

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN KARYAWAN UNIVERSITAS TEKNOLOGI SUMBAWA DALAM MEMILIH BANK SYARIAH

Lukmanul Hakim¹, Putri Reno Kemala Sari², Nova Adhitya Ananda³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Sumbawa, Sumbawa

Abstrak

Sejak tahun 2013, Universitas Teknologi Sumbawa (UTS) telah bekerja sama dengan BRI untuk sistem pembayaran gaji. Namun, baru-baru ini UTS juga bekerja sama dengan BNI Syariah untuk pembayaran gaji. Kerja sama ini membuka kesempatan kepada pegawai Universitas Teknologi Sumbawa untuk memilih BNI Syariah dalam hal pembayaran gaji. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor penyebab pegawai UTS, dalam hal ini dosen dan tenaga kependidikan, memilih menggunakan jasa Bank BNI Syariah. Pengumpulan data menggunakan angket dan observasi lapangan pada 80 responden yang diambil berdasarkan teknik *random sampling*. Data dianalisis menggunakan analisis faktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 8 faktor atau variabel yang menjadi alasan dosen dan tenaga kependidikan dalam memilih menggunakan Bank BNI Syariah untuk pembayaran gaji, yaitu: budaya, sosial, pribadi, psikologi, persepsi kualitas, reputasi bank, pengaruh dari lingkungan sosial, dan agama.

Kata Kunci: analisis faktor, bank, pembayaran gaji

Abstract

Since 2013, the Sumbawa University of Technology (UTS) has cooperated with BRI for the salary payments system. However, recently UTS has also collaborated with BNI Syariah for salary payments. This collaboration opens opportunities for UTS employees to choose BNI Syariah in terms of salary payments. This study analyzes the factors that cause UTS employees (lecturers and education staff) to use BNI Syariah for their salary payment. Data were collected using a questionnaire with the sample consisted of 80 respondents, taken by using a random sampling technique. Data were analyzed using factor analysis. The results showed eight factors or variables that became the reasons for lecturers and education staff to choose to use BNI Syariah for salary payments, namely: culture, social, personal, psychological, perceived quality, bank reputation, influence from the social environment, and religion.

Keywords: bank, factor analysis, salary payment

Pendahuluan

Perkembangan keuangan syariah di Indonesia, menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (2018) tumbuh secara positif. Total perbankan syariah pada tahun 2018 mencapai Rp 468,8 triliun dari total aset secara keseluruhan mencapai Rp. 1.265,97 triliun. Jumlah ini setara dengan 8,58% aset keuangan Indonesia. Beberapa pakar ekonomi menyebutkan potensi pasar keuangan syariah masih belum optimal, industri keuangan syariah akan terus meningkat, dengan perbankan syariah menjadi penyumbang tertinggi (OJK, 2018).

Pertumbuhan aset perbankan syariah diakibatkan oleh meningkatnya jumlah masyarakat yang menyimpan uangnya di bank syariah. Peningkatan ini disebabkan oleh banyak faktor salah satunya adalah banyaknya pilihan jenis produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah sehingga masyarakat lebih leluasa memilih produk dan jasa yang sesuai dengan kebutuhannya. Di sisi lain, perusahaan juga perlu mempertimbangkan kegemaran masyarakat untuk mencari informasi dan melakukan evaluasi sebelum konsumen memutuskan untuk menyimpan dananya di bank.

Pada bulan Juni 2019, Universitas Teknologi Sumbawa (UTS) mendapat kesempatan dari BNI Syariah untuk bekerja sama dalam hal pembukaan baru rekening pegawai tenaga pendidik dan tenaga kependidikan. Fungsi utama dari pembukaan rekening baru ini adalah untuk penggajian pegawai dari universitas. Pegawai, tenaga pendidik dan tenaga kependidikan dapat memilih untuk pindah dari rekening lama (bank konvensional) dan mutasi ke BNI Syariah. Sayangnya, tidak semua pegawai memilih untuk pindah rekening dari konvensional ke BNI Syariah. Menariknya, walaupun seluruh pegawai di UTS beragama muslim, ternyata ada beberapa alasan pegawai memutuskan tidak ingin mutasi atau menabung di bank syariah. Begitu juga sebaliknya, ada beberapa pegawai tenaga pendidik dan tenaga kependidikan yang memutuskan langsung mendaftar untuk pindah mutasi dari bank konvensional ke BNI Syariah.

Beberapa penelitian terdahulu menyebutkan bahwa faktor reputasi, pelayanan dan kondisi keuangan menjadi satu faktor utama dalam pemilihan suatu bank (Haron dan Ahmad, 2000).

Penelitian lain menyebutkan bahwa kepatuhan masyarakat terhadap prinsip syariah merupakan alasan utama masyarakat memilih bank syariah. Keimanan dan keyakinan terhadap ajaran Islam melalui Al-Quran dan Sunnah membuat masyarakat tetap menggunakan bank syariah, termasuk keyakinan bahwa menghindari riba, dan riba sesuatu yang dilarang dalam agama Islam (Metawa, 1998). Tetapi, hasil penelitian ini dibantah oleh penelitian yang dilakukan Haron dan Ahmad (2000), penelitiannya menyebutkan bahwa alasan utama masyarakat tetap memilih bank syariah adalah faktor kerahasiaan bank, keramahan *staff*, lokasi dan produk yang beragam. Penelitian lain hanya fokus kepada sikap dan persepsi masyarakat terhadap bank syariah (Haque, 2010). Berbicara tentang produk, (Muhamad, 2005, p. 91) mengatakan bahwa terdapat beberapa jenis produk bank syariah dalam usahanya menyalurkan dana pada nasabah, yaitu: 1) Pembiayaan musyarakah, 2) Pembiayaan mudharabah, 3) Pembiayaan murabaha, 4) Pembiayaan salam, 5) Pembiayaan ijarah, 6) Pembiayaan istishna. Lebih lanjut, Cheteni (2014) menyebutkan bahwa produk di bank syariah lebih kompleks dibanding bank konvensional. Walaupun, keuangan syariah sedang berkembang namun tingkat kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap bank syariah masih sangat rendah (Saini, *et al.*, 2011) dan beberapa masyarakat di beberapa negara yang memiliki penduduk muslim bahkan tidak memiliki ketertarikan terhadap bank syariah (Saini, *et al.*, 2011). Sampai saat ini belum ada penelitian yang menyelidiki keputusan masyarakat menabung di bank syariah di Sumbawa.

Berdasarkan fenomena di atas, peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor apa saja yang memengaruhi pegawai di UTS untuk memilih bank syariah, khususnya bank syariah Sumbawa Besar.

Metode

Tahapan Penelitian

Penelitian ini menggunakan tahapan sebagai berikut: 1) Menentukan permasalahan dan tujuan, 2) Tahap pengumpulan data (identifikasi populasi dan sampel dalam hal ini jumlah karyawan yang menggunakan bank syariah. Dengan menggunakan *simple random sampling* diperoleh 80 responden) melalui wawancara (data sekunder gambaran perusahaan) dan kuesioner (data primer), 3) tahap analisis.

Analisis Data

Terdapat tiga tahapan dalam menganalisis data penelitian, yaitu:

1. Uji Validitas
2. Uji Reliabilitas
3. Analisis Faktor

Analisis faktor digunakan untuk menemukan hubungan antara beberapa variabel yang tidak saling berhubungan sehingga terbentuk variabel yang lebih sedikit jumlahnya dari variabel awal. Santoso (2018) mengatakan tujuan dilakukannya analisis faktor adalah:

a) *Data Summarization*, yaitu sebuah proses untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel melalui uji korelasi. Hasil uji korelasi akan mengelompokkan variabel ke dalam sebuah faktor (yang terdiri dari beberapa variabel). Ketika terdapat variabel yang saling berkorelasi dengan variabel lainnya maka variabel tersebut masuk ke dalam faktor tertentu.

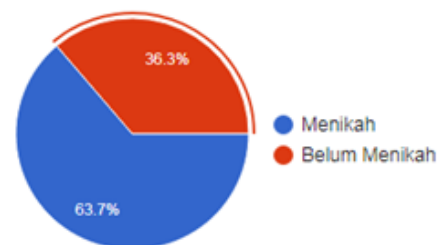
b) *Data Reduction*, yaitu tahapan selanjutnya setelah uji korelasi. Pada tahapan ini muncul variabel dengan set baru yang kemudian disebut sebagai faktor untuk menggantikan beberapa variabel tertentu.

Setelah proses analisis dilakukan, langkah terakhir adalah menginterpretasikan setiap faktor yang terbentuk dan juga variabel pembentuk masing-masing faktor.

Hasil dan Pembahasan

Statistik Deskriptif

Penelitian memiliki rentang usia responden yang relatif heterogen dengan rentang usia berkisar pada usia 22 tahun sampai 45 tahun. Namun, porsi terbesar berada pada usia 26 tahun. Hal ini sangat wajar mengingat Universitas Teknologi Sumbawa (UTS) merupakan sebuah universitas yang baru berdiri selama 7 tahun. Tentunya, hal ini menyebabkan usia pegawai baik dosen maupun tenaga pendidiknya relatif muda. Rentang usia tergolong usia yang masuk dalam kategori generasi milenial.



Gambar 1. Sebaran Status Pernikahan

Sumber: data hasil pengolahan peneliti, 2020

Berdasarkan gambar 1, secara status pernikahan dapat dilihat bahwa 36% karyawannya belum menikah, sehingga memberikan perspektif yang lebih beragam dengan pertimbangan tersendiri saat memutuskan menggunakan sebuah produk, tidak terkecuali produk bank syariah.

Uji Kelayakan

Uji kelayakan variabel terhadap kelayakan alat analisis merupakan hal awal yang harus dilakukan pada saat menggunakan analisis faktor.

Tabel 1. Uji KMO

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.844
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	277.011
	df	28
	Sig.	.000

Sumber: data hasil pengolahan peneliti, 2020

Dapat dilihat pada tabel di atas diperoleh nilai $KMO = 0.844 > 0.50$. Hal ini menunjukkan bahwa model (variabel-variabel) layak dianalisis dengan menggunakan analisis faktor.

Factoring Process dan Interpretasi

Berdasarkan tahapan analisis faktor, terbentuklah 1 (satu) faktor (lihat Tabel 2 di lampiran) yang memengaruhi keputusan memilih bank syariah. Faktor tersebut tersusun atas beberapa variabel, yaitu: variabel budaya, variabel sosial, variabel pribadi, variabel psikologi, variabel persepsi kualitas, variabel reputasi bank, variabel pengaruh dari lingkungan sosial dan variabel agama. Secara statistik, hasil analisis akan menjadi sebuah faktor jika nilai *total eigen value* > 1.00 . Hal lain yang diperoleh bahwa setiap variabel yang ada memiliki *ranking* (urutan) berdasarkan porsi pengaruhnya (lihat Tabel 3) terhadap faktor yang ada.

Tabel 3. Derajat Komponen Matriks

Component Matrix ^a	
	Component 1
X_1	.789
X_2	.683
X_3	.814
X_4	.789
X_5	.697
X_6	.725
X_7	.786
X_8	.508

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

Sumber: data hasil pengolahan peneliti, 2020

Berdasarkan data pada tabel di atas, variabel X_3 (variabel pribadi) memiliki porsi yang paling besar dan X_8 (agama) memiliki porsi yang paling kecil dalam memberikan pengaruh ke faktor yang terbentuk. Secara ringkas, berikut adalah variabel-variabel yang terbentuk dari hasil analisis faktor dengan sampel dosen dan tenaga kependidikan yang bekerja di Universitas Teknologi Sumbawa.

Variabel Budaya

Variabel pertama yang terbentuk dari analisis faktor dengan sampel dosen dan tenaga kependidikan di Universitas Teknologi Sumbawa adalah variabel budaya. Variabel ini terdiri dari 2 indikator. Variabel ini merupakan faktor yang memiliki pengaruh dengan nilai persentase sebesar 78,9%. Hal ini berarti pengambilan keputusan dosen dan tenaga kependidikan dalam memilih bank syariah mempertimbangkan variabel budaya sebesar 78,9%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel tersebut dapat dipertimbangkan dalam memilih bank syariah.

Pada variabel budaya, terdapat indikator budaya dan kelas sosial. Hasil penelitian terhadap dosen dan tenaga kependidikan di Universitas Teknologi Sumbawa dapat disimpulkan bahwa budaya menjadi keputusan dosen dan tenaga kependidikan dalam memilih bank syariah di Kota Sumbawa. Dosen dan tenaga kependidikan memilih bank syariah disebabkan pengaruh dari budaya atau kebiasaan. Budaya yang dimaksud adalah mayoritas penduduk Sumbawa pemeluk agama Islam. Selain itu, memilih bank syariah karena sesuai dengan tingkat pendapatannya dan juga memilih bank syariah dapat membuat dosen dan tenaga kependidikan menjadi terhormat di lingkungannya.

Hasil penelitian ini didukung oleh Nashoha (2019) yang mengatakan faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang luas dan mendalam pada perilaku konsumen seperti lingkungan masyarakat sehingga masyarakat memilih bank syariah.

Variabel Sosial

Variabel kedua yang terbentuk dari analisis faktor dengan sampel dosen dan tenaga kependidikan di Universitas Teknologi Sumbawa adalah variabel sosial. Variabel ini terdiri dari 3 indikator. Variabel ini merupakan faktor yang memiliki pengaruh dengan nilai persentase sebesar 68,3%. Hal ini berarti pengambilan keputusan dosen dan tenaga kependidikan dalam memilih bank syariah mempertimbangkan variabel sosial

sebesar 68,3%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel tersebut dapat dipertimbangkan untuk menyimpan uangnya pada bank syariah.

Pada variabel sosial, terdapat indikator kelompok acuan, keluarga dan peran serta status. Hasil penelitian terhadap dosen dan tenaga kependidikan di Universitas Teknologi Sumbawa dapat disimpulkan bahwa kelompok acuan, keluarga, peran dan status menjadi alasan keputusan dosen dan tenaga kependidikan dalam memilih bank syariah di Kota Sumbawa. Dosen dan tenaga kependidikan memilih bank syariah karena keluarga atau keadaan yang ada di sekitarnya juga menggunakan bank syariah misalnya dosen dan tenaga kependidikan di Universitas Teknologi Sumbawa memilih bank syariah karena mendapatkan referensi dari teman, kerabat dan tetangga atau karena mengikuti referensi yang diberikan oleh keluarganya. Lingkungan kerja yang termasuk dalam peranan status juga menjadi pertimbangan untuk memilih bank syariah. Penelitian lain, Sufitrayati dan Fanny (2018) juga mengatakan semakin tinggi pengaruh faktor sosial akan semakin membuat nasabah memutuskan memilih bank syariah.

Variabel Pribadi

Variabel ketiga yang terbentuk dari analisis faktor dengan sampel dosen dan tenaga kependidikan di Universitas Teknologi Sumbawa adalah variabel pribadi. Variabel ini terdiri dari 2 indikator. Variabel ini merupakan faktor yang memiliki pengaruh dengan nilai persentase sebesar 81,4%. Hal ini berarti pengambilan keputusan dosen dan tenaga kependidikan dalam memilih bank syariah mempertimbangkan variabel pribadi sebesar 81,4%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel tersebut dijadikan pertimbangan dalam memutuskan menabung pada bank syariah. Variabel ini memiliki pengaruh yang paling besar untuk sampel ketika memilih bank syariah.

Pada variabel pribadi, terdapat indikator usia, pekerjaan dan lingkungan ekonomi. Hasil penelitian terhadap dosen dan tenaga kependidikan di Universitas Teknologi Sumbawa dapat disimpulkan bahwa usia, pekerjaan dan lingkungan ekonomi menjadi

keputusan dosen dan tenaga kependidikan dalam memilih bank syariah di Kota Sumbawa. Indikator pekerjaan seseorang mempunyai pengaruh yang nyata terhadap alasan memilih bank syariah. Dalam hal usia, semakin tua usia seseorang akan semakin bijak dalam memilih pilihan yang sesuai dengan dirinya. Fitriani (2016) menegaskan bahwa nasabah bank syariah memahami tentang syariat Islam dan mereka telah mencapai usia dewasa.

Data menunjukkan bahwa dosen dan tenaga kependidikan yang memilih bank syariah berasal dari berbagai kalangan dan mempunyai pendapatan yang berbeda-beda. Dosen dan tenaga kependidikan yang memilih bank syariah tidak hanya berasal dari keadaan ekonomi yang sama saja, tapi juga karena jumlah pendapatan yang berbeda-beda.

Variabel Psikologi

Variabel keempat yang terbentuk dari analisis faktor dengan sampel dosen dan tenaga kependidikan di Universitas Teknologi Sumbawa adalah variabel psikologi. Variabel ini terdiri dari 3 indikator. Variabel ini merupakan faktor yang memiliki pengaruh dengan nilai persentase sebesar 78,9%. Hal ini berarti pengambilan keputusan dosen dan tenaga kependidikan dalam memilih bank syariah mempertimbangkan variabel psikologi sebesar 78,9%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel tersebut dijadikan dasar pertimbangan dalam memilih bank syariah.

Pada variabel pribadi, terdapat indikator motivasi, persepsi dan pembelajaran. Hasil penelitian terhadap dosen dan tenaga kependidikan di Universitas Teknologi Sumbawa dapat disimpulkan bahwa indikator motivasi, persepsi dan pembelajaran menjadi pertimbangan keputusan dosen dan tenaga kependidikan dalam memilih bank syariah di Kota Sumbawa. Faktor psikologis sangat berperan dalam penentuan keputusan memilih bank syariah. Kebutuhan akan produk-produk perbankan yang sesuai dengan syariat Islam membuat konsumen termotivasi untuk menggunakan bank syariah. Keputusan memilih bank syariah juga tidak terlepas dari persepsi nasabah tentang produk bank syariah. Pengalaman sebelumnya menggunakan produk perbankan

konvensional dijadikan nasabah sebagai pembelajaran bahwa produk tersebut tidak sesuai dengan syariat Islam sehingga nasabah memilih menggunakan bank syariah. Syafril dan Huda (2015) berargumen faktor psikologis yang terdiri atas motivasi, persepsi dan pembelajaran dapat dijadikan bahan bagi bank syariah untuk menanamkan memori di benak nasabah bahwa produk bank syariah dapat memenuhi kebutuhan nasabah terhadap produk perbankan yang sesuai syariat.

Variabel Persepsi Kualitas

Variabel kelima yang terbentuk dari analisis faktor dengan sampel dosen dan tenaga kependidikan di Universitas Teknologi Sumbawa adalah variabel persepsi kualitas. Variabel ini terdiri dari 3 indikator. Variabel ini merupakan faktor yang memiliki pengaruh dengan nilai persentase sebesar 69,7%. Hal ini berarti pengambilan keputusan dosen dan tenaga kependidikan dalam memilih bank syariah mempertimbangkan variabel persepsi kualitas sebesar 69,7%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel tersebut dapat dipertimbangkan dalam memilih bank syariah.

Pada variabel persepsi kualitas, terdapat indikator *familiarity*, *brand image* dan *brand origin*. Hasil penelitian terhadap dosen dan tenaga kependidikan di Universitas Teknologi Sumbawa dapat disimpulkan bahwa indikator, persepsi dan pembelajaran menjadi keputusan dosen dan tenaga kependidikan dalam memilih bank syariah di Kota Sumbawa. Sampel memilih bank syariah karena seringnya mendengar tentang bank syariah. Pendapat dan penilaian masyarakat terhadap bank syariah dapat membentuk persepsi terhadap kualitas dari jasa yang diberikan oleh bank syariah. Persepsi yang baik akan memberikan *image* yang baik di benak nasabah. Subagiyo (2016) dalam penelitiannya juga menjelaskan *brand image* memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan di Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Sahara.

Variabel Reputasi Bank

Variabel keenam yang terbentuk dari analisis faktor dengan sampel dosen dan tenaga kependidikan di Universitas Teknologi

Sumbawa adalah variabel reputasi bank. Variabel ini terdiri dari 4 indikator. Variabel ini merupakan faktor yang memiliki pengaruh dengan nilai persentase sebesar 72,5%. Hal ini berarti pengambilan keputusan dosen dan tenaga kependidikan dalam memilih bank syariah mempertimbangkan variabel reputasi bank sebesar 72,5%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel tersebut dapat dipertimbangkan dalam memilih bank syariah.

Pada variabel reputasi bank, terdapat indikator inovasi, tanggung jawab sosial, kualitas dari produk dan pelayanan bank serta persaingan secara global. Sampel penelitian tertarik untuk memilih bank syariah karena inovasi terbaru yang dilakukan bank tersebut. Program tanggung jawab sosial yang dilakukan bank dirasa nasabah sebagai bentuk kebermanfaatannya bank terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Kualitas layanan dan produk dirasakan baik oleh nasabah sehingga mereka yakin produk dan layanan bank syariah dapat bersaing dengan produk dan layanan yang diberikan oleh bank konvensional. Hasil ini sesuai dengan penelitian Sumantri (2014) bahwa nasabah akan berminat menabung uangnya pada bank syariah di Yogyakarta ketika bank memberikan kualitas pelayanan yang baik.

Variabel Pengaruh Sosial

Variabel ketujuh yang terbentuk dari analisis faktor dengan sampel dosen dan tenaga kependidikan di Universitas Teknologi Sumbawa adalah variabel pengaruh sosial. Variabel ini terdiri dari 4 indikator. Variabel ini merupakan faktor yang memiliki pengaruh dengan nilai persentase sebesar 78,6%. Hal ini berarti pengambilan keputusan dosen dan tenaga kependidikan dalam memilih bank syariah mempertimbangkan variabel pengaruh sosial sebesar 78,6%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel tersebut dapat dipertimbangkan dalam memilih bank syariah.

Pada variabel pengaruh sosial, terdapat indikator kejelasan, *credibility*, *attractiveness* dan *power*. Dosen dan tenaga kependidikan di Universitas Teknologi Sumbawa dipengaruhi oleh lingkungan sekitar untuk menjadi konsumen bank syariah. Tokoh sosial yang memiliki banyak pengikut di masyarakat juga

memberi andil kepada sampel untuk mempertimbangkan bank syariah. Hasil penelitian menunjukkan tokoh sosial cukup memiliki *power*/kekuatan untuk mengajak sampel memilih bank syariah. Seperti yang disebutkan dalam Arafah (2019), menurut para tokoh agama bahwa berhubungan dengan bank syariah yang berprinsip syar'i dapat membantu mengubah pola hidup masyarakat yang cenderung sekuler dan kapitalis. Sehingga, masyarakat yang mau berhubungan dengan bank syariah bukan hanya karena alasan agama tapi juga keuntungan yang didapatkan di dunia dan akhirat.

Variabel Agama

Variabel kedelapan yang terbentuk dari analisis faktor dengan sampel dosen dan tenaga kependidikan di Universitas Teknologi Sumbawa adalah variabel agama. Variabel ini terdiri dari 4 indikator. Variabel ini merupakan faktor yang memiliki pengaruh dengan nilai persentase sebesar 50,8%. Hal ini berarti pengambilan keputusan dosen dan tenaga kependidikan dalam memilih bank syariah mempertimbangkan variabel agama sebesar 50,8%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel tersebut dapat dipertimbangkan dalam memilih bank syariah, walaupun variabel ini memiliki angka paling kecil, tetapi cukup besar berpengaruh.

Pada variabel agama, terdapat indikator percaya pada Tuhan, menjadi anggota masjid, mengunjungi masjid dalam 7 hari terakhir, menganggap agama bagian paling penting dalam hidup, dan berpandangan agama memiliki jawaban untuk masalah dalam hidup. Keseluruhan indikator tersebut kemudian menjelaskan bagaimana agama memengaruhi setiap keputusan yang dibuat oleh nasabah termasuk keputusan tentang bank yang mereka anggap sesuai dengan syariat dalam melakukan operasinya. Semakin tinggi religiusitas nasabah maka semakin besar keinginan mereka untuk menyimpan uangnya di bank syariah.

Mujaddid dan Nugroho (2019) berpendapat tingkat pemahaman yang tinggi dalam menjalankan perintah agama diaktualisasikan dengan menabung di bank syariah karena hal

ini merupakan salah satu amalan yang dilakukan setiap muslim dalam menjalankan syariat Islam. Dengan tingginya tingkat religiusitas yang ada pada masyarakat, akan meningkatkan minat masyarakat khususnya pelajar menabung di bank syariah.

Kesimpulan

Variabel yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih menabung di bank syariah ada 8. Variabel yang memiliki pengaruh paling kecil terhadap faktor yang terbentuk adalah variabel agama dan yang paling besar adalah variabel pribadi. Dari 8 variabel tersebut kemudian membentuk satu faktor. Untuk peneliti selanjutnya, direkomendasikan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel terhadap keputusan memilih bank syariah. Peneliti selanjutnya juga perlu menambahkan variabel yang dapat memengaruhi keputusan memilih seperti promosi, kualitas produk, *brand awareness*, *brand image* dan lain-lain.

Daftar Referensi

- Arafah, L. N. (2019). Preferensi dan Perilaku Masyarakat Pedesaan Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Desa Luwunggede, Mundu, dan Karangreja Kabupaten Brebes) *Disertasi*: Surakarta: Fakultas Agama Islam
- Cheteni, P. (2014). Awareness of Islamic Banking Products and Services Consumers in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(9), 96-103.
- Fitriani, Y. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah di Kecamatan Ciputat. *Tesis*: Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan.
- Haron, S., & Ahmad, N. (2000). The Effect of Conventional Interest Rate of Profit on Funds Deposited with Islamic Banking System in Malaysia. *International Journal of Islamic Financial Services*, 1(4), 1-7.
- Haque, A. (2010). Islamic Banking in Malaysia: A Study of Attitudinal Differences of Malaysia Customers. *European Journal of Economics, Finance and Administrative*, 18(1), 7-16.

- Metawa, A. (1998). Banking Behaviour of Islamic Bank Customers: Perspective and Implications. *International Journal of Bank Marketing*, 16(7), 299-313.
- Muhamad. (2005). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mujaddid, F. & Nugroho, P. T. A. (2019). Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar SMK Prodi Perbankan Syariah dalam Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 14-37.
- Nashoha, M. R. (2019). Pengaruh Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah di Kota Yogyakarta (Studi pada Masyarakat Non Muslim Kota Yogyakarta). At-Taradhi: *Jurnal Studi Ekonomi*, 10(01), 181-201.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2018). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia 2018*. Jakarta: Direktorat Pengaturan dan Perizinan Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan. Jakarta.
- Subagiyo, R. (2016). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Pembiayaan di BMT SAHARA Tulungagung. *Malia*, 8(1), 1-17.
- Sufitrayati & Fanny, N. (2018). Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah. *Ihtiyath*, 2(1), 1-22.
- Saini, Y., Bick, G., & Abdulla, L. (2011). Consumer Awareness and Usage of Islamic Banking Products in South Africa. *SAJEMS*, 14(3), 289-313.
- Santoso, S. (2018). *Mahir Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sumantri, B. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *Jurnal Economia*, 10(2), 141-147.
- Syafril & Huda, N. (2015). Analisis Faktor Sosial Budaya dan Psikologis Yang Mempengaruhi Nasabah Memilih Pembiayaan Pada Warung Mikro (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 3(3), 257-268.

Lampiran**Tabel 2. Factoring Process****Anti-image Matrices**

	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	
Anti-image Covariance	X_1	.434	-.218	-.084	-.072	-.021	-.057	.021	-.098
	X_2	-.218	.537	-.074	.049	-.081	.027	-.076	.090
	X_3	-.084	-.074	.408	-.131	.072	-.148	-.051	-.087
	X_4	-.072	.049	-.131	.462	-.113	-.067	-.086	.025
	X_5	-.021	-.081	.072	-.113	.538	-.134	-.160	.068
	X_6	-.057	.027	-.148	-.067	-.134	.538	-.015	.059
	X_7	.021	-.076	-.051	-.086	-.160	-.015	.434	-.222
	X_8	-.098	.090	-.087	.025	.068	.059	-.222	.666
Anti-image Correlation	X_1	.853 ^a	-.451	-.199	-.162	-.043	-.119	.048	-.183
	X_2	-.451	.813 ^a	-.159	.099	-.152	.051	-.157	.151
	X_3	-.199	-.159	.860 ^a	-.302	.153	-.315	-.122	-.167
	X_4	-.162	.099	-.302	.887 ^a	-.226	-.134	-.193	.046
	X_5	-.043	-.152	.153	-.226	.833 ^a	-.248	-.332	.114
	X_6	-.119	.051	-.315	-.134	-.248	.881 ^a	-.031	.098
	X_7	.048	-.157	-.122	-.193	-.332	-.031	.836 ^a	-.413
	X_8	-.183	.151	-.167	.046	.114	.098	-.413	.730 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber: diolah peneliti, 2020