيع استبانات على جميع عملاء هذا البنك، ولحل البيانات المجموعة استعان الباحث بتحليل العوامل. وأما لتنظيمها، فاستعان بالبرنامج المسمى بالحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية للنسخة 20.

ودلت نتائج البحث على أن هناك سبعة عوامل يؤثر كل منها في تفضيلات العملاء لاستهلاك إنتاجات بنك المعاملات الإندونيسية بغورونتالو، والعوامل السبعة هي: عامل الشريعة، وعامل العلامة الإنتاجية والإدارة، وعامل التسهيلات، وعامل الخدمة، وعامل الموضوع، وعامل الاجتماع، وعامل الإنتاج.

وانطلاقاً من نتائج البحث، تم العثور على أن عامل الخدمة هو أبرز هذه العوامل السبعة جميعاً في تفضيلات العملاء المدخرين لاستهلاك إنتاجات بنك المعاملات بغورونتالو. وهذا العامل يتكون من خمسة متغيرات، وهي: سرعة الخدمة، والتواضع، والتهيؤ والإرضاء، والصبر الفائق من قبل الموظفين عند قيامهم بخدمة العملاء، وأن بنك المعاملات الموجود في غورونتالو يعتبر ذا سمعة عالية بقياس غيره من البنوك الشرعية الموجودة بإندونيسيا جميعاً، وكما تم العثور على أن عامل الشريعة أيضاً قد لا يقل تأثيراً في ترويج العملاء المدخرين لعقد صفقاتهم عند هذا البنك.  
*الكلمة المفتاحية: تحليل التفضيلات، العملاء المدخرون.*

### A. Pendahuluan

Ekonomi dalam sistem Islam telah diharamkan ketika transaksi bisnisnya mengandung unsur riba. Pelarangan riba bukan tidak beralasan, selain mengandung unsur eksploitasi juga menimbulkan ketidakadilan dalam masyarakat terutama bagi para pemberi modal (perbankan) yang pasti menerima keuntungan tanpa mau tahu apakah para peminjam dana (debitor) memperoleh keuntungan atau tidak. Dari persoalan riba tersebut, maka para tokoh ekonomi Islam tersebut mencoba merumuskan sistem perbankan yang berbeda dengan bank konvensional yang telah lama beroperasi dengan menggunakan konsep bunga, yang di kenal dengan nama bank Islam/Bank syariah.

Muhammad Syafi'i Antonio (2001:26) mengemukakan Perkembangan peran perbankan syariah di Indonesia tentunya tidak terlepas dari sistem perbankan di Indonesia secara umum. Pada tahun 1998, dikeluarkan UU No. 10 tahun 1998 yang telah memberikan landasan hukum lebih kuat untuk perbankan syariah. Dalam Undang-Undang tersebut, diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan di implementasikan oleh bank syariah Undang-Undang tersebut juga memberikan arahan bagi bank-bank konvensional untuk membuka cabang syariah atau bahkan mengkonversi diri secara total menjadi bank syariah.

Perkembangan perbankan syariah yang cukup pesat menunjukkan

bahwa sistem perbankan syariah mendapat tempat yang baik dikalangan masyarakat Indonesia dimana sebagian besar penduduk Indonesia adalah kaum muslimin. Hal ini di buktikan dengan semakin banyaknya bank yang menerapkan *dual banking sistem* dimana bank-bank yang sudah menerapkan sistem perbankan konvensional membentuk unit-unit perbankan syariah dengan menerapkan sistem perbankan syariah. Keberadaan bank-bank syariah, baik yang beroperasi secara *stand-alone* maupun sebagai unit-unit operasional dari bank-bank konvensional, merupakan upaya yang dilakukan oleh bank untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin beragam. Masyarakat dapat memilih dan me-*n*entukan apakah akan menggunakan jasa perbankan konvensional atau perbankan syariah berdasarkan pertimbangan bisnis yang rasional.

Seiring dengan perjalanan waktu Bank Muamalat terus maju dan berkembang secara perlahan mulai membuka cabang di seluruh wilayah Indonesia. Karena mengingat mayoritas penduduk Provinsi Gorontalo adalah muslim dan sudah sangat ingin melakukan transaksi dengan lembaga keuangan yang berbasis Syariah baik itu Bank Syariah, Asuransi Syariah, dan Pegadaian Syariah. Dan karena

bertransaksi dengan lembaga keuangan syariah telah menjadi kebutuhan masyarakat Provinsi Gorontalo, maka dilakukanlah perintisan dan pembukaan kantor cabang Bank Muamalat Indonesia Tbk. di Provinsi Gorontalo.

Pendirian Kantor Cabang Bank Muamalat Cabang Provinsi Gorontalo ini dipra-karsai oleh Moedigdo Sigit Prakoso dan Adriansyah Pulubuhu. Berkat keseriusan dan usaha keras keduanya maka pada tanggal 3 September 2003 Bank Muamalat resmi dibuka dan memulai operasional perdananya di Provinsi Gorontalo dengan dipimpin langsung oleh Pimpinan Cabang Moedigdo Sigit Prakoso.

Salah satu yang menarik untuk di teliti di Provinsi Gorontalo adalah tentang preferensi masyarakatnya untuk bertransaksi di lembaga keuangan bank khususnya lembaga keuangan syariah, hal tersebut dapat dilihat dengan progres pertumbuhan lembaga keuangan syariah di Gorontalo kurun waktu 2 tahun terakhir. Kondisi inilah yang menggugah peneliti untuk mengkaji secara mendalam penyebab atau faktor-faktor apa yang mempengaruhi sehingga masyarakat semakin tertarik pada perbankan syariah, khususnya Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo.

Tabel 1.1 Perkembangan DPK dan Pembiayaan Perbankan Syariah Gorontalo

Thn	DPK (Giro, Tabungan, Deposito)	Pembiayaan (Modal Kerja, Investasi Konsumsi)	LDR
2014	3.348.992.000.000,00	3.701.124.000.000,00	110,51%
2015	3.764.402.466.516,00	3.967.299.592.313,00	143,51%

Sumber Bank Indonesia Gorontalo, 2016

Selain itu, prinsip hidup Islam telah menyatu dan sangat mudah diterima masyarakat Gorontalo, hingga peraturan Islam telah menjadi peraturan tidak tertulis dalam acuan perilaku kehidupan masyarakatnya. Hal ini dikarenakan sebelumnya mereka menganut ajaran animisme murni tanpa sentuhan Hindu dan Budha didalamnya. Itu membuat Islam mudah masuk ke dalam masyarakat, karena dianggap tidak ada pertentangan dalam adat dan Islam. Selain itu, semboyan *Adati hula hula Sareati, Sareati hula hula to Kitabullah* yang artinya, *Adat Bersendikan Syara, Syara Bersendikan Kitabullah* (Al-Quran) telah menjadi falsafah dalam kehidupan masyarakatnya. Maksud semboyan itu adalah men-junjung tinggi adat berdasarkan aturan (Al Quran).

Keadaan tersebut didukung oleh kedudukan Sultan yang tidak lepas dari kehidupan Islam. Rumah seorang Sultan bahkan berdekatan dengan masjid dan tidak mewah. Dalam pemerintahannya pun dari dulu hingga sekarang tetap memegang teguh ilmu akidah. Dalam ilmu akidah itu diajarkan dua puluh sifat Allah, itu semua dijadikan sebagai pegangan dan amalan yang harus dilakukan kepada pejabat tinggi pemerintahan.

Berdasarkan latar belakang penelitian sebagaimana di kemukakan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah ingin mengetahui preferensi nasabah penabung pada Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo dengan melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang dominan mem-pengaruhi, yakni; "Apakah faktor-faktor yang terbentuk dari faktor syariah, faktor merek dan kualitas manajemen, faktor fasilitas, faktor pelayanan, faktor lokasi, faktor

sosial, faktor produk berpengaruh terhadap preferensi nasabah dalam meng-gunakan produk dari jasa Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo".

## B. Teoritik Perbankan Syariah

### I. Pengertian Bank Syariah

UU Nomor: 10 Tahun 1998 disebutkan bahwa Bank Umum merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syaria'ah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Lebih lanjut dijelaskan bahwa prinsip syaria'ah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk menyimpannya, pembiayaan atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syaria'ah. Berdasarkan rumusan masalah, Bank Syaria'ah berarti bank yang tata cara operasionalnya didasari dengan tatacara Islam yang mengacu kepada ketentuan al-quran dan al-hadis.

Kemudian dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 yaitu, Kementerian Hukum dan HAM, (2009: 2) Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk Simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkanantarafhiduprakyat.

Adapun pengertian bank syariah yaitu Per-bankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha,serta cara dan proses dalam melaksanakan

kegiatan usahanya. Jadi yang dimaksud dengan bank syariah adalah bank umum yang dalam kegiatannya menghimpun dan menyalurkan dana dari dan kepada masyarakat dengan prinsip sesuai dengan syariah.

Berdasarkan pengertian tersebut, bank syariah berarti bank yang tata cara operasionalnya berdasarkan tata cara bermuamalat secara Islam, yaitu mengacu kepada ketentuan-ketentuan dalam al-quran dan al-hadis. Sedangkan pengertian muamalat adalah ketentuan-ketentuan yang mengatur hubungan antara manusia dengan manusia, baik hubungan individu dengan masyarakat. Muamalah ini meliputi bidang kegiatan jual beli, utang piutang, gadai, bagi hasil dalam perdagangan, jaminan ersekutuan, persewaan dan pemburuan.

## 2. Perkembangan Bank Syariah di Indonesia

Bank syariah di Indonesia lahir sejak 1992. Bank syariah pertama di Indonesia ialah Bank Muamalat Indonesia. Perkembangan Bank Muamalat Indonesia masih tergolong stagnan pada tahun 1992 hingga 1999. Namun sejak adanya krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1997 dan 1998, maka para bankir melihat bahwa Bank Muamalat Indonesia (BMI) tidak terlalu terkena dampak krisis moneter. Para bankir berpikir bahwa BMI, satu-satunya bank syariah di Indonesia yang tahan terhadap krisis moneter. Pada tahun 1999, berdirilah Bank Syariah Mandiri yang merupakan konversi dari Bank Susila Bakti. Bank Susila

Bakti tersebut merupakan bank konvensional yang dibeli oleh Bank Dagang Negara, yang kemudian dikonversi jadi Bank Syariah Mandiri, bank syariah kedua Indonesia.

Pendirian Bank Syariah Mandiri (BSM) menjadi pertaruhan bagi bankir syariah. Bila Bank Syariah Mandiri berhasil, maka bank syariah di Indonesia dapat berkembang. Sebaliknya, bila Bank Syariah Mandiri gagal maka besar kemungkinan bank syariah di Indonesia akan gagal. Hal ini disebabkan karena Bank Syariah Mandiri merupakan bank syariah yang didirikan oleh BUMN milik pemerintah. Pendirian Bank Syariah Mandiri ini kemudian diikuti oleh pendirian beberapa bank syariah atau unit usaha syariah lainnya.

## 3. Konsep Bunga Dikalangan Agama-Agama

a. Konsep riba di kalangan hindu dan budha Ali Mustasowifin, (2003:32)

Catatan awal diturunkan dari teks vedic India Kuno (2000-1400 SM) dimana pemungut riba (kusidin) disebut berulang kali dan diinterpretasikan sebagai pemberian pinjaman dengan bunga. Hal ini juga ditemukan pada teks Sutra (700-100 SM), serta *Jatakasn* dalam budha (600-400 SM) pada masa inilah perasaan jijik pada riba diekspresikan. Misalnya, ada larangan bagi kasta *Brahmana* dan *Kshatriya* meminjamkan uang dengan memungut bunga.

Abad kedua Masehi, riba telah menjadi istilah yang lebih

relatif, sebagaimana termaktub pada Laws of Manu saat itu “*stipulated interest beyond the legal rate being against (the law) cannot be recovered; they call that a usurious way (of leading)*” (Jain, 1929. Dilusi makna riba ini tampaknya terus berlanjut hingga kini, dimana meskipun secara prinsip masih dikutuk, namun riba hanya merujuk pada bunga yang diterapkan diatas batas yang diterima masyarakat umum, dan tidak lagi dilarang atau dikontrol dengan cara yang signifikan.

b. Konsep bunga di Kalangan Yahudi

Orang-orang yahudi dilarang mempraktikan pengambilan bunga. Muhammad Syafi'i Antonio, (2001: 43) Pelarangan ini banyak terdapat dalam kitab suci mereka, baik dalam *old Testament* (perjanjian lama) maupun Undang-undang Talmud. Kitab Exodus (Keluaran) pasal 22 ayat 25 menyatakan: jika engkau meminjamkan uang kepada salah seorang dari umat-Ku, orang yang miskin diantaramu, maka janganlah engkau berlaku sebagai seorang penagih hutang terhadap dia, janganlah kamu bebankan bunga uang terhadapnya. Kitab Deuteronomy (ulangan) pasal 23 ayat 19 menyatakan “Janganlah engkau membungakan kepada saudaramu baik uang maupun bahan makanan atau apapun yang dapat dibungakan.

Larangan mempraktekan riba juga dimuat dalam kitab Leviticus (Imamat 25: 35-37) yang isinya sebagai berikut:”Apabila saudaramu jatuh miskin, hingga

tidak sanggup bertahan diantaramu, maka engkau harus menyokong dia sebagai orang asing dan pendatang, supaya ia bisa hidup diantaramu. Janganlah engkau mengambil bunga uang atau riba darinya, melainkan engkau harus takut akan Allahmu, supaya saudara-mu dapat hidup diantaramu. Janganlah engkau memberikan uangmu kepadanya dengan meminta bunga, juga makananmu janganlah kau memberikan dengan meminta riba”.

c. Konsep Bunga di Kalangan Yunani dan Romawi, Muhammad Syafi'i Antonio, (2001: 34)

Masa pemerintahan Genucia (342 SM), kegiatan pengambilan bunga tidak di-perbolehkan. Akan tetapi pada masan Unciaria (88 SM) praktik tersebut diperboehkan kembali seperti semula. Meskipun demikian, praktik pengambilan bunga dicela oleh para ahli filsafat. Dua orang ahli filsafat Yunani terkemuka, Plato (427-347 SM) dan Aristoteles (384-322 SM) mengecam praktik bunga. Begitu juga dengan Cato dan Cicero (106-43 SM). Para ahli filsafat tersebut mengutuk orang-orang Romawi yang mempraktikan pengambilan bunga.

Plato mengecam sistem bunga berdasarkan dua alasan. Pertama, bunga me-nyebabkan perpecahan dan perasaan tidak puas dalam masyarakat, kedua, bunga merupakan alat golongan karya untuk mengeksploitasi golongan miskin. Adapun aristoteles dalam menyatakan



keberatannya mengemukakan bahwa fungsi uang adalah sebagai alat tukar atau *medium of exchange*. Ditegaskannya bahwa uang bukan alat untuk menghasilkan tambahan melalui bunga. Ia juga menyebut bunga sebagai uang yang berasal dari uang yang keberadaannya dari sesuatu belum tentu pasti terjadi. Dengan demikian, pengambilan bunga secara tetap merupakan sesuatu yang tidak adil.

Penolakan para ahli filsafat romawi terhadap praktik pengambilan bunga mempunyai alasan yang kurang lebih sama dengan yang dikemukakan ahli filsafat Yunani. Cicero memberi nasihat kepada anaknya agar menjauhi dua pekerjaan, yakni memungut cukai dan member pinjaman dengan bunga. Cato memberikan dua ilustrasi untuk melukiskan perbedaan antara perniagaan dan member pinjaman: (1) Per-niagaan adalah suatu pekerjaan yang mempunyai resiko, sedangkan memberi pinjaman dengan bunga adalah sesuatu yang tidak pantas; dan (2) Dalam tradisi mereka terdapat perbandingan antara seorang pemakan bunga, pencuri akan didenda dua kali lipat, sedangkan pemakan bunga akan di denda empat kali lipat.

Ringkasan para ahli filsafat Yunani dan Romawi menganggap bahwa bunga adalah sesuatu yang hina dan keji. Pandangan demikian itu juga dianut oleh masyarakat umum pada waktu itu. Kenyataannya bahwa bunga merupakan praktik yang tidak

sehat dalam masyarakat, merupakan akar kelahiran pandangan tersebut.

- d. Kesempatan Riba Di Kalangan Kristen. Muhammad Syafi'i Antonio,(2001: 33)

Meskipun terdapat dalam agama Yahudi, debat mengenai riba oleh lembaga-lembaga gereja Kristen berlangsung selama lebih dari seribu tahun. Pada abad keempat Masehi, Gereja Khatolik Roma melarang pemungutan riba bagi para rohani-awan, aturan yang kemudian diperluas bagi kalangan awam pada abad ke-5. Pada abad ke-8, dibawah Charlemagne, mereka bahkan menekan lebih dalam dan mendeklarasikan pemungutan riba sebagai tindakan kriminal. Akan tetapi seiring dengan perkembangnya komersialisasi, gerakan pro bunga juga mulai tumbuh.

Munculnya protestanisme serta pengaruh pro kapitalismenya juga berhubungan dengan perubahan ini, meskipun harus dicatat bahwa baik luther maupun Calvin juga berkeberatan terhadap praktek riba, namun meyakini bahwa semacam ini tidak dapat digeneralisasi dan diterapkan secara universal. Namun demikian, meskipun larangan riba tidak termaktub secara khusus dalam kitab perjanjian baru, banyak yang meyakini Lukas 6:34-35 sebagai ayat yang mengancam praktik pemungutan bunga.

Ayat tersebut berisi: “dan jikalau kamu meminjamkan sesuatu kepada orang, karena kamu berharap akan menerima

sesuatu daripadanya, apakah jasmu? Orang-orang berdosa pun meminjamkan kepada orang-orang berdosa, supaya mereka menerima kembali sama banyak. Tetapi kamu, kasihilah musuhmu dan berbuatlah baik kepada mereka dan pinjamkanlah dengan tidak mengharapkan balasan, maka upahmu akan besar dan kamu akan menjadi anak-anak tuhan yang maha tinggi, sebab ia baik terhadap orang-orang yang tidak tau berterimah kasih dan terhadap orang-orang jahat.

#### 4. Larangan Riba dalam Al-Quran dan As-Sunnah

##### a. Larangan Riba dalam AL-Quran:

Larangan riba yang terdapat dalam Al-Quran tidak diturunkan sekaligus melainkan diturunkan dalam empat tahap. *Tahap Pertama*, menyoak anggapan bahwa pinjaman riba yang pada lahirnya seolah-olah menolong mereka yang memerlukan sebagai suatu perbuatan mendekati atau *taqarrub* kepada Allah SWT. Dalam firmanNya QS Ar Ruum/30: 29:

بَلِ اتَّبَعَ الَّذِينَ ظَلَمُوا

أَهْوَاءَهُمْ بِغَيْرِ عِلْمٍ فَمَنْ يَهْدِي

مَنْ أَضَلَّ اللَّهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ نَاصِرِينَ



Terjemahannya:

Tetapi orang-orang yang zalim, mengikuti hawa nafsunya tanpa ilmu

pengetahuan; Maka siapakah yang akan menunjuki orang yang telah disesatkan Allah? dan Tiadalah bagi mereka seorang penolongpun.

*Tahap Kedua*, riba digambarkan sebagai suatu yang buruk, Allah SWT mengancam akan member balasan yang keras kepada orang Yahudi yang memakan riba. Di bawah ini adalah ayat yang diturunkan pada tahap kedua, Allah SWT berfirman dalam QS An Nisa/04: 160-161:

فَبِظُلْمٍ مِّنَ الَّذِينَ هَادُوا حَرَّمْنَا

عَلَيْهِمْ طَيِّبَاتٍ أُحِلَّتْ لَهُمْ

وَبِصَدِّهِمْ عَنِ سَبِيلِ اللَّهِ كَثِيرًا

وَأَخَذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ هُمُوا

عَنْهُ وَأَكَلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ

بِالْبَاطِلِ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ

عَذَابًا أَلِيمًا

Terjemahannya:

160. Maka disebabkan kezaliman orang-orang Yahudi, Kami haramkan atas (memakan makanan) yang baik-baik (yang dahulunya) Dihalalkan bagi mereka, dan karena mereka banyak menghalangi (manusia) dari jalan Allah.

161. Dan disebabkan mereka memakan riba, Padahal Sesungguhnya mereka

telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih.

Tahap Ketiga, riba diharamkan dengan dikaitkan kepada suatu tambahan yang berlipat ganda. Para ahli tafsir berpendapat bahwa pengambilan bunga dengan tingkat bunga yang cukup tinggi merupakan fenomena yang banyak di praktikan pada masa tersebut. Ada tahap ini, Allah SWT berfirman dalam QS Al Imran/03: 130:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا الرِّبَاۤ اَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً  
وَاتَّقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ

Terjemahannya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan Riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.

Ayat ini turun pada tahun ke-3 Hijriyah. Secara umum, ayat ini harus dipahami bahwa kriteria berlipat ganda bukanlah merupakan syarat dari terjadinya riba (jikalau bunga berlipat ganda maka riba, tetapi jikalau kecil bukan riba), tetapi ini merupakan sifat umum dari praktik pembuangan uang pada saat itu.

Tahap Terakhir, Allah SWT dengan jelas dan tegas mengharamkan apapun jenis

tambahan yang diambil dari pinjaman. Ini adalah ayat terakhir yang diturunkan menyangkut riba, Allah SWT berfirman dalam QS Al-Baqarah/02: 278-279:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ  
وَذَرُوْا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَاۤ اِنْ كُنْتُمْ  
مُّؤْمِنِيْنَ ﴿٢٧٨﴾ فَاِنْ لَّمْ تَفْعَلُوْا  
فَاذْنُوْا بِحَرْبٍ مِّنَ اللّٰهِ وَرَسُوْلِهِۦ  
وَ اِنْ تَبَتُّمُ فَلكُمْ رُءُوسُ  
اَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُوْنَ وَلَا  
تُظْلَمُوْنَ ﴿٢٧٩﴾

Terjemahannya:

278. Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman.

279. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.

b. Larangan Riba dalam Hadist

Pelarangan riba dalam Islam tidak hanya merujuk pada Al-Qur'an, melainkan juga Al-hadist. Hal ini sebagaimana posisi umum hadist yang berfungsi untuk menjelaskan lebih lanjut aturan



yang telah digariskan melalui Al-Quran. Pelarangan riba dalam hadist lebih terinci. Dalam amanat terakhirnya pada tanggal 09 Dzulhijjah tahun 10 Hijriyah. Rasulullah SAW. Masih menekankan sikap Islam yang melarang riba. "Ingatlah bahwa kamu akan menghadap Tuhanmu dan dia pasti akan menghitung amalanmu. Allah telah melarang kamu mengambil riba. Karena itu, utang akibat riba harus dihapuskan. Modal (uang pokok) kamu adalah hak kamu. Kamu tidak akan menderita ataupun mengalami ketidakadilan.

Berikut beberapa hadist yang membahas tentang riba: yang diriwayatkan oleh Abu Saïd al-Khudri bahwa Rasulullah SAW bersabda, "*emas hendaklah dibayar dengan emas, perak dengan perak, gandum dengan gandum, tepung dengan tepung, kurma dengan kurma, garam dengan garam, bayaran harus dari tangan ke tangan (cash). Barang siapa memberi tambahan atau meminta tambahan, sesungguhnya ia telah berurusan dengan riba. Penerima dan pemberi sama-sama bersalah*" (HR. Muslim No. 2971, dalam kitab al-masaqqah). Diriwayatkan oleh Abu Hurairah bahwa Rasulullah SAW bersabda Tuhan sesungguhnya berlaku adil karena tidak membenarkan empat golongan memasuki surga atau tidak mendapat petunjuk darinya (mereka itu adalah) peminum arak, pemakan riba, pemakan harta anak yatim, dan mereka yang tidak bertanggungjawab

atau menelantarkan ibu bapaknya.

## 5. Preferensi

Menurut Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller, (2006, 67) Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi. Kotler berpendapat bahwa preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk atau jasa yang ada. Dengan demikian teori preferensi dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen, misalnya bila seseorang ingin mengkonsumsi atau menggunakan sebuah produk atau jasa dengan sumber daya terbatas maka ia harus memilih alternatif sehingga nilai guna atau utilitas yang diperoleh mencapai optimal.

Konsumen akan memberikan bobot yang berbeda untuk setiap atribut produk sesuai dengan kepentingannya, dari sini menimbulkan preferensi konsumen terhadap merek yang ada. Menurut Lilien, Kotler dan Moriarty (1995) dan Kotler (2000) dan bukunya Simamora (2004), ada beberapa langkah yang harus dilalui sampai konsumen membentuk preferensi.

*Pertama*, diasumsikan bahwa konsumen melihat produk sebagai sekumpulan atribut, sebagai contoh, sekaleng susu instant merupakan sekumpulan atribut yang terdiri dari rasa, kandungan gizi, harga, ukuran, dan reputasi. Konsumen yang berbeda memiliki persepsi yang berbeda tentang atribut apa yang relevan; *Kedua*, tingkat kepentingan

atribut berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing. Konsumen memiliki penekanan yang berbeda-beda dalam menilai atribut apa yang paling penting. Konsumen yang daya belinya terbatas, kemungkinan besar akan memperhitungkan atribut harga sebagai yang utama; *Ketiga*, konsumen mengembangkan sejumlah kepercayaan tentang letak produk pada setiap atribut. sejumlah kepercayaan mengenai merek tertentu disebut kesan merek; *Keempat*, tingkat kepuasan konsumen terhadap produk akan beragam sesuai dengan perbedaan atribut. Misalnya seseorang menginginkan besarnya gambar televisi. Maka kepuasan tertinggi akan diperoleh dari televisi paling besar dan kepuasan terendah dari televisi paling kecil dengan kata lain, semakin besar ukuran televisi maka kepuasan juga semakin besar; dan *Kelima*, konsumen akan sampai ada sikap terhadap merek yang berbeda melalui prosedur evaluasi. Proses evaluasi yang dimaksud adalah aturan kompensasi dan bukan kompensasi.

Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller, (2006:67) Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi. Kotler berpendapat bahwa preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk atau jasa yang ada. Dengan demikian teori preferensi dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen, misalnya bila seseorang ingin mengkonsumsi atau

menggunakan sebuah produk atau jasa dengan sumber daya terbatas maka ia harus memilih alternatif sehingga nilai guna atau utilitas yang diperoleh mencapai optimal.

Preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai relatif penting setiap atribut yang terdapat pada suatu produk atau jasa. Atribut yang ditampilkan pada suatu produk atau jasa dapat menimbulkan daya tarik pertama yang dapat mempengaruhi konsumen. Penilaian terhadap produk dan jasa menggambarkan sikap konsumen terhadap produk atau jasa tersebut, sekaligus dapat mencerminkan perilaku konsumen dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

Kotler mengatakan bahwa konsumen memproses informasi tentang produk didasarkan pada pilihan merek untuk membuat keputusan terakhir. Timbulnya pembelian suatu produk terlihat dimana konsumen mempunyai kebutuhan yang ingin dipuaskan. Konsumen akan mencari informasi tentang manfaat produk dan selanjutnya mengevaluasi atribut produk tersebut. Konsumen akan memberikan bobot yang berbeda untuk setiap atribut produk sesuai dengan kepentingannya, dari sini menimbulkan preferensi konsumen terhadap merek yang ada. Menurut Lilien, Kotler dan Moriarty (1995) dan Kotler (2000) dan bukunya Simamora (2004), ada beberapa langkah yang harus dilalui sampai konsumen membentuk preferensi.

*Pertama*, diasumsikan bahwa konsumen melihat produk sebagai sekumpulan atribut, sebagai contoh,

sekaleng susu instant merupakan sekumpulan atribut yang terdiri dari rasa, kandungan gizi, harga, ukuran, dan reputasi. Konsumen yang berbeda memiliki persepsi yang berbeda tentang atribut apa yang relevan.

*Kedua*, tingkat kepentingan atribut berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing. Konsumen memiliki penekanan yang berbeda-beda dalam menilai atribut apa yang paling penting. Konsumen yang daya belinya terbatas, kemungkinan besar akan memperhitungkan atribut harga sebagai yang utama. *Ketiga*, konsumen mengembangkan sejumlah kepercayaan tentang letak produk pada setiap atribut. sejumlah kepercayaan mengenai merek tertentu disebut kesan merek.

*Keempat*, tingkat kepuasan konsumen terhadap produk akan beragam sesuai dengan perbedaan atribut. Misalnya seseorang menginginkan besarnya gambar televisi. Maka kepuasan tertinggi akan diperoleh dari televisi paling besar dan kepuasan terendah dari televisi paling kecil dengan kata lain, semakin besar ukuran televisi maka kepuasan juga semakin besar, dan *Kelima*, konsumen akan sampai ada sikap terhadap merek yang berbeda melalui prosedur evaluasi. Proses evaluasi yang dimaksud adalah aturan kompensasi dan bukan kompensasi.

Membeli merupakan kegiatan tertentu dari proses perencanaan. Pembelian dan mengkonsumsi produk-produk. Untuk menerangkan tentang mengapa seseorang membeli suatu produk tertentu, perlu di

pahami latar belakang pembeli yang bersangkutan, dan harus diketahui pengetahuan dan pengalaman orang tersebut berkaitan dengan produk atau merek yang akan dikonsumsi.

Kemudian pemahaman lain tentang preferensi adalah Bilson Simamora, (2004: 87), Preferensi berasal dari kata prefer yang berarti kesukaan atau kecenderungan seseorang untuk memilih sesuatu. Preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan atau nilai penting pada setiap produk atau jasa. Penilaian terhadap produk atau jasa menggambarkan sikap konsumen terhadap produk atau jasa tersebut, sehingga dapat mencerminkan preferensi konsumen dalam menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Menurut Simamora, (2004: 87), ada beberapa langkah yang harus dilalui sampai konsumen membentuk preferensi, yaitu: Pertama, diasumsikan bahwa konsumen melihat produk sebagai sekumpulan atribut. Konsumen yang berbeda memiliki persepsi yang berbeda tentang atribut apa yang relevan. Kedua, tingkat kepentingan atribut berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing. Konsumen memiliki penekanan yang berbeda-beda dalam atribut apa yang paling penting. Ketiga, konsumen mengembangkan sejumlah kepercayaan tentang letak produk pada setiap atribut. Keempat, tingkat kepuasan konsumen terhadap produk akan beragam sesuai dengan perbedaan atribut. Kelima, konsumen akan sampai pada

sikap terhadap merek yang berbeda melalui prosedur evaluasi.

Preferensi konsumen jelas berhubungan erat dengan permasalahan penetapan pilihan, sikap dasar yang digunakan untuk menerangkan pilihan menentukan tingkah laku individu dalam masalah penetapan pilihan.

Menurut Karim, (2014:53) terdapat tiga sifat dasar yang berhubungan dengan pilihan rasional terhadap preferensi dalam membuat atau menyusun semua rangking, kondisi atau situasi mulai dari yang paling disukai hingga yang paling tidak disukai, yaitu : (1) Kelengkapan (*completeness*). Jika A dan B adalah dua kondisi, maka tiap orang harus bisa menspesifikasikan : A lebih disukai dari pada B, atau sebaliknya, atau sama-sama disukai; (2) Transitivitas (*transivity*). Jika seseorang mengatakan bahwa dia lebih suka A dari pada B, dan B lebih disukai dari pada C, maka dia harus lebih menyukai A dari pada C; (3) Kontinuitas (*continuity*). Jika seseorang mengatakan A lebih disukai daripada B, maka situasi yang mirip dengan A harus lebih disukai dari pada B.

#### a. Preferensi Menabung Menurut Ekonomi Konvensional

Dalam ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya. Dalam konteks ekonomi, utilitas memiliki kecenderungan dalam preferensi konsumen untuk mencukupi kebutuhan hidup dalam jangka panjang maupun

jangka pendek. Dugaan Keynes mengenai fungsi konsumsi yang berkaitan dengan kegiatan menabung adalah Keynes menduga bahwa ada kecenderungan mengkonsumsi marginal, terdapat rasio konsumsi terhadap pendapatan, dan pendapatan merupakan determinasi sehingga tingkat bunga terhadap pengeluaran individu dari pendapatannya bersifat tidak penting. Grogory N Mankiw, (2007:447) bersama Keynes mengemukakan yang menghubungkan konsumsi dan pendapatan saat ini memiliki hubungan yang tidak utuh dikarenakan ketika seseorang memutuskan berapa banyak mengkonsumsi dan berapa banyak yang ditabung, mereka mempertimbangkan masa kini dan masa depan. Sehingga seseorang perlu membuat *tradeoff* agar dapat memperkirakan pendapatan yang akan diterima di masa depan. Model Irving Fisher mampu menghilangkan hambatan – hambatan yang dihadapi konsumen tentang preferensi yang mereka miliki dan dapat menentukan preferensi mereka terhadap pilihan konsumsi dan menabung. Dimana pertimbangan mengenai berapa banyak yang dikonsumsi dan berapa banyak yang ditabung dapat dirasakan pada masa kini dan

masa depan.

**b. Preferensi Menabung Menurut Ekonomi Islam**

Dalam menjelaskan pilihan konsumen pada ekonomi konvensional, konsumen cenderung memilih untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya. Sedangkan berbeda dengan ekonomi Islam, dimana yang menjadi tujuan dari kegiatan konsumsinya adalah kecenderungan untuk mendapatkan kemaslahatan. Kandungan masalah tersebut terdiri dari manfaat dan berkah, dimana yang berarti manfaat terdiri dari:

M. Nur Rianto Al - Arif, (2011:156 - 157)

- 1) Manfaat material, adalah berupa diperolehnya tambahan harta atau kekayaan bagi konsumen sebagai akibat pembelian suatu barang dan jasa. Manfaat fisik dan psikis, adalah berupa terpenuhinya kebutuhan fisik atau psikis manusia.
- 2) Manfaat intelektual, adalah berupa terpenuhinya kebutuhan akal manusia ketika ia mengkonsumsi suatu barang atau jasa.
- 3) Manfaat terhadap lingkungan, adalah berupa eksternalisasi positif dari konsumsi suatu barang atau jasa yang dapat dirasakan oleh sekitarnya.
- 4) Manfaat jangka panjang, adalah dengan

terpenuhinya kebutuhan duniawi jangka panjang.

Sedangkan berkah akan hadir jika seluruh hal berikut dilakukan dalam aktivitas konsumsinya:

- 1) Barang atau jasa yang dikonsumsi bukan merupakan barang haram.
- 2) Tidak melakukan konsumsi yang berlebihan di luar kemampuan dan kebutuhan dirinya.
- 3) Aktivitas konsumsi yang dilakukan diniatkan untuk mendapatkan ridha Allah SWT.

Besarnya berkah yang diperoleh berkaitan langsung dengan frekuensi kegiatan konsumsi yang dilakukan. Semakin tinggi frekuensi kegiatan yang ber-maslahah, maka semakin besar pula berkah yang akan diterima oleh pelaku konsumsi. Selain itu, berkah bagi konsumen juga berhubungan secara langsung dengan besarnya manfaat dari barang/jasa yang dikonsumsi. Hubungan tersebut bersifat interaksional, yakni berkah akan dirasakan besar untuk kegiatan yang menghasilkan manfaat yang besar pula, begitu juga sebaliknya. Hal ini dapat dituliskan, sebagai berikut: P3EI. (2011: 135)

$$M = F + B$$

Dimana :

M = masalah

F = manfaat

B = berkah

Dalam kaitannya perilaku konsumen dengan preferensi diperlukan modifikasi terhadap



formulasi masalah, sehingga menjadi:

$$M = F (1 + \beta_j p) S^Y$$

Dimana :

M = masalah

F = manfaat

$\beta_j$  = frekuensi kegiatan konsumsi

p = pahala per unit kegiatan

S = koefisien perhatian, besarnya adalah 0 dan 1

Y = koefisien preferensi, dengan kisaran nilai :  $0 < y < 2$

Dari formulasi diatas dapat ditunjukkan bahwa ketika konsumen peduli akan masalah, maka konsumen akan memberikan perhatian sepenuhnya terhadap hal – hal yang berkaitan dengan pencapaian masalah dan sebaliknya apabila konsumen tidak peduli akan masalah, maka konsumen akan memberikan perhatian yang sedikit atau tidak sama sekali terhadap adanya masalah dalam kegiatan konsumsinya.

### c. Preferensi Menabung Pada Bank Syariah

Keterkaitan teori dengan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi menabung pada perbankan syariah adalah pada religusitas. Religiusitas merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu di dalam hati. Menurut Adiwarman Karim, (2006, :1-2) Makna religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia

dapat mencapai kebahagiaan, baik di dunia dan ahirat. Islam adalah suatu cara hidup yang dapat membimbing seluruh aspek kehidupan manusia dengan aqidah, syariah, dan akhlaq. Pada aspek akidah yaitu berhubungan dengan masalah – masalah keimanan dan dasar – dasar agama. Akidah memberikan dasar bagi seseorang mengenai hakikat apa yang harus dilakukan dalam hidupnya. Sehingga apa yang dilakukan seseorang dalam hidupnya akan selalu berpegang teguh pada akidahnya. Selanjutnya terdapat aspek syariah yang berisi aturan atau hukum-hukum yang berkaitan dengan perintah dan larangan sebagai penuntun hidup. Perkembangan kehidupan manusia yang semakin berkembang dan dinamis menjadikan aspek syariah mengalami banyak perubahan. Perubahan tersebut terutama terjadi dalam konsep bermuamalah sehingga mengharuskan perubahan pula pada syariat. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan dalam Firman Allah SWT QS Al Maa-idah/05 : 48:

وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَكِنْ لِيَبْلُوَكُمْ فِي مَاءِ آتَانِكُمْ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ

Terjemahnya;

“...Untuk tiap – tiap umat diantara kamu, kami berikan aturan dan jalan yang terang...”.

Dan Menurut Adiwarman Karim, (2006, :3-13) akhlaq yang



merupakan perilaku atau sikap hidup yang dilakukan sebagai wujud adanya akidah dan syariah yang menjadi tolak ukur kualitas keberagamaan seseorang. Oleh karena itu kepatuhan agama dalam melakukan segala sesuatu merupakan wujud adanya aspek aqidah, syariah, dan akhlaq.

Religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan termasuk aspek ekonomi. Pada zaman modern ini kegiatan perekonomian tidak akan sempurna tanpa adanya lembaga perbankan. Lembaga perbankan tersebut termasuk ke dalam aspek syariat yang berhubungan dengan kegiatan muamalah. Dalam kegiatan bermuamalah, perlu diperhatikan bahwa semua transaksi dibolehkan kecuali yang diharamkan oleh syariat. Dan penyebab terlarangnya sebuah transaksi menurut syariat dikarenakan adanya faktor haram zatnya, haram selain zatnya, dan tidak sah.

Haram zatnya disebabkan oleh objek transaksinya yang haram, haram selain zatnya didasarkan bahwa setiap transaksi haruslah memiliki prinsip kerelaan atau kedua belah pihak yang sama-sama ridho terhadap terjadinya suatu transaksi sehingga tidak akan terjadi *tadlis* yaitu penipuan. Haram selain zatnya dalam praktek kegiatan perekonomian karena melanggar beberapa hal berikut, yaitu *gharar*, *ihtikar*, *bai'najasy*, *riba*, *maysir*, *risywah*. Selain itu adanya dukungan dari

Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) tahun 2003 bahwa bunga tidak sesuai dengan syariat islam. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan dalam firman Allah SWT QS Al Imran/03: 130:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا الرِّبَاۤ اَضْعَافًا

مُّضَاعَفَةً ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ ﴿١٣٠﴾

Terjemahnya:

“Hai orang – orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”.

Dan yang terahir menurut Adiwarman Karim, (2011:30) harus memperhatikan lengkap atau tidaknya akad yang dilakukan. Suatu transaksi dapat dikatakan tidak sah atau sah karena adanya rukun dan syarat suatu transaksi. Hal tersebut dikarenakan agar bisnis yang dijalankan di perbankan syariah akan jelas sehingga keberlangsungan bisnis tersebut termasuk kedalam bisnis halal yang memberi keuntungan material dan spiritual. Sehingga dapat disimpulkan penentuan pengaruh preferensi nasabah menabung di perbankan syariah pada karakteristik faktor religiusitas karena adanya kepatuhan agama, bisnis halal, dan larangan riba.

### C. Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan di Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo, ruang lingkup peneliti-an ini

dibatasi pada faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi/pilihan nasabah untuk menggunakan produk Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh nasabah Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo, yang sampai pada bulan November 2015 berjumlah 5.721 nasabah yang berada di kantor cabang Provinsi Gorontalo. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Sebelum dilakukan pengambilan sampel sejumlah 100 responden, dilakukan *try out* terlebih dahulu kepada 30 responden untuk menguji validitas dan reliabilitas dari instrument penelitian yang digunakan. Jika instrument penelitian terbukti valid dan reliable maka akan dilakukan pengambilan sampel yang sebenarnya, yang berjumlah 100 orang responden. Pengambilan sampel sejumlah 100 responden yang didasarkan pada teori Singgih Santoro yang menyatakan bahwa dalam metode analisis faktor, secara umum jumlah sampel yang dianjurkan antara 50 sampai 100 sampel, mengingat metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis faktor yang akan dibahas lebih lanjut pada sub bab metode analisis data pada penelitian ini.

Husaini Usman, dan Purnomo Setiady Akbar, (2009: 45) Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Teknik ini digunakan apabila anggota sampel yang dipilih secara khusus berdasarkan tujuan penelitian, Hamid Patilima, (2007: 29) *Purposive sampling* merupakan pengumpulan data atas dasar strategi kecakapan atau

pertimbangan pribadi semata. Pada dasarnya jika pihak interviewer menganggap jika calon responden yang dihubungi termasuk kedalam bagian objek penelitian, tanpa memperhatikan segi hubungannya dengan interviewer, maka pihak interviewer dapat memilih langsung calon responden tersebut sesuai dengan karakteristik populasi yang diinginkan, siapapun responden yang bersangkutan, dimana dan kapan saja ditemui dijadikan sebagai elemen-elemen sampel penelitian.

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah: (1) Studi Pustaka dan (2) Studi Lapangan. Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur. Dalam wawancara terstruktur, pertanyaan dan alternatif jawaban yang diberikan kepada interviewer telah ditetapkan terlebih dahulu. Dalam teknik pengumpulan data dengan metode wawancara ini instrument penelitiannya adalah berupa kuesioner. Dalam hal ini kuesioner yang dibua terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo. Pemilihan teknik wawancara yang dilakukan berdasarkan beberapa pertimbangan, diantaranya yaitu untuk mempermudah responden/interviewer dalam memberikan informasi dan mempermudah dalam penyamaan persepsi pada pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dari pihak peneliti kepada pihak interviewer.

Penelitian dengan metode wawancara terstruktur ini tergolong kepada tipe penelitian kuantitatif, karena data yang diperoleh dari kuesioner berupa data kuantitatif/angka yang akan diolah menggunakan sebuah teknik

analisis data yang akan dijelaskan pada sub bab selanjutnya. Penelitian kuantitatif adalah pengukuran data kuantitatif dan statistik objektif melalui perhitungan ilmiah yang berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab atas sejumlah pertanyaan tentang survey untuk menentukan frekwensi dan presentase tanggapan mereka.

Selanjutnya teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor. Yang dimaksud dengan analisis faktor menurut Imam Gunawan, (2016: 285) adalah sebuah teknik yang digunakan untuk mencari faktor-faktor yang mampu menjelaskan hubungan atau korelasi antara berbagai indikator independen yang diobservasi. Teknik analisis faktor digunakan untuk menjawab permasalahan yang berkaitan dengan faktor manakah yang paling dominan yang mempengaruhi preferensi nasabah, dan mengetahui sejauh mana faktor-faktor yang diduga peneliti pada awal penelitian mempengaruhi referensi nasabah, khususnya nasabah Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo.

Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam pengukuran, sehingga bila alat ukur itu digunakan dalam pengukuran maka akan bisa menghasilkan data kuantitatif. Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variable yang diukur dengan instrument tersebut dapat dinyatakan dalam bentuk angka sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif. Cara yang paling sering digunakan dalam menentukan skor adalah dengan menggunakan skala Likert. Cara pengukurannya adalah dengan

memberikan jawaban, skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang sebuah fenomena sosial.

Kuesioner yang digunakan sebagai instrument penelitian ini menggunakan skala Likert dengan rumusan sebagai berikut:

SS	= Sangat	Setuju
	diberi skor 5	
S	= Setuju	
	diberi skor 4	
R	= Ragu-Ragu	
	diberi skor 3	
TS	= Tidak	Setuju
	diberi skor 2	
STS	= Sangat Tidak	Setuju
	diberi skor 1	

Mengukur layak tidaknya sebuah kuesioner, harus memenuhi 2 (dua) syarat pengujian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas:

#### I. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mampu mengukur apa yang ingin diukur. Instrument yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Jadi validitas ingin mengukur apakah per-tanyaan dalam kuesioner yang dibuat sudah betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur. Dengan kata lain, jika sebuah kuesioner tersebut mampu memperoleh data yang tepat dari variable yang hendak diteliti. Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat pada hasil output SPSS pada table Correlations, jika butir pertanyaan itu valid terdapat tanda bintang (\*) atau Tanda (\*\*) pada hasil *pearson Correlation*.

## 2. Uji Reliabilitas

Apabila suatu alat pengukuran telah dinyatakan valid, maka tahapan berikutnya adalah mengukur realibilitas dari alat. Menurut Imam Gozali, (2006:4) Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur instrumen penelitian yang merupakan indicator dari variable atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, secara internal realibilitas instrument dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument dengan teknik tertentu. Syarat sahnya uji reliabilitas, maka dihitung Cronbach Alpha masing-masing variable. Untuk proses pengolahan data pada penelitian ini, penulis menggunakan program SPSS versi 20. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variable dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) > 0.60. Setelah instrument penelitian dinyatakan valid dan reliable maka proses selanjutnya adalah proses analisis data yang dilakukan dengan teknik analisis data yang dilakukan dengan teknik analisis faktor.

## 3. Analisis Faktor

Singgih Santoso, ( 2006:11) Proses analisis faktor mencoba menemukan hubungan (*Interrelationship*) antar sejumlah variable-variabel yang saling independen satu dengan yang lain, sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variable yang

lebih sedikit dari jumlah variable awal. Sebagai contoh, ada 10 variabel yang bersifat independent satu dengan yang lain. Dengan analisis faktor, kesepuluh variable tersebut mungkin bisa diringkas hanya menjadi 3 kumpulan variable baru (*new set of variables*). Kumpulan variable tersebut disebut faktor, dimana faktor tetap mencerminkan variable-variabel aslinya.

Imam Gazali, (2006:267) analisis faktor yang ingin menemukan suatu cara meringkas (*summarize*) informasi yang ada dalam variable asli (awal) menjadi satu set dimensi baru atau variate (faktor). Model analisis faktor dinyatakan dengan rumus sebagai berikut:

$$Xi = A_{ij} + A_{i2}F_2 + A_{i3}F_3 + \dots + A_{im}F_m + V_i, U_i$$

Keterangan:

$X_i$  : Variabel standar yang ke- $i$

$A_{ij}$  : Koefisien multiple regresi standar dari variable ke- $I$  pada Common faktor  $j$

$F$  : Common faktor

$V_i$  : Koefisien regresi berganda standar dari variable ke- $I$  pada Faktor unik- $i$

$U_i$  : Faktor unik variable- $i$

$m$  : Banyaknya Common Faktor.

Singgih Santoso, (2006:14) Faktor unik berkolerasi satu dengan yang lain dengan faktor Common Faktor. Common Faktor dapat dinyatakan sebagai kombinasi dari variable yang diteliti, dengan persamaan.

$$F_i = W_{i1}X_1 + W_{i2}X_2 + W_{i3}X_3 + \dots + W_{ik}X_k$$

Keterangan:

$F_i$  : Faktor ke- $I$  yang diestimasi

$W_i$  : Bobot atau koefisien Core Faktor

Xk : Banyaknya Variabel X pada faktor ke-k Proses analisis faktor

Setelah sampel didapat dan diuji, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis faktor, proses tersebut meliputi:

- a. Menentukan variable apa saja yang akan dianalisis.
- b. Menguji variable-variabel yang telah ditentukan, menggunakan metode *Bartlett Test of Sphericity* serta pengukuran MSA (*Measure of Sampling Adequacy*). Uji KMO dan *Bartlett Test* memiliki beberapa ketentuan, yaitu angka KMO (Kaiser-Mayer-Olkin) haruslah berada di atas 0,5 dan signifikan harus berada di bawah 0,05. Sedangkan pada uji MSA angkanya harus berada antara 0 sampai 1 dengan kriteria: (1) MSA = 1, variable dapat diprediksi tanpa kesalahan oleh variable yang lain; (2) MSA >0,5, variable masih bisa diprediksi dan bisa di analisis lebih lanjut; dan (3) MSA <0,05, variable tidak bisa diprediksi dan tidak bisa dianalisis lebih lanjut, atau dikeluarkan dari variable lainnya.
- c. Melakukan proses inti pada analisis faktor, yakni faktoring, atau menurunkan satu atau lebih faktor dari variable-variabel yang telah lolos uji variable sebelumnya.
- d. Melakukan proses faktor rotation atau rotasi terhadap faktor yang telah terbentuk. Tujuan rotasi untuk memperjelas variable yang masuk ke faktor tertentu. Beberapa metode rotasi: (1) *Orthogonal Rotation*, yakni memutar sumbu 90°. Proses rotasi dengan metode

*Orthogonal* masih bisa dibedakan menjadi *Quartimax*, *Varimax*, dan *Equimax*; dan (2) *Oblique Rotation*, yakni memutar sumbu ke kanan, tetapi tidak harus 90°. Proses rotasi dengan metode *Oblique* masih bisa dibedakan menjadi *Oblimin*, *Promax*, *Orthoblique*, dan lainnya.

Imam Gazali, (2006:268)

Tidak ada aturan khusus kapan harus memilih rotasi *orthogonal* atau *oblique*. Pemilihan metode rotasi didasarkan pada kebutuhan khusus masalah penelitian. Jika tujuan penelitian adalah mengurangi jumlah variable asli (awal), maka pilihan rotasi yang cocok adalah *orthogonal*. Namun jika tujuan penelitian ingin mendapatkan faktor atau konstruk yang sesuai dengan teori, maka rotasi yang dipilih sebaiknya *oblique*. Metode rotasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode rotasi *orthogonal* yaitu *varimax* karena metode ini dinilai lebih cocok untuk penelitian yang dilakukan.

- a. Interpretasi atas faktor yang telah terbentuk, khususnya member nama atas faktor yang terbentuk, yang dianggap mewakili variable-variabel anggota faktor tersebut.
- b. Validasi atas hasil faktor untuk mengetahui apakah faktor yang terbentuk telah valid dapat dilakukan.

#### D. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil pengujian validitas digunakan 100 kuesioner dengan 25 butir pernyataan yang diajukan kepada

responden, dan r Tabel signifikan 5% = 0,1946. dapat dilihat Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel

Konstruk Penilaian	Pearson Correlation	Sig.(2-tailed)	N
1	2	3	4
<b>A. Faktor Syariah</b>			
Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo terapkan sistem bagi hasil yang lebih adil dan menentramkan	0.408**	0.000	100
Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo gunakan prinsip-prinsip syariah Islam dalam setiap praktek transaksi perbankan	0.109**	0.278	100
Transaksi perbankan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo bebas bunga (riba)	0.457**	0.000	100
Investasi/ pembiayaan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo hanya untuk bisnis yang halal dan baik	0.421**	0.000	100
<b>B. Faktor Sikap Terhadap Fatwa</b>			
Setuju dengan fatwa MUI bahwa bunga bank haram	0.625**	0.000	100
Menghindari bunga karena bertentangan dengan ajaran agama	0.625**	0.000	100
<b>C. Faktor Merek dan Kualitas Manajemen</b>			
Nama Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang sudah terkenal dan terpercaya	0.352**	0.000	100
Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo merupakan perusahaan yang reputasinya cukup baik	0.414**	0.000	100
Pimpinan (manajemen) Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo terdiri dari orang-orang terpercaya dan profesional.	0.420**	0.000	100
<b>D. Faktor Fasilitas</b>			
Banyaknya kantor cabang dan gallery Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo di berbagai daerah	0.351**	0.000	100
Banyaknya jaringan ATM Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo (ATM Bersama)	0.288**	0.004	100
Sarana pelayanan transaksi perbankan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang lengkap	0.606**	0.000	100
<b>E. Faktor Pelayanan</b>			
Pelayanan pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang cepat	0.438**	0.000	100
Pelayanan pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang ramah	0.691**	0.000	100
Pelayanan pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang tanggap dan memuaskan	0.691**	0.000	100



Adanya kesabaran yang tinggi dari pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo saat melayani nasabah	0.561**	0.000	100
F. Faktor Lokasi			
Lokasi Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang strategis	0.602**	0.000	100
Lokasi Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang mudah ditemukan	0.602**	0.000	100
Gedung (tempat) Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo menarik, nyaman, dan menyenangkan	0.606**	0.000	100
G. Faktor Sosial			
Mendapat rujukan dari perusahaan/ tempat bekerja	0.276**	0.006	100
Mendapat rekomendasi dari keluarga	0.630**	0.000	100
Mendapat rekomendasi dari teman/relasi	0.630**	0.000	100
H. Faktor Produk			
Produk-produk perbankan yang beragam, menarik, dan inovatif	0.538**	0.000	100
Fitur-fitur pendukung/ keuntungan yang terdapat dalam produk	0.763**	0.000	100
Perolehan bagi hasil yang sesuai dengan harapan	0.364**	0.000	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

Sumber: Data Olahan SPSS

Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's Alpha > 0,60 nilai reliabilitas dapat dilihat pada Tabel dibawah ini:

Tabel 4.2 Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based On Standardized Items	N of Items
.830	.837	25

Sumber : Data Olahan SPSS, 2016

Tabel diatas didapat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,830 > 0 maka dapat di-simpulkan bahwa ke-25 variabel tersebut valid dan reliable untuk mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi/pilihan nasabah untuk bertransaksi pada Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo.

E. Analisis Deskriptif

1. Faktor Syariah

Tabel 4.13 Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo Terapkan Sistem Bagi Hasil Yang Lebih Adil dan Menentramkan

Pernyataan	F	%	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.0	1.0
Ragu-ragu	5	5.0	6.0
Setuju	84	84.0	90.0
Sangat Setuju	10	10.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016.

Tabel 4.14 Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo Gunakan Prinsip-prinsip Syariah Islam dalam Setiap Praktek Transaksi Perbankan

Pernyataan	F	%	Cumulative Percent
Ragu-ragu	14	14.0	14.0
Setuju	72	72.0	86.0
Sangat Setuju	14	14.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016.

Tabel 4.15 Transaksi Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo Bebas Bunga (Riba)

Pernyataan	F	%	Cumulative Percent
Ragu-ragu	9	9.0	9.0
Setuju	69	69.0	78.0
Sangat Setuju	22	22.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016.

Tabel 4.16 Investasi/Pembiayaan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo Hanya Untuk Bisnis yang Halal dan Baik

Pernyataan	F	%	Cumulative Percent
Ragu-ragu	25	25.0	25.0
Setuju	56	56.0	81.0
Sangat Setuju	19	19.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016.

## 2. Faktor Sikap Terhadap Fatwa

Tabel 4.17 Setuju Dengan Fatwa MUI Bahwa Bunga Bank Haram

Pernyataan	F	%	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2.0	2.0
Ragu-ragu	5	5.0	7.0
Setuju	51	51.0	58.0
Sangat Setuju	42	42.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016.

Tabel 4.18 Menghindari Bunga Karena Bertentangan Dengan Ajaran Agama

Pernyataan	F	%	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2.0	2.0
Ragu-ragu	13	13.0	15.0
Setuju	58	58.0	73.0
Sangat Setuju	27	27.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016.

### 3. Faktor Merek dan Kualitas Manajemen

Tabel 4.19 Nama Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo Yang Sudah Terkenal dan Terpercaya

Pernyataan	F	%	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.0	1.0
Ragu-ragu	16	16.0	17.0
Setuju	78	78.0	95.0
Sangat Setuju	5	5.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016.

Tabel 4.20 Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo Merupakan Perusahaan Yang Reputasinya Cukup Baik

Pernyataan	F	%	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2.0	2.0
Ragu-ragu	17	17.0	19.0
Setuju	64	64.0	83.0
Sangat Setuju	17	17.0	100.0
	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016

Tabel 4.21 Pimpinan (Manajemen) Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo Terdiri dari Orang-orang terpercaya dan Profesional

Pernyataan	F	%	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.0	1.0
Ragu-ragu	19	19.0	20.0
Setuju	68	68.0	88.0
Sangat Setuju	12	12.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016

4. Faktor Fasilitas

Tabel 4.22 Banyaknya Kantor Cabang dan Gallery Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo Di Berbagai Daerah

Pernyataan	F	%	Cumulative Percent
Tidak Setuju	10	10.0	10.0
Ragu-ragu	53	53.0	63.0
Setuju	29	29.0	92.0
Sangat Setuju	8	8.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016

Tabel 4.23 Banyaknya Jaringan ATM Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo(ATM Bersama)

Pernyataan	F	%	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2.0	2.0
Ragu-ragu	16	16.0	18.0
Setuju	55	55.0	73.0
Sangat Setuju	27	27.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016.

Tabel 4.24 Sarana Pelayanan Transaksi Perbankan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo Yang Lengkap

Pernyataan	F	%	CumulativePercent
Tidak Setuju	6	6.0	6.0
Ragu-ragu	12	12.0	18.0
Setuju	65	65.0	83.0
Sangat Setuju	17	17.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016.

5. Faktor Pelayanan

Tabel 4.25 Pelayanan Pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo Yang Cepat

Pernyataan	F	%	Cumulative Percent
Tidak Setuju	3	3.0	3.0
Ragu-ragu	9	9.0	12.0
Setuju	69	69.0	81.0
Sangat Setuju	19	19.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016.

Tabel 4.26 Pelayanan Pegawai Yang Ramah

Pernyataan	F	%	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.0	1.0
Setuju	65	65.0	66.0
Sangat Setuju	34	34.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016.

Tabel 4.27 Pelayanan Pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo Yang Tanggap dan Memuaskan

Pernyataan	F	%	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2.0	2.0
Ragu-ragu	7	7.0	9.0
Setuju	64	64.0	73.0
Sangat Setuju	27	27.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016.



Tabel 4.28 Adanya Kesabaran Yang Tinggi Dari Pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo Saat Melayani Nasabah

Pernyataan	F	%	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2.0	1.0
Ragu-ragu	4	4.0	6.0
Setuju	64	64.0	70.0
Sangat Setuju	30	30.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016.

## 6. Faktor Lokasi

Tabel 4.29 Lokasi Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang Strategis

Pernyataan	Freguency	Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2.0	2.0
Ragu-ragu	47	47.0	47.0
Setuju	43	43.0	43.0
Sangat Setuju	8	8.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016

Tabel 4.30 Lokasi Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang Mudah Ditemukan

Pernyataan	Freguency	Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	11	11.0	11.0
Ragu-ragu	52	52.0	63.0
Setuju	32	32.0	95.0
Sangat Setuju	5	5.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016.

Tabel 4.31 Gedung Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo Menarik, Nyaman, dan Menyenangkan

Pernyataan	Freguency	Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	3	3.0	3.0
Ragu-ragu	13	13.0	16.0
Setuju	69	69.0	85.0
Sangat Setuju	15	15.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016

## 7. Faktor Sosial

Tabel 4.32 Mendapat Rekomendasi Dari Keluarga

Pernyataan	Freguency	Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	24	24.0	25.0
Ragu-ragu	9	9.0	33.0
Setuju	52	52.0	85.0
Sangat Setuju	15	15.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016

Tabel 4.33 Mendapat Rekomendasi Dari Teman/Relasi

Pernyataan	Freguency	Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	14	14.0	14.0
Ragu-ragu	5	5.0	19.0
Setuju	53	53.0	72.0
Sangat Setuju	28	28.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016

8. Faktor Produk

Tabel 4.34 Produk-produk Perbankan Yang Beragam, Menarik, dan Inovatif

Pernyataan	Freguency	Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2.0	2.0
Ragu-ragu	6	6.0	8.0
Setuju	67	67.0	75.0
Sangat Setuju	25	25.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016.

Tabel 4.35 Fitur 2 Pendukung/Keuntungan Yang Terdapat Dalam Produk

Pernyataan	Freguency	Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2.0	2.0
Ragu-ragu	8	8.0	10.0
Setuju	58	58.0	68.0
Sangat Setuju	32	32.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016

Tabel 4.36 Perolehan Bagi Hasil Yang Sesuai Harapan

Pernyataan	Freguency	Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	6	6.0	2.0
Ragu-ragu	13	13.0	19.0
Setuju	65	65.0	84.0
Sangat Setuju	16	1.0	100.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016

F. Hasil Analisis Faktor

Ke-25 variabel yang telah dianggap valid dan reliable, dimasukkan ke dalam analisis faktor untuk diuji apakah nilai dari *KMO and Barlett's test*

dan *MSA (Measures of Sampling Adequacy)* nya diatas 0.5. hasil dari analisis dapat dilihat pada Tabel dibawah ini.

Tabel 4.37 Perolehan Kaiser-Meyer-Olkin Measure

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		.691
Bartlett's Test of Appox. Chi-Square		1092.361
Sphericity	Df	300
	Sig	.000

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016.

Angka *KMO and Bartlett Test* adalah 0,691 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena angka tersebut sudah diatas 0.5 dan signifikansi jauh dibawah 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), maka variabel dan sampel yang ada sebenarnya sudah bisa dianalisis lebih lanjut. Kemudian dapat dilihat angka *MSA* dalam Tabel *Anti image Matrices* pada *Anti-Image Correlation*, pada angka korelasi yang bertanda a (arah diagonal dari kiri atas ke kanan bawah) Tabel terlampir. Angka *MSA* untuk variabel Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo terapkan sistem bagi hasil yang lebih adil dan menentramkan adalah 0,676, untuk variabel Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo gunakan prinsip-prinsip syariah Islam dalam setiap praktek transaksi perbankan adalah 0,282, untuk variabel transaksi perbankan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo bebas bunga (riba) adalah 0,769, untuk variabel Investasi atau pembiayaan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo hanya untuk bisnis yang halal dan baik adalah 0,573.

1. Variabel setuju dengan fatwa MUI bahwa bunga bank haram adalah 0,531, untuk variabel menghindari bunga karena bertentangan dengan ajaran agama adalah 0,533.
2. Variabel nama Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang sudah terkenal dan terpercaya adalah 0,716, untuk variabel Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo merupakan perusahaan yang reputasinya cukup baik adalah 0,645, untuk variabel manajemen Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo terdiri dari orang-orang terpercaya dan Profesional adalah 0,786.
3. Variabel fasilitas Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo memiliki layanan kantor kas yang banyak adalah 0,650, untuk variabel Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo memiliki jaringan ATM yang banyak dan terjangkau seperti (ATM Bersama) adalah 0,734, untuk variabel fasilitas pelayanan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo lengkap adalah 0,756.

4. Variabel pelayanan pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang cepat adalah 0,799, untuk variabel pelayanan pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang ramah adalah 0,747, untuk variabel pelayanan pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang tanggap dan memuaskan adalah 0,834, untuk variabel adanya kesabaran yang tinggi dari pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo saat melayani nasabah adalah 0,757.
5. Variabel lokasi Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang strategis adalah 0,763 untuk variabel lokasi Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang mudah ditemukan adalah 0,616, untuk variabel gedung (tempat) Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo menarik, nyaman, dan menyenangkan adalah 0,659.
6. Variable tertarik dengan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo karena rekomendasi kantor atau teman kantor adalah 0,581, untuk variabel mendapat rekomendasi dari keluarga adalah 0,758, untuk variabel mendapat rekomendasi dari teman/relasi adalah 0,757.
7. Variabel produk-produk perbankan yang beragam menarik, dan inovatif adalah 0,664, untuk variabel fitur-fitur pendukung/keuntungan yang terdapat dalam produk adalah 0,705,

dan terakhir untuk variabel perolehan bagi hasil yang sesuai harapan adalah 0,729.

Dari 25 variabel tersebut diatas berdasarkan criteria angka MSA diatas 0,5, maka terlihat bahwaada satu variable yang tidak sesuai dengan criteria MAS yakni untuk variabel Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo gunakan prinsip-prinsip syariah Islam dalam setiap praktek transaksi perbankan adalah 0,282, namun 24 variabel sudah memiliki MSA diatas 0,5. Dengan demikian ke-24 variabel dapat dianalisis lebih lanjut.

Setelah semua variabel memenuhi syarat untuk dapat dianalisis lebih lanjut, tahap se-lanjutnya adalah melakukan proses inti dari analisis faktor, yaitu melakukan faktoring dan rotasi, sehingga terbentuk satu atau beberapa faktor. Metode faktoring (pembuatan faktor/ekstraksi variabel) ini menggunakan Principal Component Analysis. Setelah beberapa faktor terbentuk, dengan sebuah faktor yang berisi sejumlah variabel, mungkin saja sebuah variabel sulit untuk ditentukan akan masuk ke dalam faktor yang mana. Untuk mengatasi hal tersebut, maka akan dilakukan proses rotasi pada faktor yang terbentuk, sehingga memperjelas posisi sebuah variabel, akankah dimasukan pada faktor yang satu atau ke faktor yang lain. Dalam penelitian ini proses rotasi dilakukan dengan menggunakan metode rotasi Orthogonal yaitu Varimax.

Tabel 4.38 Communalities

No	Pernyataan	Initial	Extraction
1	2	3	4
1.	Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo terapkan sistem bagi hasil yang lebih adil dan menentramkan	1000	.671
2.	Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo gunakan prinsip-rinsip syariah Islam dalam setiap praktek Transaksi Perbankan	1000	.782
3.	Transaksi perbankan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo bebas bunga (riba)	1000	.701
4.	Investasi/ pembiayaan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo hanya untuk bisnis yang halal dan baik	1000	.599
5.	Setuju dengan fatwa MUI bahwa bunga bank haram	1000	.786
6.	Menghindari bunga karena bertentangan dengan ajaran agama	1000	.782
7.	Nama Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang sudah terkenal dan terpercaya	1000	.528
8.	Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo merupakan perusahaan yang reputasinya cukup baik	1000	.669
9.	Pimpinan (manajemen) Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo terdiri dari orang-orang terpercaya dan professional	1000	.601
10.	Banyaknya kantor cabang dan gallery Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo di berbagai daerah	1000	.628
11.	Banyaknya jaringan ATM Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo (ATM bersama)	1000	.715
12.	Sarana pelayanan transaksi perbankan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang lengkap	1000	.680
13.	Pelayanan pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang cepat	1000	.498
14.	Pelayanan pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang ramah	1000	.732
15.	Pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang tanggap dan memuaskan	1000	.750



16	Adanya kesabaran yang tinggi dari pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo saat melayani nasabah	1000	.618
17	Lokasi Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang strategis	1000	.754
18	Lokasi Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang mudah ditemukan	1000	.780
19	Gedung (tempat) Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo menarik, nyaman, dan menyenangkan	1000	.757
20	Tertarik dengan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo karena rekomendasi kantor atau teman kantor	1000	.718
21	Mendapat rekomendasi dari keluarga	1000	.748
22	Mendapat rekomendasi dari teman/ relasi	1000	.723
23	Produk-produk perbankan yang beragam, menarik, dan inovatif	1000	.826
24	Fitur-fitur pendukung/keuntungan yang terdapat dalam produk	1000	.805
25	Perolehan bagi hasil yang sesuai harapan	1000	.660

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016.

Berapa jumlah faktor yang akan terbentuk dari 25 variabel diatas, dapat dilihat Tabel 4.39. Dalam Tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari 25 variabel yang dimasukkan ke dalam analisis faktor, hanya delapan faktor yang terbentuk, karena dengan satu faktor, angka *eigenvalues* diatas 1, dengan dua faktor angka *eigenvalues* juga masih diatas 1, dengan tiga faktor, angka *eigenvalues* masih diatas 1, dengan empat faktor, angka *eigenvalues* juga masih

didas 1 dengan lima faktor, angka *eigenvalues* juga masih diatas 1 dengan enam faktor, angka *eigenvalues* juga masih diatas 1 dengan tujuh faktor, angka *eigenvalues* juga masih diatas 1 dengan delapan faktor, angka *eigenvalues* juga masih diatas 1 yakni 1,001. Namun untuk 9 faktor angka *eigenvalues* sudah dibawah 1, yakni 0.937, sehingga proses faktoring seharusnya berhenti pada 8 faktor saja.

Tabel 4.39 Faktor yang Terbentuk

Componen	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Varians	Cumulative %	Total	% of Varians	Cumulative %
1	5.806	23.222	23.222	5.806	23.222	23.222
2	2.935	11.739	34.961	2.935	11.739	34.961
3	2.052	8.208	43.169	2.052	8.208	43.169
4	1.911	7.643	50.812	1.911	7.643	50.812
5	1.480	5.921	56.733	1.480	5.921	56.733
6	1.204	4.816	61.549	1.204	4.816	61.549
7	1.122	4.487	66.035	1.122	4.487	66.035
8	1.001	4.004	70.039	1.001	4.004	70.039
9	.937	3.747	73.786			
10	.870	3.481	77.268			
11	.788	3.153	80.420			
12	.663	2.653	83.074			
13	.590	2.360	85.433			
14	.544	2.175	87.609			
15	.507	2.029	89.638			
16	.384	1.536	91.174			
17	.363	1.450	92.624			
18	.352	1.409	94.003			
19	.322	1.289	95.322			
20	.277	1.109	96.431			
21	.256	1.025	97.456			
22	.234	.935	98.391			
23	.179	.717	99.108			
24	.132	.529	99.637			
25	.091	.363	100.000			

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016

Setelah diketahui bahwa faktor adalah jumlah yang paling optimal dalam faktoring, Tabel *Component Matrix* berikut menunjukkan distribusi kedupuluh lima variabel pada delapan faktor yang terbentuk. Sedangkan angka-angka yang ada pada Tabel tersebut adalah *faktor loadings*, yang

menunjukkan besarnya korelasi antara suatu variabel dengan faktor 1, faktor 2, faktor 3 dan seterusnya sampai faktor 8. Selanjutnya dalam proses penentuan variabel mana akan masuk ke faktor yang mana dapat dilakukan dengan melakukan perbandingan besarnya korelasi pada setiap baris.

Tabel 4.40 Component Matrix (a)

No	Pernyataan	Componen							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo terapkan sistem bagi hasil yang lebih adil dan menentramkan	.450	.265	-.262	-.102	-.515	-.077	.185	.100
2.	Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo gunakan prinsip-prinsip syariah Islam dalam setiap praktek transaksi perbankan.	-.040	.023	-.228	.279	.398	.541	.435	.100
3.	Transaksi perbankan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo bebas bunga (riba)	.506	.411	.033	-.274	-.071	.110	.412	-.110
4.	Investasi/Pembiayaan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo hanya untuk bisnis yang halal dan baik.	.329	.586	-.124	-.015	-.341	.097	.059	.050
5.	Setuju dengan fatwa MUI bahwa bunga bank haram.	.256	.578	.324	-.405	.284	-.108	.158	.008
6.	Menghindari bunga karena bertentangan dengan ajaran agama.	.336	.483	.340	-.379	.167	-.213	.131	-.292
7.	Nama Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang sudah terkenal dan terpercaya.	.445	.170	-.404	-.040	-.025	.221	.108	.274
8.	Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo merupakan perusahaan yang reputasinya cukup baik.	.371	.620	-.054	.294	.000	-.120	-.184	-.092
9.	Pimpinan (manajemen) Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo terdiri dari orang-orang terpercaya dan profesional	.399	.256	-.375	.210	-.368	-.050	-.174	-.150
10.	Banyaknya kantor cabang dan gallery Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo diberbagai daerah.	.330	.381	.358	.416	-.062	.162	-.052	.200
11.	Banyaknya jaringan ATM Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo (ATM Bersama).	.396	.238	-.154	-.159	-.056	.534	-.399	-.072
12.	Sarana pelayanan transaksi perbankan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang lengkap.	.688	-.092	.208	-.033	.120	.105	.022	-.357
13.	Pelayanan pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang cepat.	.492	.033	-.022	.381	.287	-.065	-.023	.150
14.	Pelayanan pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang ramah.	.598	-.156	-.436	.278	.228	-.172	.019	-.029
15.	Pelayanan pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang tanggap dan memuaskan.	.696	-.041	-.253	.279	.179	-.284	-.001	-.100

Lanjutan Tabel 4.40

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16.	Adanya kesabaran yang tinggi dari pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo saat melayani nasabah	.619	-.017	-.130	.265	.283	-.185	-.018	-.180
17.	Lokasi Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang strategis	.376	-.236	.526	.239	-.463	.015	.084	.019
18.	Lokasi Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang mudah ditemukan.	.422	-.303	.497	.411	-.300	.063	.026	-.018
19.	Gedung (tempat) Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo menarik, nyaman, dan menyenangkan.	.621	-.505	.307	.058	.056	-.018	.091	-.082
20.	Mendapatkan rekomendasi kantor atau teman kantor	-.113	.509	.235	.043	.187	-.210	-.461	.312
21.	Mendapat rekomendasi dari keluarga.	.517	-.362	-.144	-.362	-.001	-.210	-.083	.384
22.	Mendapat rekomendasi dari teman/relasi.	.521	-.327	-.223	-.375	-.180	-.263	.151	.175
23.	Produk-produk perbankan yang beragam, menarik, dan inovatif.	.631	-.245	.213	-.394	.133	.257	-.288	.023
24.	Fitur-fitur pendukung/keuntungan yang terdapat dalam produk.	.683	-.318	-.099	-.277	.033	.250	-.283	-.086
25.	Perolehan bagi hasil yang sesuai harapan	.486	.078	.345	.039	.169	.026	.146	.496

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016

Karena masih ada beberapa variabel yang belum jelas akan dimasukkan ke faktor mana, maka perlu dilakukan proses rotasi (rotation) agar

semakin jelas sebuah variabel akan dimasukkan pada faktor 1,2,3,4,5,6,7 atau 8

Tabel 4.41 Rotated Component Matrix (a)

No	Pernyataan	Componen							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo terapkansistem bagi hasil yg lebih adil dan menentramkan	.061	.102	.738	.120	.293	-.022	-.101	-.035
2.	Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo gunakan prinsip-prinsip syariah Islam dalam setiap praktek transaksi Perbankan.	.118	-.110	-.066	-.062	.202	.005	-.127	-.831
3.	Transaksi perbankan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo bebas bunga (riba).	.074	.093	.436	.636	.112	-.109	-.144	.216
4.	Pembiayaan BMI Tbk. Cabang Gorontalo hanya untuk bisnis yang halal dan baik.	-.005	.025	.709	.251	-.049	.062	.154	.057
5.	Setuju dengan fatwa MUI bahwa bunga bank haram.	-.024	-.094	.056	-.828	.055	.049	.283	.042
6.	Menghindari bunga karena bertentangan dengan ajaran agama.	.087	.006	.076	.849	-.035	.079	.068	-.188
7.	Nama Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang sudah terkenal dan terpercaya.	.208	-.113	.457	.002	.287	.202	.044	.371
8.	Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo merupakan perusahaan yang reputasina cukup baik.	.397	-.002	.473	.233	-.284	.032	.380	-.086

Lanjutan Tabel 4.41

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9.	Pimpinan (manajemen) Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo terdiri dari orang-orang terpercaya dan professional.	.329	.012	.652	-.120	-.070	.126	-.022	-.179
10.	Banyaknya kantor cabang dan gallery Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo diberbagai daerah.	.134	.452	.259	.128	-.217	.042	.483	.202
11.	Banyaknya jaringan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo (ATM Bersama).	.019	-.071	.363	.025	-.094	.738	.121	.098
12.	Sarana pelayanan transaksi perbankan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang lengkap	.427	.366	.088	.367	.023	.436	-.192	-.014
13.	Pelayanan pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang cepat.	.586	.184	.033	.012	.066	.050	.261	.213
14.	Pelayanan pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang ramah.	.785	-.029	.150	-.111	.225	.088	-.095	.112
15.	Pelayanan pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang tanggap dan memuaskan.	.814	.105	.188	.062	.180	.068	-.019	-.024
16.	Adanya kesabaran yang tinggi dari pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Cab. Gorontalo saat melayani nasabah	.752	.110	.060	.136	.046	.130	-.005	.012
17.	Lokasi Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang strategis.	-.016	.848	.108	-.006	.083	.024	-.033	-.115
18.	Lokasi Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yg mudah ditemukan	.168	.858	.004	-.093	-.010	.077	-.002	-.037
19.	Gedung (tempat) Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo menarik, nyaman, dan menyenangkan	.382	.590	-.220	.096	.310	.259	-.204	.004
20.	Mendapatkan rekomendasi dari kantor atau teman kantor	-.050	-.161	-.010	.130	-.119	-.033	.787	-.196
21.	Mendapat rekomendasi dari keluarga	.201	.004	.008	-.018	.805	.228	.023	-.074
22.	Mendapat rekomendasi dari teman/ relasi.	.195	.071	.175	.074	.745	.091	-.260	-.112
23.	Produk-produk perbankan yg beragam, menarik, dan inovatif.	.122	.232	-.117	.217	.377	.743	.034	-.023
24.	Fitur-fitur pendukung/keuntungan yang terdapat dalam produk	.289	.140	.055	.019	.359	.738	-.155	-.036
25.	Perolehan bagi hasil yg sesuai harapan	.150	.382	-.005	.270	.367	.045	.413	.334

Sumber : Hasil Output SPSS, 2016

### G. Interpretasi Hasil Penelitian

Hasil olahan penelitian dapat disimpulkan bahwa Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo terapkan sistem bagi hasil yang lebih adil dan menetralkan, variabel ini

masuk kedalam faktor 3, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 3 paling besar dibandingkan dengan faktor lain yaitu 0,738.

1. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo gunakan prinsip-

- prinsip syariah Islam dalam setiap praktek transaksi perbankan, Variabel ini masuk kedalam faktor 8, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 8 paling besar di banding dengan faktor lain yaitu 0,831.
2. Transaksi perbankan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo bebas bunga (riba), Variabel ini masuk kedalam faktor 4, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 4 paling besar di bandingkan dengan faktor lain yaitu 0,636.
  3. Investarsi/pembiayaan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo hanya untuk bisnis yang halal dan baik, Variabel ini masuk kedalam faktor 3, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 3 paling besar di bandingkan dengan faktor lain yaitu 0,709.
  4. Setuju dengan fatwa MUI bahwa Bunga bank haram, Variabel ini masuk kedalam faktor 4, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 4 paling besar di bandingkan dengan faktor lain yaitu 0,828. Menghindari bunga karena bertentangan dengan ajaran agama, Variabel ini masuk kedalam faktor 4, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 4 paling besar di banding dengan faktor lain yaitu 0,849.
  5. Nama Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang sudah terkenal dan terpercaya, Variabel ini masuk kedalam faktor 3, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 3 paling besar di bandingkan dengan faktor lain yaitu 0,457.
  6. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo merupakan perusahaan yang reputasinya cukup baik, Variabel ini masuk kedalam faktor 3, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 3 paling besar di bandingkan dengan faktor lain yaitu 0,473.
  7. Pimpinan (manajemen) Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo terdiri dari orang-orang terpercaya dan professional, Variabel ini masuk kedalam faktor 3, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 3 paling besar di bandingkan dengan faktor lain yaitu 0,652.
  8. Banyaknya kantor cabang dan gallery Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo di berbagai daerah, Variabel ini masuk kedalam faktor 7, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 7 paling besar di bandingkan dengan faktor lain yaitu 0,483.
  9. Banyaknya jaringan ATM Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo (ATM bersama), Variabel ini masuk kedalam faktor 6, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 6 paling besar di bandingkan dengan faktor lain yaitu 0,738. Sarana pelayanan transaksi perbankan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang lengkap, Variabel ini masuk kedalam faktor 6, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 6 paling besar di bandingkan dengan faktor lain yaitu 0,436
  10. Pelayanan pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang cepat, Variabel ini masuk kedalam faktor 1, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 1 paling besar di bandingkan dengan faktor lain yaitu 0,584. Pelayanan pegawai Bank Muamalat Indonesia



- Tbk. Cabang Gorontalo yang ramah, Variabel ini masuk kedalam faktor 1, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 1 paling besar di banding dengan faktor lain yaitu 0,785.
11. Pelayanan pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang tanggap dan memuaskan, Variabel ini masuk kedalam faktor 1, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 1 paling besar di bandingkan dengan faktor lain yaitu 0,814.
  12. Adanya kesabaran yang tinggi dari pegawai Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo saat melayani nasabah, Variabel ini masuk kedalam faktor 1, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 1 paling besar di bandingkan dengan faktor lain yaitu 0,752
  13. Lokasi Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang strategis, Variabel ini masuk kedalam faktor 2, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 2 paling besar di bandingkan dengan faktor lain yaitu 0,848. Lokasi Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo yang mudah ditemukan, Variabel ini masuk kedalam faktor 2, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 2 paling besar di bandingkan dengan faktor lain yaitu 0,858
  14. Gedung (tempat) Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo menarik, nyaman, dan menyenangkan, Variabel ini masuk kedalam faktor 2, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 2 paling besar di bandingkan dengan faktor lain yaitu 0,590. Mendapat rekomendasi dari kantor atau teman kantor, Variabel ini masuk kedalam faktor 7, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 7 paling besar di bandingkan dengan faktor lain yaitu 0,787
  15. Mendapat rekomendasi dari keluarga, Variabel ini masuk kedalam faktor 5, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 5 paling besar di bandingkan dengan faktor lain yaitu 0,805. Mendapat rekomendasi dari teman/relasi, Variabel ini masuk kedalam faktor 5, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 5 paling besar di bandingkan dengan faktor lain yaitu 0,745.
  16. Produk-produk perbankan yang beragam, menarik, dan inovatif, Variabel ini masuk kedalam faktor 6, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 6 paling besar di bandingkan dengan faktor lain yaitu 0,743. Fitur-fitur pendukung/keuntungan yang terdapat dalam produk, Variabel ini masuk kedalam faktor 6, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 6 paling besar di bandingkan dengan faktor lain yaitu 0,738, Perolehan bagi hasil yang sesuai harapan Variabel ini masuk kedalam faktor 7, karena faktor loading variabel ini dengan faktor 7 paling besar di bandingkan dengan faktor lain yaitu 0,413.
- #### H. Kesimpulan
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tujuh faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam menggunakan produk pada Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo, ketujuh faktor tersebut adalah; Faktor Syariah, Faktor Merek dan Manajemen, Faktor Fasilitas,

Faktor Pelayanan, Faktor Lokasi, Faktor Sosial, dan Faktor Produk.

Dari ketujuh faktor tersebut, maka ditemukan faktor pelayanan yang merupakan faktor yang sangat dominan terhadap preferensi nasabah untuk menggunakan produk pada Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo. Faktor pelayanan terdiri dari lima indikator/variabel, yaitu; pelayanan pegawai bank yang cepat, pelayanan pegawai bank yang ramah, pelayanan pegawai bank yang tanggap dan memuaskan, adanya kesabaran yang tinggi dari pegawai bank saat melayani nasabah, dan Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo merupakan bank yang memiliki reputasi cukup baik jika dibandingkan dengan bank-bank syariah yang ada di Indonesia, namun ditemukan pula adanya kecenderungan faktor syariah juga sangat mempengaruhi preferensi nasabah penabung dalam melakukan transaksinya di Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Gorontalo.

#### DAFTAR PUSTAKA

- A.Nevins, *Masters' Essays In History*, New York : Colombia Universitas Press. 1933
- Andri Soemitra, "Bank dan Lembaga Keuangan Syariah". Jakarta: Kencana 2009 Ed.1 Cet.1
- Al-Arif,M. Nur Rianto. *Dasar-dasar Ekonomi Islam*. Cetakapertama. Solo: PTERA ADICITRAINTER MEDIA, 2011.
- Al Jawi, Shiddiq. *Kerjasama Bisnis (Syirkah) Dalam Islam*. Majalah Al Waie 572. An Nabhani, Taqiyuddin. 1996. *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif*. Surabaya: Risalah
- Gusti.3. Abu Bakr Jabr Al Jazairi, *Ensiklopedia Muslim*, Minhajul Muslim, Penerbit Buku Islam Kaffah, Edisi Revisi, 2005.
- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah suatu Pengenalan Umum*, Yogyakarta: BI dan Tazkia Institute, 1999.
- , *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta : Gema Insani Press, 2001.
- Arifin, Zainul. 2006. *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alvabet.
- , *Memahami Bank Syariah : Lingkup, Peluang, Tantangan dan Prospek*, Jakarta : AlvaBet, 2000
- , *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*, Jakarta : Pustaka Alvabet, 2006
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. 2007, Rajawali Press, Jakarta.
- Badri, M. Arifin bin. *Sifat Perniagaan Nabi*, 2008, Cetaka Pertama. Bogor : Darul Ilmi
- Basyir, Ahmad Azhar, *Hukum Islam tentang Wakaf-Ijarah-Syirkah*, Bandung : PT. Al-Ma'arif, 1987.
- Barnadib, Imam, *Dasar - Dasar Kependidikan: Memahami Makna dan Prespektif Beberapa Teori Pendidikan*, 1996. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Briefcase Book, *Edukasi Profesional Syariah, Cara Mudah Memahami Akad-akad Syariah*, penyunting Sofiniyah Ghufron, Jakarta : Renaisan, 2005
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan*

- Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*, 2005. Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Prenada Media, Jakarta.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, edisi III. Jakarta: Balai Pustaka, 2005
- Dusuki, Asyraf Wajdi dan Nurdianawati Irwani Abdullah. 2006. "Why Do Malaysian Customers Patronise Islamic Banks?". *Jurnal Internasional. International Islamic University Malaysia*, Kuala Lumpur, Malaysia.
- Gozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Imam, *Statistik Inferensial*, Cetakan I, Rajagrafindo Persada, Depok, 2016,
- Halim, Adnan. 2010. Skripsi "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Pelayanan Perbankan (Studi Kasus Pada PT. Bank Muammalat Indonesia Tbk. Cabang Bogor)" Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Hermawan, Agus, 2012, *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Husein, Hanifah, *Republika*, edisi 15 Desember 2003.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, 2013, Penerbit Kencana Prenada Media Group : Jakarta.
- Karim, Adiwarmanto. 2003. *Ekonomi Mikro Islam*, Edisi II. Jakarta: III T Indonesia
- Karim, Adiwarmanto, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Ed. 3, Cet. 3, PT Raja Grafindo Persada, 2006.
- Karim, Adiwarmanto, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Karim, Adiwarmanto, *Ekonomi Mikro Islam*. Edisi Kelima. Jakarta: 2014, Rajawali Press.
- Kasiram, Moh. 2008. *Metode Penelitian*. Malang: UIN Malang Press
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. 2008. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2004 "Manajemen Pemasaran". Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang. 2006.
- Kwik Kian Gie, *Republika*, edisi 26 Juni 2003.
- Lamb, Hair, Mc Daniel. 2001. *Pemasaran Buku I*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lewis, Mervyn K dan Latifa Algaoud. 2001. *Perbankan Syariah Prinsip, Praktik dan Prospek*. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.
- Ibrahim Lubis, *Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, 1994, Jakarta, Kalam Mulia.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*, 2013, Jakarta : Salemba Empat
- Mankiw, N Grogory, *Makro Ekonomi*, 2007, Edisi ke Enam, Jakarta, Erlangga
- Maski, Ghozali. *Analisis Keputusan Nasabah Menabung : Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah Di Malang*, 2010, *Jurnal of Indonesia Applied Economics* Vol. 4 (No.1) : 43-57.

- Milles, Matthew B. dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta : UI Press, 1992
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Ramaja Rosdakarya, 2007
- Mustasowifin Ali. “ Menggagas Strategi Pengembangan Perbankan Syariah di Pasar Non Muslim”. Jurnal Universitas Paramadina Vol. 3 No 1. September 2003.
- Mukhlis. *Perilaku Menabung Di Perbankan Syariah Jawa Tengah*. 2011. Disertasi diterbitkan. Yogyakarta: Program Studi Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Mussry, Jacky, Wirtz, Jochen dan Lovelock, Christopher. *Pemasaran Jasa :Manusia, Teknologi, Strategi*. 2010, Jakarta : Erlangga
- Nugroho, J. Setiadi. 2005. *Perilaku Konsumen dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran, Edisi Kedua*. I Jakarta: Kencana.
- Nurhayati, Sri dan Wasilah. 2008. *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nukman, *Preferensi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah, di Kota Makassar (Disertasi)*, 2010, Pasca Sarjana UIN Makassar
- Patilima, Hamid *Metode Penelitian*, 2007, Bandung, Alfabeta.
- Pascasarjana UIN Makassar, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Tesis dan Disertasi*, UIN Alauddin Press, tahun 2014 - 2015
- Partanto, Pius A dan M. Dahlan A-Barry, *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya : Arloka, 2001
- Potensi, Preferensi, dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syariah: studi Pada Wilayah Profinsi Jawa Timur. 2000. Bank Indonesia dan Pusat Pengkajian Bisnis dan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi, Universitas Brawijaya.
- PusatPengkajiandanPengembanganEkonomi Islam(P3EI).2011.*EkonomiIslam*. Jakarta:PT. RajaGrafindoPersada.
- Rahayu, Iin Tri dan Tristiadi Ardi Ardani. 2004. *Observasi dan Wawancara*. Jawa Timur: Bayumedia Publishing.
- Rahman, Fazlur, *Islam*, alih bahasa Ahsin Mohammad, Cet. III, Bandung: Pustaka. 1997
- Rodoni, Ahmad. 2006. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: CSES.
- Rumapea, Tumpal dan Posmon Haloho. 1994. *Kamus Lengkap Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Ruslan, Rosadi, *Management Public Relations*, 2005, Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Saeed, Abdullah, *Islamic Banking And Interest a Study of The Prohibition of Riba and its Contemporary Interpretion*, Koln brill, Leiden New York
- Salim, Agus, *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial; Buku Sumber untuk Penelitian Kualitatif*, Yogyakarta : Tiara Wacana, 2006
- Santoso, Singgih. 2006. *SPSS untuk Statistik Multivariat*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- S. Nasution, *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*, Bandung: Transito, 1996
- Siddiqi, Nejatullah, *Kemitraan Usaha dan Bagi Hasil dalam Hukum Islam*, penterjemah Fakhriyah Mumtihan,

- Jakarta : Dana Bhakti Prima Yasa, 1996
- Supriyadi, Ahmad, *Sistem Pembiayaan Berdasarkan Prinsip Syariah : Suatu Tinjauan Yuridis Terhadap Praktek Pembiayaan di Perbankan Syariah di Indonesia*, Jurnal Hukum Islam Al-Mawarid, Edisi XI, 2004
- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Suyanto, Bagong dan Sutinah (ed.), *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*, Jakarta : Kencana, 2006
- Singarimbun, Masri dan Sofian 2006. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3ES.
- Tim Pengembangan Perbankan Syariah Institut Bankir Indonesia, *Konsep, Produk dan Implementasi Operasional Bank Syariah*, Jakarta : Djmbatan, 2001
- Sudarsono, Heri *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan Ilustrasi*, 2012, Edisi 3 Ekonisa.
- Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, 2009 Jakarta: Bumi Aksara
- Sudin, Haron, Nurafifah Ahmad, dan Sandra L Plainsek. 1994. "Bank Patronage Factors of Muslim and Non-Muslim Costomers". *Jurnal Internasional*.
- Wan Ahmad, Wan Marhaini. 2006. "Choice Of Financing Amongst Malays: Between Religiosity And Perception". University Of Malaya.
- Sumarwan, Ujang. 2000. "Perilaku Konsumen; Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran". Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Yin, Robert K, *Studi Kasus Desain dan Metode*, Jakarta: PT. Raja Garafindo Persada, 2006
- Sumitro, Warkum, *Asas-asas Perbankan Islam dan Lembaga-lembaga Terkait (BAMUI, Takaful dan Pasar Modal Syariah) di Indonesia*, Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2004.
- Yunus, Amat. 2005. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah" *Jurnal Eksis*.
- Sunggono, Bambang, *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta: PT. Raja Garafindo Persada, 1997
- Zuriah, Nurul. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. 2007. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suprayogo, Imam dan Tabroni, *Metodologi Penelitian Sosial Agama*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2003
- Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta : UII Press, 2005