

**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
MASYARAKAT MUSLIM TIDAK MENJADI NASABAH PERBANKAN  
SYARIAH”**

**(Studi Kasus di Lingkungan Kr. Pande Kelurahan Abiantubuh Kecamatan  
Sandubaya Kota Mataram)**



**Oleh**

**AHMAD YUSRON FAUZY  
(160205010)**

**PRODI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM  
MATARAM  
2021**

**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
MASYARAKAT MUSLIM TIDAK MENJADI NASABAH PERBANKAN  
SYARIAH”**  
**(Studi Kasus di Lingkungan Kr. Pande Kelurahan Abiantubuh Kecamatan  
Sandubaya Kota Mataram)**

**Skripsi**

**Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Mataram untuk melengkapi  
persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh**

**AHMAD YUSRON FAUZY**  
**NIM 160205010**

**PRODI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BSINS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM  
MATARAM  
2021**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

**Skripsi oleh: AHMAD YUSRON FAUZY, NIM: 160205010 dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Lingkungan Kr.Pande Kelurahan Abian Tubuh Kecamatan Sandubaya Kota Mataram)” telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji.**

Disetujui pada tanggal: 16 Desember 2021

Perpustakaan UIN Mataram

Pembimbing I,



**Muh. Baehaqi, S.H.I., M.SI.**

NIP.1978081020060410

Pembimbing II,



**Lalu Ahmad Ramadani, ME.**

NIP.199203232019031010

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 16 Desember 2021

Hal : Ujian Skripsi

**Yang Terhormat**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**di Mataram**

*Assalamu 'alaikum, Wr. Wb.*

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama Mahasiswa : Ahmad Yusron Fauzy

NIM : 160205010

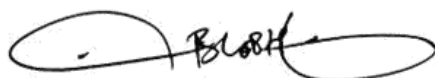
Jurusan / Prodi : Perbankan Syariah

Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Lingkungan Kr.Pande Kelurahan Abian Tubuh Kecamatan Sandubaya Kota Mataram)

Telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di *munaqasyah*-kan.

*Wassalamualaikum, Wr. Wb.*

Pembimbing I,



Muh. Baehaqi, S.H.I., M.SI.

NIP. 197305072006041002

Pembimbing II,



Lalu Ahmad Ramadani, ME.

NIP.199203232019031010

## PENGESAHAN

Skripsi oleh: Ahmad Yusron Fauzy, NIM: 160205010 dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Lingkungan Kr.Pande Kelurahan Abian Tubuh Kecamatan Sandubaya Kota Mataram)” telah dipertahankan di depan dewan penguji jurusan Perbankan Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram pada tanggal 31 Desember 2021.

### Dewan Penguji

Muh. Baihaqi, S.H.I., M.SI.  
(Ketua Sidang /Pemb. I)

Lalu Ahmad Ramadani, M.E.  
(Sekertaris Sidang /Pemb. II)

Drs. Agus Mahmud, M.Ag.  
(Penguji I)

Abdul Hadi Sukmana, M.E.  
(Penguji II)

### Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam



## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ<sup>1</sup>

Artinya, “ Wahai orang-orang yang beriman janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung”.<sup>2</sup>

Perpustakaan UIN Mataram

---

<sup>1</sup> QS. Ali 'Imran [3]: 130.

<sup>2</sup> Departement Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Sidoarjo: Alfasyam Publishing). hlm. 66.

## PERSEMBAHAN



*“Kupersembahkan skripsi ini untuk kedua surga yang selalu kurindukan, Ibuku tercinta Sahni dan bapakku tersayang H. Sadrah S.Pd., keluarga besarku, untuk almamaterku dan dosenku, serta sahabat-sahabatku.*

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah swt., Tuhan semesta alam atas segala limpahan Rahmat, Taufik, Hidayah dan Karunia yang senantiasa memberikan kemudahan kepada penulis sehingga mampu merampungkan skripsi ini sebagai salah satu syarat tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Perbankan Syari'ah di Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram. Shalawat serta salam selalu turunkan kepada baginda Nabi besar Muhammad saw., yang telah membawa kedamaian yakni agama Islam rahmatanlil'alamin.

Segala kemampuan penulis telah turunkan dalam penyusunan tugas akhir ini. Namun demikian, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna karena kesempurnaan hanyalah milik Allah swt. Oleh karena itu, segala bentuk saran dan kritik konstruktif senantiasa penulis harapkan agar kedepannya tulisan ini menjadi lebih baik.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tiada terhingga kepada orang tua penulis, yakni Ibunda tercinta Sahni dan Bapak tercinta H. Sadrah, S.Pd , yang senantiasa merawat, mendidik, memotivasi dengan penuh kasih sayang serta doa-doa beliau yang tiada putus untuk anak anaknya. Ucapan terima kasih juga kepada keluarga besarku yang selalu memberi semangat.



Terima kasih penulis haturkan pula kepada :

1. Bapak Muh. Baihaqi, S.H.I., M.SI. selaku pembimbing I dan Bapak Lalu Ahmad Ramdani, ME. selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, dan koreksi mendetail terus menerus, dan tanpa bosan di tengah kesibukannya sehingga menjadikan skripsi ini lebih cepat selesai.
2. Bapak Dr. Ridwan Mas'ud, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta Bapak dan Ibu dosen yang telah bekerja keras mendidik dan memberi bimbingan dengan penuh keiklasan dan kesabaran peneliti selama melaksanakan studi di UIN Mataram.
3. Bapak Prof. Dr. H. Masnun Tahir, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram beserta Staf akademika dan jajarannya, yang telah memberi tempat bagi penulis untuk menuntut ilmu dan memberikan bimbingan dan keringanan untuk tidak berlama lama di kampus.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi masukan dalam dunia pendidikan, dan semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipatganda dari Allah swt.

Mataram, 16 Desember 2021

Penulis,

Ahmad Yusron Fauzy.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang	
B. Rumusan Masalah	
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	
D. Definisi Operasional	
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>6</b>
A. Kajian Teori	
1. Keputusan .....	<b>6</b>
2. Perilaku Konsumen .....	<b>6</b>
3. Perbankan Syariah.....	<b>7</b>
4. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan .....	<b>8</b>

B. Kajian Pustaka	
C. Kerangka Berfikir	
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>16</b>
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	
2. Populasi dan Sampel	
a. Populasi .....	17
b. Sampel .....	17
3. Waktu dan Tempat Penelitian	
4. Variabel Penelitian	
5. Teknik Pengumpulan Data	
a. Observasi .....	19
b. Kuesioner (Angket) .....	20
6. Teknik Analisis data	
a. Uji Instrumen Penelitian .....	21
b. Uji Statistik .....	22
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>25</b>
A. Hasil Penelitian	
1. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	25
2. Deskripsi Data Penelitian .....	30
3. Uji Persyaratan Analisis .....	42
B. Pembahasan	
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan	
B. Saran	
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>



**Perpustakaan UIN Mataram**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Definisi Operasional Penelitian
Tabel 2.1	Kerangka Berfikir
Tabel 3.1	Variabel Penelitian
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Mengenai Melihat
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Mengenai Mendengar
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Mengenai Memahami
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Kecepatan
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai Keramahan
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai Kenyamanan
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai Pilihan
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Mengenai Akses
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Mengenai <i>Visibilitas</i>
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian
Tabel 4.14	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>
Tabel 4.15	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian
Tabel 4.16	Hasil Uji KMO dan <i>Barlett Test of Sphericity</i>
Tabel 4.17	Nilai-MSA Per-Variabel
Tabel 4.18	Nilai <i>Communalities</i>
Tabel 4.19	<i>Total Variance Explained</i>
Tabel 4.20	Hasil <i>Component Matrix</i>
Tabel 4.21	Hasil <i>Rotated Component Matrix*Uji Varimax</i>

Tabel 4.22      *Component Transformation Matrix*

Tabel 4.23      Faktor-Faktor Uji *Varimax*



Perpustakaan **UIN Mataram**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
MASYARAKAT MUSLIM TIDAK MENJADI NASABAH PERBANKAN  
SYARIAH (Studi Kasus di Lingkungan Kr. Pande Kelurahan Abiantubuh  
Kecamatan Sandubaya Kota Mataram)**

Oleh :

**Ahmad Yusron Fauzy**

**NIM 160205010**

**ABSTRAK**

Kesalahpahaman terhadap bank syariah menunjukkan belum meratanya sosialisasi informasi perbankan syariah. Banyak masyarakat yang belum memahami secara benar apa itu lembaga keuangan syariah, bagaimana sistem yang digunakan, produk apa saja yang ditawarkan. Hal ini seharusnya menjadi tantangan bagi perbankan syariah dalam meningkatkan promosi pengenalan produk, pemenuhan kebutuhan nasabah sehingga semakin banyak peminatnya khususnya masyarakat muslim. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor eksploratori (EFA: *Exploatory Factor Analysis*), yang dilakukan untuk mereduksi variabel asli (awal) menjadi *variate* (faktor) sehingga dapat diketahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan masyarakat muslim di lingkungan Kr. Pande tersebut dan dari faktor yang terbentuk dapat diketahui faktor mana yang paling dominan mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Perbankan Syariah. Berdasarkan Analisis faktor dari 10 variabel awal yang diteliti semuanya dapat dilakukan analisis lanjutan, setelah direduksi ke-10 variabel tersebut terbentuk menjadi 2 *variate*. Kedua faktor tersebut mampu menjelaskan 38,59% variasi dari faktor-faktor mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Perbankan Syariah. Faktor 1 merupakan faktor yang paling dominan dibandingkan faktor 2, karena faktor 1 mampu menjelaskan variasi yang paling besar yaitu dengan persentase sumbangan *variance* sebesar 27,584%, sedangkan faktor 2 memberi sumbangan *variance* sebesar 11,006%. Kedua faktor tersebut yaitu faktor *preferensi* (faktor 1) terbentuk dari faktor pilihan (P7), faktor memahami (P3), faktor kepuasan (P8), faktor kecepatan (P4) dan faktor mendengar (P2). Faktor pelayanan (faktor 2) terbentuk dari faktor kenyamanan (P6), faktor *visibilitas* (P10), faktor melihat (P1), faktor akses (P9) dan faktor keramahan (P5).

**Kata Kunci:** Pengetahuan, Pelayanan, *Preferensi*, Lokasi, Keputusan.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Hadirnya lembaga keuangan syariah masih terhitung baru dalam dunia bisnis keuangan di Indonesia. Meskipun baru, lembaga keuangan syariah dalam perkembangannya telah membawa dampak positif dalam perbankan di Indonesia.

Dalam pelaksanaannya yang menjadi tujuan bank syariah adalah tercapainya kesejahteraan sosial yang baik. Untuk mendukung kegiatan bank syariah sesuai dengan prinsip Islam yang sebenarnya, maka pemerintah menetapkan UU No. 7 Tahun 1992 tentang bank yang berdasarkan prinsip bagi hasil yang kemudian disempurnakan menjadi UU No. 10 Tahun 1998. Seiring dengan semakin berkembangnya lembaga keuangan syariah, UU No. 10 Tahun 1998 dirasa kurang dan kini telah diubah menjadi UU No. 21 Tahun 2008 mengenai perbankan syariah, perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.<sup>3</sup>

Kesalahpahaman terhadap bank syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya menunjukkan belum meratanya sosialisasi informasi perbankan

---

<sup>3</sup> Muhammad, *Bank Syariah Problem dan Proyeksi Perkembangannya di Indonesia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hlm 4.



syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya. Banyak masyarakat yang belum memahami secara benar apa itu lembaga keuangan syariah, bagaimana sistem yang digunakan, produk apa saja yang ditawarkan serta apa keunggulan lembaga keuangan syariah jika dibandingkan dengan perbankan konvensional. Hal ini seharusnya menjadi tantangan bagi perbankan syariah dalam meningkatkan promosi pengenalan produk, pemenuhan kebutuhan nasabah paling tidak sejajar dengan bank konvensional sehingga semakin banyak peminatnya khususnya masyarakat muslim.

Perbankan syariah ini sudah tersebar secara meluas dikota-kota, maupun di desa-desa yang ada di Indonesia, Provinsi Nusa Tenggara Barat, Kota Mataram yang menjadi titik fokus penelitian saya adalah pada satu Kelurahan, yaitu Kelurahan Abiantubuh Baru khususnya lingkungan Kr. Pande, karena berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan melakukan wawancara dengan beberapa orang warga Kr. Pande untuk mengetahui apakah benar masyarakat muslim di lingkungan tersebut rata-rata tidak menjadi nasabah perbankan syariah, hasil wawancaranya dengan Nadiya Pratiwi mengatakan bahwa masyarakat lingkungan Kr. Pande banyak menjadi nasabah bank konvensional dan koperasi simpan pinjam karena mereka mungkin kurang paham dengan bank syariah.<sup>4</sup> Mahrum mengatakan bahwa masyarakat di lingkungan ini banyak menabung di koperasi karena

---

<sup>4</sup> Nadiya Pratiwi, *wawancara*, 11 Juni 2020.

pihak koperasi datang langsung ke rumah-rumah warga jadi warga tidak perlu susah payah pergi ke bank untuk menabung.<sup>5</sup>

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang ditujukan kepada masyarakat muslim yang berada di Kelurahan Abiantubuh Baru, khususnya Lingkungan Kr. Pande, guna mengetahui mengapa masyarakat muslim tidak menjadi nasabah perbankan syariah dengan judul

“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menjadi Nasabah Perbankan Syariah, Studi Kasus di Lingkungan Kr. Pande Kelurahan Abiantubuh Kecamatan Sandubaya Kota Mataram”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Perbankan Syariah?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

---

<sup>5</sup> Mahrum *wawancara*, 11 Juni 2020.

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor apa yang paling dominan mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Perbankan Syariah

## 2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

### a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjawab alasan mengapa masyarakat muslim tidak memilih Perbankan Syariah.

### b. Manfaat Praktis

Bagi peneliti dapat menambah wawasan peneliti tentang topik penelitian dan menambah persepsi baru yang berpotensi untuk diteliti lebih lanjut oleh peneliti lainnya. Bagi pihak Perbankan Syariah dapat menjadi tolak ukur evaluasi Bank untuk memperbaiki strategi marketingnya.

Perpustakaan UIN Mataram

## D. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel penelitian merupakan penjelasan dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini:

**Tabel 1.1**  
**Definisi Operasional Penelitian**

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
----------	----------	-----------	-------

			<b>pengukuran</b>
<b>1. Pengetahuan</b>	Hasil dari proses melihat, mendengar, merasakan dan berfikir.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melihat</li> <li>2. Mendengar</li> <li>3. Memahami</li> </ol>	Skala <i>Likert</i>
<b>2. Pelayanan</b>	Proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kecepatan</li> <li>2. Keramahan</li> <li>3. Kenyamanan</li> </ol>	Skala <i>Likert</i>
<b>3. Preferensi</b>	Pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap sesuatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pilihan</li> <li>2. Kepuasan</li> </ol>	Skala <i>Likert</i>
<b>4. Lokasi</b>	Tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akses</li> <li>2. <i>Visibilitas</i></li> </ol>	Skala <i>Likert</i>

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teori

##### 1. Keputusan

Pengertian Keputusan menurut pemahaman yang paling umum, sebuah keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus bersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan.<sup>6</sup> Sedangkan menurut Prasetijo dan Ihalauw keputusan adalah suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Dengan kata lain, orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang ada.<sup>7</sup>

##### 2. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk dan jasa.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Sciffman & Kanuk.. *Perilaku Konsumen* (edisi 7). (Jakarta: Prentice hall, 2004), hlm. 485

<sup>7</sup> Prasetijo, R dan Ihalauw, J, *Perilaku Konsumen*, Andi Offset, (Yogyakarta, 2005), hlm. 226

<sup>8</sup> M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta, 2018), hlm. 2

Perilaku konsumen merupakan studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman serta ide-ide.<sup>9</sup>

### 3. Perbankan Syariah

Perbankan 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. Bank Syariah memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pihak pemilik dana, fungsi lainnya ialah menyalurkan dana kepada pihak lain yang membutuhkan dalam bentuk jual beli maupun kerjasama usaha.<sup>10</sup>

Bank syariah menurut Undang-undang No 10 Tahun 1998 adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Selanjutnya, menurut Undang-Undang Perbankan Syariah No 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan 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.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Azuar Juliandi, Dewi Andriani, *Studi Prilaku Konsumen Perbankan Syariah*, (Medan, 2019), hlm. 14

<sup>10</sup> Drs. Ismail MBA., Ak, *Perbankan Syariah*. (Jakarta, 2011), hlm. 25

<sup>11</sup> *Ibid.*, hlm. 2

#### 4. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan

##### a. Pengetahuan

Menurut kamus besar bahasa Indonesia pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui, kepandaian atau segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal (mata pelajaran). Pengetahuan pada dasarnya merupakan hasil dari proses melihat, mendengar, merasakan dan berfikir yang menjadi dasar manusia dalam berfikir dan bertindak.<sup>12</sup>

Pengetahuan merupakan hasil penginderaan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya (mata, hidung, telinga, dan sebagainya). Pada waktu penginderaan sampai menghasilkan pengetahuan sangat dipengaruhi oleh intensitas perhatian dan persepsi terhadap objek. Sebagian besar pengetahuan seseorang diperoleh melalui indera pendengaran (telinga) dan indera penglihatan (mata). Pengetahuan seseorang terhadap objek mempunyai intensitas atau tingkatan yang berbeda-beda.<sup>13</sup>

##### b. Pelayanan

Pelayanan pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktivitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Moenir mengatakan bahwa

---

<sup>12</sup> Nurhayati, “*Teori Pengetahuan dan Nilai*”, (Makalah, Program Madin Pendidikan Agama Islam, STAIM Tulungagung, 2015), hlm. 3.

<sup>13</sup> Notoatmodjo, S. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm.16.

pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.<sup>14</sup>

Menurut Kartajaya harapan pelanggan bisa timbul dari dirinya sendiri karena tiga hal yaitu :

1. Adanya *personal need* yang sangat spesifik dari pelanggan yang bersangkutan sehingga ia mempunyai harapan tertentu.
2. *Word of mouth communication* yang pernah didengar pelayanan yang diberikan sebuah perusahaan akan mempengaruhi tingkat harapan pelanggan tersebut.
3. Pengalaman masa lalu dari pelanggan sewaktu berhubungan dengan Organisasi.

Pada jasa industri jasa interaksi antara pelanggan dan penyedia jasa penting dalam menentukan kualitas jasa. Setiap perusahaan jasa harus memiliki *service excellence* (pelayanan yang unggul) yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan sasaran dan mamfaat dari *service excellence* secara garis besar terdiri dari empat unsur pokok yaitu :

- a. Kecepatan
- b. Keramahan dan
- d. Kenyamanan<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 211-212.

<sup>15</sup> Hermawan Kartajaya. *Hermawan Kartajaya On Marketing Mix Seri 9 Elemen Marketing*. (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), hlm.23.



### c. *Preferensi*

Menurut Kotler *preferensi* konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada. *Preferensi* merupakan kesukaan kepada sesuatu.<sup>16</sup> *Preferensi* juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap sesuatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi.<sup>17</sup>

### d. Lokasi

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya. Definisi lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.<sup>18</sup>

Menurut Fandy Tjiptono indikator lokasi yaitu sebagai berikut:

1. Akses, misalnya lokasi yang sering dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi.
2. *Visibilitas*, yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Prehalindo, (Jakarta, Cet Ke- 10, 2000), hlm. 154.

<sup>17</sup> Poerwadaminta, W. J. S., *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Balai Pustaka, Jakarta, Edisi III, 2006), hlm. 769.

<sup>18</sup> Kasmir, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, (Jakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service, 2006), hlm. 129.

<sup>19</sup> Fandy Tjiptono. *Service, Quality & Satisfaction*. (Yogyakarta. Andi, 2016), hlm. 15.

## B. Kajian Pustaka

Dalam penulisan karya ilmiah ini, sebelum penulis mengadakan penelitian lebih lanjut dan menyusun menjadi sebuah karya ilmiah berupa skripsi, maka sebelumnya penulis akan mengkaji skripsi-skripsi terdahulu yang mempunyai judul yang hampir sama dengan penulis diantaranya:

1. Resti Umairoh, menulis skripsi tentang “*Preferensi Nasabah Muslim Tidak Menggunakan Bank Syariah*” Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Tahun 2017.

Dalam skripsinya Resti Umairoh menyebutkan bahwa adapun beberapa faktor penyebab nasabah muslim tidak menggunakan bank syariah adalah pengetahuan, pelayanan, keuntungan administrasi, produk, dan religiusitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable preferensi, pengetahuan, pelayanan, keuntungan administrasi, produk, dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah muslim tidak menggunakan bank syariah. Berdasarkan model *summary* diperoleh nilai *Cox & Snell R Square* adalah 0,460. Hal ini menunjukkan bahwa 46% variabel independen mampu menjelaskan variable dependen dan 54% sisanya dipengaruhi oleh variable diluar model. Sedangkan pada *Nagelkerke R Square* diperoleh nilai sebesar 0,707 yang berarti variable independennya mampu menjelaskan variasi dari variable dependen sebesar 70,7% dan sisanya 29,3% dijelaskan variable diluar model yang diteliti. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengetahuan, pelayanan, keuntungan

administrasi, produk, dan religiusitas merupakan faktor penyebab nasabah muslim tidak menggunakan bank syariah.<sup>20</sup>

Persamaan antara penelitian Resti Umairoh dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama meneliti tentang nasabah muslim yang tidak menjadi nasabah Bank Syariah sedangkan perbedaannya adalah lokasi penelitian.

2. Asnawi menulis skripsi tentang “Faktor Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Muslim Dan Non Muslim Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah” Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh lokasi, pelayanan, Religius Stimuli, Reputasi, Profit Sharing, Promosi, dan Campaign terhadap Minat Nasabah Muslim Dan Non-Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah. Populasi penelitian ini adalah nasabah bank syariah di kota Pangkalpinang. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan *probability sampling* sehingga sampel yang didapat berjumlah 216 responden. Dalam penelitian in sampel yang dapat diolah berjumlah 152 reponden. Pengujian ini menggunakan analisis regresi berganda. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh lokasi, pelayanan, Religius Stimuli, Reputasi,

---

<sup>20</sup> Resti Umairoh, “*Preferensi* Nasabah Muslim Tidak Menggunakan Bank Syariah” (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga, 2017), hlm.1-80

Profit Sharing, Promosi, dan Campaign terhadap Minat Nasabah Muslim Dan Non-Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah.<sup>21</sup>

Perbedaan antara penelitian Asnawi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah asnawi meneliti tentang masyarakat muslim dan non muslim sedangkan peneliti hanya meneliti masyarakat muslim saja.

3. Sartika Asrifianti, menulis skripsi tentang “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim di Kota Binjai Tidak Menjadi Nasabah Bank Syariah” Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatra Utara, Medan 2017.

Dalam skripsinya Sartika Asrifianti menyebutkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, produk, pelayanan dan lokasi terhadap keputusan masyarakat Muslim di Kota Binjai tidak menjadi nasabah Bank Syariah. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *accidental sampling* dan *snowball sampling* dengan jumlah responden sebanyak 45 orang. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan kuesioner dengan model skala likert, kuesioner disebarakan kepada masyarakat Muslim di Kota Binjai yang berusia 17 65 tahun yang menjadi nasabah bank konvensional. Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda dan

---

<sup>21</sup>Asnawi, “Faktor Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Muslim Dan Non Muslim Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah” (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2016), hlm.1-75

uji hipotesis. Pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan uji t dan uji f. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan promosi, produk, pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat Muslim di Kota Binjai tidak menjadi nasabah Bank Syariah dengan diperoleh hasil  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $64,635 > 2,60$ ), dan ketika dianalisis secara parsial variabel promosi, produk, dan pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan masyarakat Muslim tidak menjadi nasabah bank syariah sedangkan variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat Muslim tidak menjadi nasabah bank syariah.<sup>22</sup>

Adapun yang membedakan penelitian saya dengan penelitian di atas adalah terletak pada lokasi penelitian, penelitian saya berlokasi di lingkungan Kr. Pande Kelurahan Abiantubuh Kecamatan Sandubaya Kota Mataram sedangkan penelitian di atas berlokasi di Kota Binjai.

### C. Kerangka Berfikir

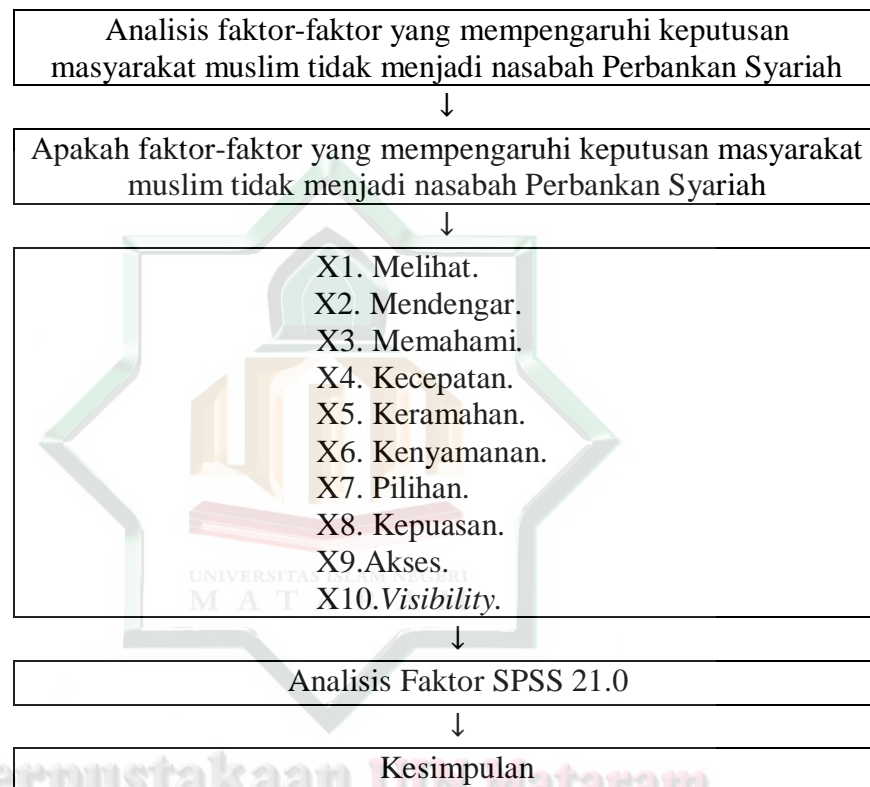
Dalam penelitian ini penulis mengambil permasalahan tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Perbankan Syariah, sehingga kerangka berpikir dalam penelitian ini berfungsi untuk menggambarkan keterkaitan sejumlah variabel yang nantinya saling berkorelasi dan mereduksi menjadi satu

---

<sup>22</sup> Sartika Asrifianti, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Di Kota Binjai Tidak Menjadi Nasabah Bank Syariah" (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatra Utara, Medan 2017), hlm. 1-79

kelompok yang disebut *variate* atau faktor. Adapun gambarannya sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Kerangka Berpikir**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian pada dasarnya adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>23</sup> Metode penelitian merupakan suatu proses yang diperlukan dalam melakukan kajian, mulai dari proses penentuan sampai saat penelitian dilaksanakan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diamati dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.<sup>24</sup>

#### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

##### **a. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian merupakan hal yang penting dilakukan sebelum melakukan penelitian karena akan menentukan hasil yang diperoleh.

Jenis pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.

---

<sup>23</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV. Alfabeta, 2003), hlm. 1.

<sup>24</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi* (Bandung: Alfabeta. 2014 ), hlm. 81.

Pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika.<sup>25</sup> Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode statistik *Multivariat* untuk mengolah data.

## 2. Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek/obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.<sup>26</sup> Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah masyarakat muslim di Kelurahan Abiantubuh Lingkungan Kr. Pande yang mana jumlahnya 871 orang.<sup>27</sup>

### b. Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian<sup>28</sup>. Dalam pengambilan sampel penelitian, peneliti menggunakan teknik sampel random atau

---

<sup>25</sup>Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 5.

<sup>26</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen* (Yogyakarta: Alfabeta. 2014), hlm.148

<sup>27</sup> *Dokumentasi* Rekap Data Kependudukan Bulan Februari Tahun 2020

<sup>28</sup> V.Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian, Lengkap, Praktis dan mudah dipahami* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hlm.65



sampel acak.<sup>29</sup> Pada penelitian ini jumlah sampel diambil dengan menggunakan rumus slovin seperti yang ditunjukkan dalam rumus seperti dibawah ini..<sup>30</sup>

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

$$n = \frac{N}{1 + N e^2} = \frac{871}{1 + 871 (0,05^2)} = \frac{871}{3,1775} = 274,11/275 \text{ Responden}$$

Dari formula di atas maka menghasilkan sampel yang dibulatkan sebesar 275 sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini.

### 3. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian ini dimulai dari bulan April 2020-2021. Penelitian ini berlokasi di Lingkungan Kr. Pande Kelurahan Abiantubuh Kecamatan Sandubaya Kota Mataram.

### 4. Variabel Penelitian

Variabel pada hakikinya merupakan konsep yang mempunyai variasi nilai; sedangkan konsep yang mempunyai satu nilai disebut dengan “constant”.<sup>31</sup> Apabila konsep, proposisi atau objek ada bermacam-macam nilai di dalamnya atau ada variasi nilai di dalamnya, maka konsep,

<sup>29</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi VI, hlm.134

<sup>30</sup> Ir. Syofian siregar, M.M., *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta, 2017), hlm. 34

<sup>31</sup> Muri Yusuf. *Metode Penelitian...*, hlm. 102.

proposisi atau objek itu dapat dikatakan variabel, tetapi kalau nilainya tunggal tidak dapat disebut variabel.

Adapun variabel dari penelitian ini yaitu:

**Tabel 3.1**  
**Variabel Penelitian**

Variabel	
<b>Pengetahuan</b>	1. Melihat 2. Mendengar 3. Memahami
<b>Pelayanan</b>	4. Kecepatan 5. Keramahan 6. Kenyamanan
<b>Preferensi</b>	7. Pilihan 8. Kepuasan
<b>Lokasi</b>	9. Akses 10. <i>Visibilitas</i>

## 5. Teknik Pengumpulan Data

### a. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.<sup>32</sup> Jenis observasi yang dilakukan oleh peneliti adalah observasi non partisipasi (*non participation*) artinya pengamat tidak terlibat langsung dalam kegiatan yang menjadi obyek dalam penelitian.<sup>33</sup> Dengan melakukan observasi peneliti dapat menggali informasi maupun data

<sup>32</sup> *Ibid.*, hlm. 223.

<sup>33</sup> I Wayan Suwendra, *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan, dan Keagamaan*, (Badung: Nilacakra, 2018), hlm. 62.

yang dapat mendukung penelitian ini. Informasi yang diperoleh peneliti ketika melakukan observasi adalah rata-rata masyarakat muslim di lingkungan Kr. Pande tidak tertarik menggunakan jasa perbankan syariah, mereka lebih memilih menggunakan jasa perbankan konvensional maupun lembaga keuangan lainnya.

#### b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/ pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.<sup>34</sup> Kuesioner ini nantinya akan peneliti pakai ketika melakukan penelitian dan selanjutnya dianalisis untuk dapat melihat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Perbankan syariah.

### 6. Teknik Analisis data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dengan perhitungan uji statistik. Uji statistik adalah salah satu alat untuk mengumpulkan data, mengolah data, menarik kesimpulan dan membuat keputusan berdasarkan

---

<sup>34</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif...*, hlm 219.

analisis data yang dikumpulkan.<sup>35</sup> Uji statistik yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah teknik analisis faktor.

## a. Uji Instrumen Penelitian

### 1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Untuk menguji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen adalah korelasi *Product Moment*, sebagai berikut.<sup>36</sup>

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

### 2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama pula.<sup>37</sup> Metode yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yaitu :<sup>38</sup>

$$r_{11} = \left[ \frac{K}{K-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

<sup>35</sup> Usman Husaini, *Pengantar Statistik* (Yogyakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm. 3-4.

<sup>36</sup> Putu Ade Andre Payadnya dan Gusti Agung Ngurah Trisna Jayantika, *Panduan Eksperimen beserta Analisis Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 31.

<sup>37</sup> Syofian Siregar, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 55.

<sup>38</sup> *Ibid.*, hlm. 58.

## b. Uji Statistik

### 1. Uji Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure Of Sampling Adequacy (MSA)

Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling (KMO-MSA) adalah indek perbandingan jarak antara koefisien korelasi dengan koefisien korelasi parsialnya. Jika jumlah kuadrat koefisien korelasi parsial di antara seluruh pasangan variabel bernilai kecil jika dibandingkan dengan jumlah kuadrat koefisien korelasi, maka akan menghasilkan nilai KMO mendekati 1. Nilai KMO dianggap mencukupi jika lebih dari 0,5.<sup>39</sup>

### 2. Uji *Bartlett's Test of Sphericity*

*Bartlett's Test of sphericity* yaitu suatu uji statistik yang nilainya menunjukkan seberapa berguna faktor analisis yang dilakukan atau analisis faktor cukup efektif untuk digunakan. Jika nilai signifikansi *Bartlett's Test of sphericity* berada di bawah 0,05 artinya faktor analisis cukup efektif untuk digunakan.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> Simamora Bilson, Analisis Multivariat Pemasaran, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 123.

<sup>40</sup> Dewi Hernikawati dan Dana Indra S, “ Uji Validitas Indikator-Indikator Pemeringkatan E-Government Indonesia (PeGI) Tingkat Provinsi dengan Analisis Faktor”, *Jurnal Penelitian Pos dan Informatika*, Vol. 6, No. 1 (2016), hlm. 1-18.

### 3. Korelasi Parsial

Korelasi parsial merupakan salah satu asumsi analisis faktor yang harus terpenuhi.<sup>41</sup> Pada SPSS deteksi terhadap korelasi parsial diberikan lewat pilihan *Anti-Image Correlation*.

#### a. Analisis Faktor dan Interpretasi

Analisis faktor merupakan salah satu alat statistika yang digunakan untuk mereduksi variabel dari suatu kumpulan variabel. Reduksi variabel dilakukan dengan cara membangun interkorelasi (korelasi) pada sekumpulan variabel data.<sup>42</sup>

Interkorelasi antarvariabel ini kemudian didefinisikan sebagai faktor. Dari faktor hasil reduksi akan dapat ditemukan pola dan hubungan sekumpulan variabel yang telah didefinisikan.

Terdapat dua teknik analisis statistik yang dapat dilakukan, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan teknik Analisis faktor eksploratori (EFA: *Exploatory Factor Analysis*), yaitu mengungkap pola yang kompleks dengan melakukan eksplorasi kumpulan data dan pengujian prediksi.

Pada faktor analisis dilakukan analisis sebagai berikut:<sup>43</sup>

---

<sup>41</sup> Singgih Santoso, *Seri Solusi Bisnis Berbasis TI: Menggunakan SPSS untuk Statistik Multivariat*. (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2006), hlm. 13

<sup>42</sup> Getut Pramesti, *Kupas Tuntas Data Penelitian dengan SPSS 22*. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014), hlm. 161.

<sup>43</sup> M. S. Idrus. *Multifariat Data Analisis dan Nonparametrik Statistik Untuk Penelitian Bidang Manajemen*. (Sidoarjo: Zifatama, 2013), hlm. 71.

- a. Formulasikan Problema
- b. Menyusun Matrik Korelasi
- c. Menentukan Model Analisis Faktor
- d. Menentukan Jumlah Faktor
- e. Merotasi Faktor
- f. Menafsirkan Faktor, dan Menentukan Model Fit.



Perpustakaan UIN Mataram

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Deskripsi Lokasi Penelitian

###### A. LINGKUNGAN KARANG PANDE

Nama Kepala Lingkungan :	H.M.ISNAINI
Tmp.Tgl/Lahir :	MATARAM, 17-01-1971
Jenis Kelamin :	LAKI-LAKI
Agama :	ISLAM
Pekerjaan :	GURU

Lingkungan Karang Pande adalah merupakan salah satu dari 8 (delapan) lingkungan yang ada di Kelurahan Abiantubuh Baru dan terbentuk pada tahun 2007. Dan Lingkungan Karang Pande dipimpin oleh H.M.ISNAINI dari tahun 2017 sampai dengan sekarang.

Batasan – batasan Lingkungan Abiantubuh Barat adalah :

Sebelah Barat :jl. Praburangkasari.

Sebelah Timur :lingkungan karang pelambek.

Sebelah Selatan :kali unus dan Kelurahan dasan cermen.



Sebelah Utara :Kelurahan Cakranegara Selatan Baru.

Dan luas wilayah di Lingkungan Karang Pande adalah 48,886.70 m<sup>2</sup> yang terdiri dari 4 RT.

Berikut nama – nama Ketua Rukun Tetangga (RT) yang ada di Lingkungan Karang Pande adalah :

No	Nama Ketua RT	Mulai Menjabat	RT	Ket
1	SAHARUDIN	2007	01	
2	SADIRUN	2007	02	
3	ZAENUDIN	2007	03	
4	IHSAN	2007	04	

Dan bila dilihat dari data kependudukan, Lingkungan Karang Pande mayoritas beragama Islam , berikut data di bawah ini :

1. Islam= 876 orang
2. Kristen= 1 orang
3. Hindu= 5 orang
4. Budha= 6 orang

Dan bila dilihat dari pengelompokkan pekerjaan/mata pencaharian adalah sebagai berikut :

<b>No</b>	<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>
1	Belum/Tidak bekerja	231
2	Mengurus Rumah Tangga	155
3	Pelajar/Mahasiswa	122
4	Buruh Harian Lepas	81
5	Buruh Tani/Nelayan	1
6	Bidan/Perawat	-
7	Dokter	-
8	Dosen	-
9	Guru	1
10	Karyawan Swasta/BUMD/BUMN	80
11	Karyawan Honorer	7
12	Mekanik	3
13	PNS	18
14	POLRI	-
15	TNI	3
16	Petani/Pekebun	14
17	Penata Rias	-
18	Penata Rambut	-

19	Tukang Kayu/Batu/Jahit/Listrik	-
20	Peternak	-
21	Pedagang/Perdagangan	65
22	Sopir	1
23	Transportasi	2
24	Pensiunan	2
25	Pengacara/Advokat	-
26	Wiraswasta	99
27	Lainnya	3
<b>Jumlah Total</b>		<b>888</b>

Adapun jumlah jiwa menurut kepala keluarga di Karang Pande adalah sebagai berikut :

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-Laki	230
2	Perempuan	49
<b>Jumlah Total</b>		<b>279</b>

Sedangkan jumlah penduduk di Lingkungan Karang Pande adalah :

<b>NO</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>
1	Laki-Laki	443
2	Perempuan	445
<b>Jumlah Total</b>		<b>888</b>

## **B. Sektor Perekonomian**

Bila dilihat dari data tersebut di atas, Lingkungan Karang Pande merupakan salah satu lingkungan yang bias dikatakan lingkungan cukup berkembang dan bila dilihat dari sektor perekonomian kesejahteraan masyarakat setempat bisa diasumsikan di atas rata-rata.

Meski Lingkungan Karang Pande tergolong lingkungan yang mayoritas penduduknya memiliki penghasilan tetap akan tetapi di Lingkungan Karang Pande terdapat juga usaha rumahan yaitu usaha tempe, tahu dan camilan.

Selain itu di Lingkungan Karang Pande juga terdapat kos – kosan /rumah kontrakan serta menurut data di Kelurahan Abiantubuh Baru terdapat 5 (lima) lokasi.

a) Di Lingkungan Karang Pande terdapat juga tempat peribadatan yaitu : MASJID AT-TAQWA, dan mayoritas

penduduk di Lingkungan Karang Pande adalah beragama Islam.

b) Sektor Sarana dan Prasarana

Adapun sarana dan prasarana yang ada di Lingkungan Karang Pande adalah pembangunan yang dilaksanakan oleh pemerintah daerah seperti hotmik, aspal jalan dan lainnya dan di Lingkungan Karang Pande juga terdapat sarana fasilitas umum seperti : Kuburan Islam, dan fasilitas sarana dan prasarana tersebut di atas merupakan swadaya masyarakat dan bantuan dari pemerintah.

## **2. Deskripsi Data Penelitian**

### **a. Analisis Deskriptif Responden**

Analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan data yang digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini penulis menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian dengan rincian sebanyak 275 lembar kuesioner dibagikan kepada sebanyak 275 responden, adapun kuesioner yang layak di analisis berjumlah 275 lembar kuesioner.

## b. Identitas Responden

Adapun identitas responden akan di klasifikasikan sebagai berikut:

### 1) Responden Menurut Usia

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekuensi
1	25-30 tahun	26
2	31-36 tahun	49
3	37-40 tahun	70
4	41-50 tahun	110
5	51-64 tahun	20
	Total	275

Sumber: Data yang Diolah Penulis, 2021

Dari tabel 4.1 diketahui bahwa responden yang umurnya 25-30 tahun yaitu sebanyak 26 orang, 31-36 tahun yaitu sebanyak 49 orang, 37-40 tahun yaitu sebanyak 70 orang, 41-50 tahun yaitu sebanyak 110 orang dan yang umurnya 51-64 tahun sebanyak 20 orang.

## 2) Responden Menurut Jenis Kelamin

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	117	42,5
2	Perempuan	158	57,5
	Total	275	100.0

Sumber: Data yang Diolah Penulis, 2021

Dari tabel 4.2 menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 117 orang dengan persentase 42,5% sedangkan responden perempuan sebanyak 158 orang dengan persentase 57,5%.

**c. Analisis Deskriptif Jawaban Responden**

1) Deskripsi Pengetahuan

Distribusi jawaban responden terhadap pengetahuan adalah sebagai berikut:

## a) Melihat

Saya melihat Bank Syariah sudah banyak di kota saya

**Tabel 4.3**  
**Tanggapan Responden Mengenai Melihat**

Melihat				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-ragu	2	.7	.7	.7
Setuju	213	77.5	77.5	78.2
Sangat Setuju	60	21.8	21.8	100.0
Total	275	100.0	100.0	

Sumber: Data yang Diolah Penulis, 2021

Dari tabel 4.3 menunjukkan tanggapan responden terhadap melihat sebagian besar memberikan tanggapan yang tinggi, dimana dapat di lihat dari tanggapan yang memilih sangat setuju berjumlah 60 orang dengan persentase 21,8% dan yang menanggapi setuju berjumlah 213 orang dengan persentase 77,5%, sedangkan yang menanggapi ragu-ragu hanya ada 2 orang dengan persentase 0,7%.



## b) Mendengar

Saya pernah mendengar tentang bank syariah

**Tabel 4.4**  
**Tanggapan Responden Mengenai Mendengar**

Mendengar				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	.4	.4	.4
Tidak Setuju	1	.4	.4	.7
Ragu-ragu	50	18.2	18.2	18.9
Setuju	162	58.9	58.9	77.8
Sangat Setuju	61	22.2	22.2	100.0
Total	275	100.0	100.0	

Sumber: Data yang Diolah Penulis, 2021

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan yang tinggi terhadap Mendengar, yaitu sebanyak 61 orang dengan persentase 22,2% memberikan tanggapan sangat setuju terhadap Mendengar, 162 orang dengan persentase 58,9% memberi tanggapan setuju, 50 orang dengan persentase 18,2% memberikan jawaban ragu-ragu, 1 orang dengan persentase 0,4% memberikan jawaban tidak setuju, 1 orang dengan persentase 0,4% memberikan jawaban sangat tidak setuju.

## c) Memahami

Saya kurang memahami apa itu Bank Syariah

**Tabel 4.5**  
**Tanggapan Responden Mengenai**  
**Memahami**

Memahami				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Val Sangat Tidak id Setuju	1	.4	.4	.4
Ragu-ragu	28	10.2	10.2	10.5
Setuju	181	65.8	65.8	76.4
Sangat Setuju	65	23.6	23.6	100.0
Total	275	100.0	100.0	

Sumber: Data yang Diolah Penulis,2021

Distribusi data pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa terhadap memahami sebanyak 65 orang dengan persentase 23,6% memberikan tanggapan sangat setuju, 181 orang dengan persentase 65,8% memberi tanggapan setuju, 28 orang dengan persentase 10,2% memberi tanggapan ragu-ragu, dan 1 orang dengan persentase 0,4% memberikan tanggapan sangat tidak setuju, hal ini menunjukkan bahwa memahami berperan penting dalam mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Bank syariah.

## 2) Deskripsi Pelayanan

## a) Kecepatan

Petugas Bank Syariah tidak sigap dalam melayani nasabah

**Tabel 4.6**  
**Tanggapan Responden Mengenai Kecepatan**

Kecepatan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	.7	.7	.7
Ragu-ragu	53	19.3	19.3	20.0
Setuju	174	63.3	63.3	83.3
Sangat Setuju	46	16.7	16.7	100.0
Total	275	100.0	100.0	

Sumber: Data yang Diolah Penulis, 2021

Tabel 4.6 menjelaskan bahwa responden memberikan tanggapan yang tinggi terhadap kecepatan, sebanyak 46 orang dengan persentase 16,7% memberikan jawaban sangat setuju, 174 orang dengan persentase 63,3% memberikan jawaban setuju, 53 orang dengan persentase 19,3% memberikan jawaban ragu-ragu dan 2 orang dengan persentase 0,7% memberikan jawaban tidak setuju.

## b) Keramahan

Menurut saya petugas Bank Syariah kurang ramah dalam melayani nasabah

**Tabel 4.7**  
**Tanggapan Responden Mengenai Keramahan**

Keramahan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	.4	.4	.4
Ragu-ragu	60	21.8	21.8	22.2
Setuju	178	64.7	64.7	86.9
Sangat Setuju	36	13.1	13.1	100.0
Total	275	100.0	100.0	

Sumber: Data yang Diolah Penulis, 2021

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa 36 orang dengan persentase 13,1% memberi respon sangat setuju, 178 orang dengan persentase 64,7% memberi respon setuju, 60 orang dengan persentase 21,8% memberi respon ragu-ragu dan 1 orang dengan persentase 0,4% memberi respon tidak setuju, hal ini menunjukkan bahwa keramahan berperan penting dalam mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Bank syariah.

c) Kenyamanan

Fasilitas yang disediakan Bank Syariah sulit dirasakan misalnya ATM yang hanya didapat ditempat-tempat tertentu

**Tabel 4.8**  
**Tanggapan Responden Mengenai Kenyamanan**

Kenyamanan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-ragu	43	15.6	15.6	15.6
Setuju	174	63.3	63.3	78.9
Sangat Setuju	58	21.1	21.1	100.0
Total	275	100.0	100.0	

Sumber: Data yang Diolah Penulis, 2021

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa 58 orang dengan persentase 21,1% memberi respon sangat setuju, 174 orang dengan persentase 63,3% memberi respon setuju, 43 orang dengan persentase 15,6% memberi respon ragu-ragu, hal ini menunjukkan bahwa kenyamanan berperan penting dalam mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Bank syariah.

### 3) Deskripsi *Preferensi*

#### a) Pilihan

Saya tidak menjadi nasabah Bank Syariah karena tidak menerapkan system bunga

**Tabel 4.9**  
**Tanggapan Responden Mengenai**  
**Pilihan**

**Pilihan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-ragu	47	17.1	17.1	17.1
Setuju	177	64.4	64.4	81.5
Sangat Setuju	51	18.5	18.5	100.0
Total	275	100.0	100.0	

Sumber: Data yang Diolah Penulis,2021

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa 51 orang dengan persentase 18,5% memberi respon sangat setuju, 177 orang dengan persentase 64,4% memberi respon setuju dan 47 orang dengan persentase 17,1% memberi respon ragu-ragu, hal ini menunjukkan bahwa pilihan berperan penting dalam mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Bank syariah.

b) Kepuasan

Saya tidak puas dengan pelayanan Bank Syariah

**Tabel 4.10**  
**Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan**

Kepuasan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Va Tidak Setuju	1	.4	.4	.4
Valid Ragu-ragu	58	21.1	21.1	21.5
Setuju	182	66.2	66.2	87.6
Sangat Setuju	34	12.4	12.4	100.0
Total	275	100.0	100.0	

Sumber: Data yang Diolah Penulis,2021

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa 34 orang dengan persentase 12,4% memberi respon sangat setuju, 182 orang dengan persentase 66.2% memberi respon setuju dan 58 orang dengan persentase 21,1% memberi respon ragu-ragu, 1 orang dengan persentase 0,4% memberi respon tidak setuju, hal ini menunjukkan bahwa kepuasan berperan penting dalam mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Bank syariah.

- 4) Lokasi
  - a) Akses

Lokasi Bank Syariah dapat di jangkau dengan tranfortasi umum

**Tabel 4.11**  
**Tanggapan Responden Mengenai Akses**

<b>Akses</b>				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-ragu	39	14.2	14.2	14.2
Setuju	187	68.0	68.0	82.2
Sangat Setuju	49	17.8	17.8	100.0
Total	275	100.0	100.0	

Sumber: Data yang Diolah Penulis,2021

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa 49 orang dengan persentase 17,8% memberi respon sangat setuju, 187 orang dengan persentase 68,0% memberi respon setuju dan 39 orang dengan persentase 14,2% memberi respon ragu-ragu.

b) *Visibilitas*

Lokasi Bank Syariah jauh dari rumah saya

**Tabel 4.12**  
**Tanggapan Responden Mengenai *Visibilitas***

<b>Visibilitas</b>				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-ragu	47	17.1	17.1	17.1
Setuju	185	67.3	67.3	84.4



Sangat Setuju	43	15.6	15.6	100.0
Total	275	100.0	100.0	

Sumber: Data yang Diolah Penulis,2021

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa 43 orang dengan persentase 15,6% memberi respon sangat setuju, 185 orang dengan persentase 67,3% memberi respon setuju dan 47 orang dengan persentase 17,1% memberi respon ragu-ragu.

### 3. Uji Persyaratan Analisis

#### a. Uji Instrumen Penelitian

##### 1) Uji Validitas Instrumen

Uji validitas dapat dikatakan apakah pengukuran tadi sesuai dengan niat pengukuran, yaitu pengukuran mengukur apa yang mau diukur.

Untuk mendapatkan data primer peneliti menyebar kuesioner secara langsung, data yang akan di analisis yaitu berjumlah 275 responden, adapun data yang peneliti analisis untuk menguji validitas instrumen penelitian juga berjumlah 275 responden dengan 10 butir pernyataan.

Berikut rangkuman hasil uji validitas yang peneliti lakukan dapat di lihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**

No Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel5\% (275)}$	Sig.	Kriteria
1	.409	0,113	.000	Valid
2	.510	0,113	.000	Valid
3	.506	0,113	.000	Valid
4	.522	0,113	.000	Valid
5	.498	0,113	.000	Valid
6	.545	0,113	.000	Valid
7	.522	0,113	.000	Valid
8	.582	0,113	.000	Valid
9	.600	0,113	.000	Valid
10	.526	0,113	.000	Valid

Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS 21.0.

Tabel 4.13 menunjukkan semua butir pernyataan memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan tiap butir soal memiliki nilai signifikansi  $< 0,50$  sehingga dapat disimpulkan bahwa 10 butir soal tersebut dinyatakan valid.

## 2) Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reabilitas instrument, yaitu untuk menunjukkan sejauh mana suatu instrument dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten, apabila pengukuran pada obyek yang sama dilakukan berulang-ulang.<sup>44</sup>

Dalam penelitian ini, tehnik untuk mengukur reliabilitas instrumen penelitian adalah dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Jika nilai reabilitasnya kurang alpha yang

<sup>44</sup>Zaenal Arifin, *Evaluasi Pembelajaran...*, hlm. 258.

disyaratkan yaitu 0,600, maka item indikator dapat dibuang. Selanjutnya nilai alpha yang lebih tinggi dari 0,600 dapat dinyatakan reliabel.

Hasil pengujian reliabilitas instrument penelitian dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.14**  
**Nilai Cronbach's Alpha**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.703	10

Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS 21.0.

Berdasarkan tabel 4.14, nilai *cronbach's Alpha* yaitu sebesar 0,703 >0,6, maka dapat disimpulkan bahwa 10 butir pernyataan dalam kuesioner dinyatakan sudah reliabel.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian**

No.	Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	P1	.693	Reliabel
2	P2	.690	Reliabel
3	P3	.685	Reliabel
4	P4	.683	Reliabel
5	P5	.686	Reliabel
6	P6	.677	Reliabel
7	P7	.681	Reliabel
8	P8	.668	Reliabel
9	P9	.664	Reliabel
10	P10	.679	Reliabel

Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS 21.0.

Tabel 4.15 menunjukkan semua butir pernyataan memiliki nilai *cronbach's Alpha* > 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa 10 butir soal tersebut dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam melakukan penelitian.

#### b. Uji Asumsi Analisis Faktor

Untuk analisis faktor, sejumlah asumsi berikut harus dipenuhi<sup>45</sup>

##### 1) Korelasi antar variabel Independen dan korelasi parsial/

Uji *Kaiser-Meyer-Olkin* dan *Barlett Test of Sphericity*.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji KMO dan *Barlett Test of Sphericity***

KMO and Bartlett's Test	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.790
Approx. Chi-Square	305.714
Bartlett's Test of Sphericity	Df
	45
	Sig.
	.000

Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS 21.0.

Tabel merupakan hasil pengujian 10 variabel. Berdasarkan tabel 4.16 di dapatkan KMO sebesar 0,790, dengan demikian maka diketahui angka *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* lebih besar dari 0,50, ini menandakan analisis faktor tepat digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh.

Sedangkan hasil uji *Bartlett's Test of Sphericity* menyatakan hasil signifikansi pada 0,000, hal ini menandakan

<sup>45</sup> Singgih Santoso, Seri Solusi Bisnis Berbasis TI..., hlm 13.

matriks korelasi memiliki korelasi yang signifikan dengan sejumlah variabel, hal tersebut dapat disimpulkan karena nilai signifikansi  $<0,50$ .

## 2) Korelasi Parsial/ Uji MSA

Pengujian seluruh matriks korelasi (korelasi antar variabel) yang di ukur dengan besaran *BarlettTest of Sphericity* atau *Measure Sampling Adequacy* (MSA). Pengujian ini mengharuskan adanya korelasi yang signifikan di antara variabel.

Setelah peneliti melakukan pengujian ini, peneliti tidak menemukan item yang memiliki nilai *Measure Sampling Adequacy* (MSA) kurang dari 0,50, sehingga dapat dilakukan analisis faktor. Berikut tabel nilai MSA.

**Tabel 4.17**  
**Nilai MSA Per-Indikator**

Item	Nilai MSA	Validitas
P1	0,749	Valid
P2	0,805	Valid
P3	0,780	Valid
P4	0,813	Valid
P5	0,759	Valid
P6	0,778	Valid
P7	0,801	Valid
P8	0,808	Valid
P9	0,790	Valid
P10	0,809	Valid

Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS 21.0.

Berdasarkan tabel 4.17 di ketahui bahwa nilai 10 variabel yang ada bernilai  $>0,50$  sehingga semua indikator dinyatakan valid dan dapat dilakukan analisis faktor.

### c. Analisis Faktor

Pada bagian ini akan dijelaskan hasil dari analisis faktor yang dimana peneliti menggunakan total 24 item yang akan di analisis setelah dilakukannya uji asumsi analisis faktor sebelumnya.

#### 1) *Communalities*

Setelah dilakukan uji asumsi analisis faktor dan semua variabel dikatakan telah memenuhi syarat untuk dilakukannya analisis lanjutan, maka langkah selanjutnya ialah melakukan analisis inti dari analisis faktor, yaitu melakukan ekstraksi terhadap semua variabel yang ada, sehingga terbentuk satu atau beberapa faktor.

Untuk menentukan berapa faktor yang dapat diekstrak, dapat dilihat dari nilai *communalities* kolom *extraction*. Jika rata-rata *communalities* 0,6 atau lebih, maka ekstraksi dapat dilakukan.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup>Getut Pramesti, *Kupas Tuntas Data Penelitian dengan SPSS 22...*, hlm.177.

**Tabel 4.18**  
**Nilai *Communalities***

Communalities		
	Initial	Extraction
Melihat	1.000	.427
Mendengar	1.000	.296
Memahami	1.000	.370
Kecepatan	1.000	.316
Keramahan	1.000	.257
Kenyamanan	1.000	.482
Pilihan	1.000	.441
Kepuasan	1.000	.404
Akses	1.000	.405
Visibilitas	1.000	.461

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS 21.0.

Tabel 4.18 memuat nilai *communalities* sebelum dan setelah ekstraksi. *Communalities* merupakan proporsi variansi keseluruhan antar variabel. Dapat dilihat *communalities* sebelum ekstraksi pada *initial* sebesar 1 pada setiap variabel. Setelah dilakukan ekstraksi nilai *communalities* dapat dilihat dari nilai *extraction*.<sup>47</sup>

Dapat dijelaskan bahwa pada variabel melihat, sebesar 42,7% variansi berhubungan dengan melihat, pada variabel mendengar, sebesar 29,6% variansi berhubungan dengan mendengar, pada variabel memahami, sebesar 37,0% variansi berhubungan dengan memahami, pada variabel kecepatan, sebesar 31,6% variansi berhubungan dengan kecepatan, pada

<sup>47</sup>Ibid.,

variabel keramahan, sebesar 25,7% variansi berhubungan dengan keramahan, pada variabel kenyamanan, sebesar 48,2% variansi berhubungan dengan kenyamanan, pada variabel pilihan, sebesar 44,1% variansi berhubungan dengan pilihan, pada variabel kepuasan, sebesar 40,4% variansi berhubungan dengan kepuasan, pada variabel akses, sebesar 40,5% variansi berhubungan dengan akses, pada variabel *visibilitas*, sebesar 46,1% variansi berhubungan dengan *visibilitas*.

2) *Extraction Method: Principal Component Analysis.*

**Tabel 4.19**

**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.758	27.584	27.584	2.758	27.584	27.584	2.011	20.112	20.112
2	1.101	11.006	38.590	1.101	11.006	38.590	1.848	18.478	38.590
3	.956	9.563	48.153						
4	.923	9.234	57.387						
5	.871	8.714	66.101						
6	.785	7.845	73.946						
7	.729	7.286	81.233						
8	.690	6.902	88.134						
9	.643	6.435	94.569						
10	.543	5.431	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

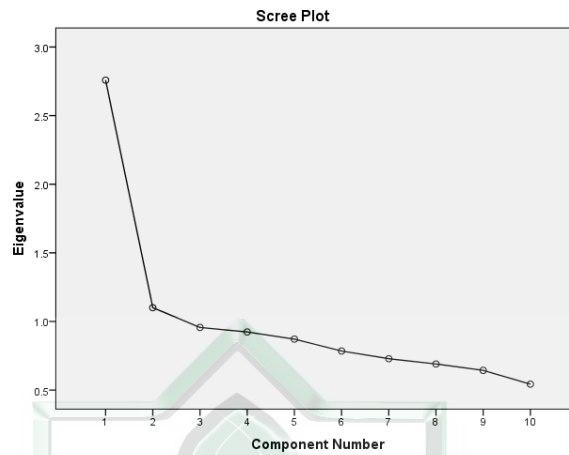
Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS 21.0.



Tabel 4.19 menunjukkan bahwa ada 2 faktor yang terbentuk, hal tersebut dapat dilihat dari nilai *eigenvalues* yang >1. Faktor 1 memiliki *eigenvalues* sebesar 2,758 dengan persentase sumbangan *variance* sebesar 27,584%, yang artinya faktor 1 mampu menjelaskan 27,584% variasi variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah bank syariah. Faktor 2 memiliki *eigenvalues* sebesar 1,101 dengan persentase sumbangan *variance* sebesar 11,006%, yang artinya faktor 2 mampu menjelaskan 11,006% variasi variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah bank syariah.

Berdasarkan sumbangan variasi tersebut maka diketahui bahwa faktor 1 merupakan faktor yang paling dominan dibandingkan faktor 2, karena faktor 1 mampu menjelaskan variasi yang paling besar dibandingkan dengan faktor 2 yaitu dengan persentase sumbangan *variance* sebesar 27,584%.

**Gambar 1.1**  
**Grafik Jumlah Faktor yang Terbentuk**



Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS 21.0.

Dapat di lihat pada gambar *scree plot* di atas ada 2 titik *component* yang memiliki nilai *eigenvalues* > 1, sedangkan titik lain bernilai < 1 dan terlihat cenderung sejajar dan menurun, hal ini menggambarkan ada 2 faktor yang terbentuk.

### 3) *Rotated Component Matrix*

**Tabel 4.20**  
**Hasil *Component Matrix***

	Component Matrix <sup>a</sup>	
	Component 1	Component 2
Melihat	.433	.489
Mendengar	.465	-.282
Memahami	.493	-.356
Kecepatan	.504	-.250
Keramahan	.493	.120
Kenyamanan	.549	.425
Pilihan	.519	-.415

Kepuasan	.596	-.221
Akses	.631	.085
Visibilitas	.540	.412

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 2 components extracted.

Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS 21.0.

Setelah diketahui bahwa ada 2 faktor yang terbentuk, selanjutnya tabel menjelaskan tentang matrik komponen sebelum rotasi. Matrik ini menjelaskan loading setiap variabel pada tiap faktornya, dengan kata lain tabel 4.20 menunjukkan distribusi ke sepuluh variabel tersebut pada dua faktor yang terbentuk.

**Tabel 4.21**  
**Hasil *Rotated Component Matrix***  
**\**Uji Varimax***

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component	
	1	2
Pilihan	.663	.041
Memahami	.605	.067
Kepuasan	.590	.236
Kecepatan	.541	.153
Mendengar	.534	.103
Kenyamanan	.122	.684
Visibilitas	.124	.667
Melihat	-.007	.653
Akses	.410	.486
Keramahan	.285	.419

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS 21.0.

Tabel 4.21 *Rotated Component Matrix*<sup>a</sup> Dengan Uji *Varimax* di atas, memperlihatkan hasil dari proses rotasi yang memperlihatkan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata. Berdasarkan tabel 4.21 maka dapat dikelompokkan menjadi 2 faktor. Faktor 1 terbentuk dari faktor pilihan (P7) dengan faktor *loading* sebesar 0,663, faktor memahami (P3) dengan faktor *loading* sebesar 0,605, faktor kepuasan (P8) dengan faktor *loading* sebesar 0,590, faktor kecepatan (P4) dengan faktor *loading* sebesar 0,541, dan faktor mendengar (P2) dengan faktor *loading* sebesar 0,534,. Faktor 2 terbentuk dari faktor kenyamanan (P6) dengan faktor *loading* sebesar 0,684, faktor *visibilitas* (P10) dengan faktor *loading* sebesar 0,667, faktor melihat (P1) dengan faktor *loading* sebesar 0,653, faktor akses (P9) dengan faktor *loading* sebesar 0,486, dan faktor keramahan (P5) dengan faktor *loading* sebesar 0,419.

4) *Component Transformation Matrix*

**Tabel 4.22**  
***Component Transformation Matrix***

Component	1	2
1	.741	.671
2	-.671	.741

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser

Normalization.

Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS 21.0.

Tabel 4.22 merupakan matrik komponen rotasi (disebut juga dengan matrik komponen rotasi dalam analisis faktor).

Pada tabel 4.22 dapat di lihat angka-angka yang terdapat pada diagonal dan dapat dijelaskan bahwa pada *component 1* nilai kerelasinya sebesar  $0,741 > 0,5$ , *component 2* nilai korelasinya  $0,741 > 0,5$ . Karena nilai korelasi *component 1* dan *component 2*  $> 0,5$  maka kedua *component* tersebut mampu untuk merangkum variabel yang dianalisis.

## 5) Penamaan Faktor

Faktor yang terbentuk dari penelitian ini akan diberi nama berdasarkan sifat dari variabel-variabel yang merupakan komponen dari faktor tersebut, selain itu penamaan faktor juga didasari dengan melihat variabel-variabel dengan nilai *faktor loading* tertinggi untuk dipilih menjadi nama faktor.

**Tabel 4.23**  
**Faktor-Faktor Uji Varimax**

No.	Indikator	Faktor	<i>Eigen Value</i>	<i>Loading Faktor</i>
1	Pilihan	Faktor 1 <i>Preferensi</i>	2,758	0,663
2	Memahami			0,605
3	Kepuasan			0,590
4	Kecepatan			0,541
5	Mendengar			0,534
6	Kenyamanan	Faktor 2 Pelayanan	1,101	0,684
7	<i>Visibilitas</i>			0,667
8	Melihat			0,653
9	Akses			0,486
10	Keramahan			0,419
	Jumlah		3,859	5,842

Sumber: Data primer yang diolah penulis 2021

Berdasarkan tabel 4.23 dari 10 faktor yang di olah dan kemudian membentuk 2 faktor pemberian nama faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Bank Syariah dapat diuraikan sebagai berikut:

- (a) Faktor 1 diberi nama “*Preferensi*” meliputi variabel Pilihan, Memahami, Kepuasan, Kecepatan, dan Mendengar. Faktor *Preferensi* merupakan faktor yang paling mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Bank Syariah karena memiliki *eigen values* yang tertinggi yaitu 2,758. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi memiliki *loading* faktor yang berbeda yaitu Pilihan 0,663, Memahami 0,605, Kepuasan 0,590, Kecepatan 0,541, dan Mendengar 0,534.

(b) Faktor 2 diberi nama “Pelayanan” meliputi variabel Kenyamanan, *Visibilitas*, Melihat, Akses dan Keramahan. Faktor Pelayanan merupakan faktor kedua yang memiliki nilai *eigen values* 1,101. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi memiliki *loading* faktor yang berbeda yaitu Kenyamanan 0,684, *Visibilitas* 0,667, Melihat 0,653, Akses 0,486 dan Keramahan 0,419.

## B. Pembahasan

Peneliti menggunakan 10 variabel untuk pengujian, hasil pengujian dari *Measure Sampling Adequacy* (MSA) tidak ditemukan bahwa adanya variabel yang memiliki nilai  $<0,50$ , sehingga semua variabel dapat dilakukan analisis faktor. Didapatkan ada 2 faktor yang terbentuk dari hasil analisis faktor yang dilakukan dengan metode rotasi faktor *varimax*. Kedua faktor yang terbentuk yang memiliki pengaruh terhadap keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Bank Syariah adalah sebagai berikut:

### 1. Faktor *Preferensi*

Sumbangan *variance* sebesar 27,584% oleh faktor *Preferensi* mampu menjelaskan 27,584% variasi variabel-variabel yang keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Bank Syariah. Hal ini menjadikan faktor *Preferensi* sebagai faktor yang paling mempengaruhi keputusan masyarakat muslim karena memberikan sumbangan *variance*

27,584%, yang merupakan sumbangan *variance* terbesar diantara 2 faktor yang terbentuk. Adapun yang harus diperhatikan dan dipertimbangkan dalam hal-hal yang mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Bank Syariah sebagai berikut:

a) Pilihan

Penghargaan memiliki nilai *loading factor* sebesar 0,663 yang dimana nilai *loading factor* pilihan merupakan nilai tertinggi dibandingkan nilai *loading factor* pada faktor lain yang membentuk faktor *Preferensi*.

b) Memahami

Memahami merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Bank Syariah dikarenakan pemahaman masyarakat tentang Bank Syariah itu sangat kurang sehingga mereka memilih menggunakan jasa keuangan konvensional.

c) Kepuasan

Kepuasan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Bank Syariah dikarenakan kepuasan masyarakat dengan pelayanan Bank Syariah itu mungkin dirasa kurang sehingga mereka memilih menggunakan jasa keuangan konvensional.

d) Kecepatan



Kecepatan memiliki *loading factor* sebesar 0,541, artinya faktor kecepatan juga berpengaruh terhadap keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Bank Syariah.

e) Mendengar

Mendengar memiliki *loading factor* sebesar 0,534, artinya faktor mendengar juga berpengaruh terhadap keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Bank Syariah.

2. Faktor Pelayanan

Faktor pelayanan memberikan Sumbangan *variance* sebesar 11,006%, artinya faktor pelayanan mampu menjelaskan 11,006% variasi variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Bank Syariah. Di dalam faktor ini pelayanan kepada nasabah dianggap perlu diperhatikan. Adapun hal-hal yang dianggap mampu mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Bank Syariah adalah sebagai berikut:

a) Kenyamanan

Kenyamanan memiliki nilai *loading factor* sebesar 0,684 yang dimana nilai *loading factor* Kenyamanan merupakan nilai tertinggi dibandingkan nilai *loading factor* pada faktor lain yang membentuk faktor pelayanan.

b) *Visibilitas*

*Visibilitas* memiliki *loading factor* sebesar 0,667, artinya faktor *Visibilitas* juga berpengaruh terhadap keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Bank Syariah.

c) Melihat

Melihat memiliki *loading factor* sebesar 0,653, artinya faktor Melihat juga berpengaruh terhadap keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Bank Syariah.

d) Akses

Akses memiliki *loading factor* sebesar 0,486, artinya faktor Akses juga berpengaruh terhadap keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Bank Syariah.

e) Keramahan

Keramahan memiliki *loading factor* sebesar 0,419, artinya faktor Keramahan juga berpengaruh terhadap keputusan masyarakat muslim tidak menjadi nasabah Bank Syariah.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis faktor eksploratori dengan metode rotasi faktor varimax, mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat terhadap 275 orang responden dan menggunakan 10 variabel yang dapat dilakukan analisis faktor karena setelah dilakukan pengujian asumsi *Measure Sampling Adequacy* (MSA) tidak ditemukan adanya variabel yang memiliki nilai  $<0,50$ , sehingga semua variabel dapat dilakukan analisis faktor, adapun dari hasil rotasi faktor maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang terbentuk yaitu berjumlah 2 faktor (*variate*) dimana dua faktor itu adalah:

1. Faktor 1 yaitu *Preferensi* terdiri dari Pilihan, Memahami, Kepuasan, Kecepatan dan Mendengar.
2. Faktor 2 yaitu Pelayanan terdiri dari Kenyamanan, *Visibilitas*, Melihat, Akses dan Keramahan.

Kedua faktor di atas mampu menjelaskan 38,59% variasi dari faktor-faktor mempengaruhi kinerja karyawan. Faktor 1 merupakan faktor yang paling dominan dibandingkan faktor 2, karena faktor 1 mampu menjelaskan variasi yang paling besar dengan persentase sumbangan *variance* sebesar 27,584% dibandingkan faktor 2 yang mampu

menjelaskan variasi dengan persentase sumbangan *variance* sebesar 11,006%.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka saran yang dapat peneliti berikan sebagai berikut:

1. Bagi Masyarakat Muslim di Abiantubuh Baru khususnya Lingkungan Kr. Pande

Bagi Masyarakat Muslim di Abiantubuh Baru khususnya Lingkungan Kr. Pande disarankan untuk menambah pengetahuan serta pemahaman tentang Perbankan Syariah, karena dari hasil yang peneliti dapatkan bahwa pengetahuan dan pemahaman masyarakat di lingkungan tersebut dirasa sangat kurang. Informasi tentang Bank Syariah bias di dapatkan melalui berbagai media seperti internet dan lain sebagainya.

2. Bagi Kepentingan Ilmiah dan Penelitian Lainnya

Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian serupa di sarankan untuk menambah variabel lainnya, sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara luas dan lebih mendalam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Asnawi, “Faktor Faktor Yang Memengaruhi Minat Nasabah Muslim Dan Non Muslim Untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah” (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2016).
- Azuar Juliandi, Dewi Andriani, *Studi Prilaku Konsumen Perbankan Syariah*, (Medan, 2019).
- Dewi Hernikawati dan Dana Indra S, “Uji Validitas Indikator-Indikator Pemingkatan E-Government Indonesia (PeGI) Tingkat Provinsi dengan Analisis Faktor”, *Jurnal Penelitian Pos dan Informatika*, Vol. 6, No. 1 (2016).
- Dokumentasi* Rekap Data Kependudukan Bulan Februari Tahun 2020
- Drs. Ismail MBA., Ak, (*Perbankan Syariah*. Jakarta, 2011).
- Fandy Tjiptono. *Service, Quality & Satisfaction*. (Yogyakarta. Andi, 2016).
- Getut Pramesti, *Kupas Tuntas Data Penelitian dengan SPSS 22*. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2014).
- Hermawan Kartajaya. 2006. *Hermawan Kartajaya on Marketing Mix Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- I Wayan Suwendra, *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan, dan Keagamaan*, (Badung: Nilacakra, 2018).
- Ir. Syofian siregar, M.M., *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, (Jakarta, 2017).
- Kasmir, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, (Jakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service, 2006).
- M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran)*, (Yogyakarta, 2018).
- M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, (Bandung: Alfabeta, 2010).
- M. S. Idrus. *Multifariat Data Analisis dan Nonparametrik Statistik Untuk Penelitian Bidang Manajemen*. (Sidoarjo: Zifatama, 2013).
- Muhammad, *Bank Syariah Problem dan Proyeksi Perkembangannya Di Indonesia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005).
- Notoatmodjo, S. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).

- Nurhayati, “Teori Pengetahuan dan Nilai”, (Makalah, Program Madin Pendidikan Agama Islam, STAIM Tulungagung, 2015).
- Mahrum, *wawancara*, 11 Juni 2020.
- Nadiya Pratiwi, *wawancara*, 11 Juni 2020.
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Prehalindo, (Jakarta, Cet Ke- 10, 2000).
- Poerwadaminta, W. J. S., *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, (Jakarta, Edisi III, 2006).
- Prasetijo, R dan Ihalauw, J, *Perilaku Konsumen*, Andi Offset, (Yogyakarta, 2005).
- Putu Ade Andre Payadnya dan Gusti Agung Ngurah Trisna Jayantika, *Panduan Eksperimen beserta Analisis Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018).
- QS. Ali 'Imran [3]: 130. Departement Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*.
- Resti Umairoh, “*Preferensi Nasabah Muslim Tidak Menggunakan Bank Syariah*” (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga, 2017).
- Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013).
- Sartika Asrifianti, “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Di Kota Binjai Tidak Menjadi Nasabah Bank Syariah*” (*Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatra Utara, Medan 2017).
- Sciffman & Kanuk. *Perilaku Konsumen* (edisi 7). (Jakarta: Prentice hall, 2004).
- Simamora Bilson, *Analisis Multivariat Pemasaran*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005).
- Singgih Santoso, *Seri Solusi Bisnis Berbasis TI: Menggunakan SPSS untuk Statistik Multivariat*. (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2006).
- Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: CV. Alfabeta, 2003).
- Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen* (Yogyakarta: Alfabeta. 2014).
- Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi* (Bandung: Alfabeta. 2014 ).
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi VI.

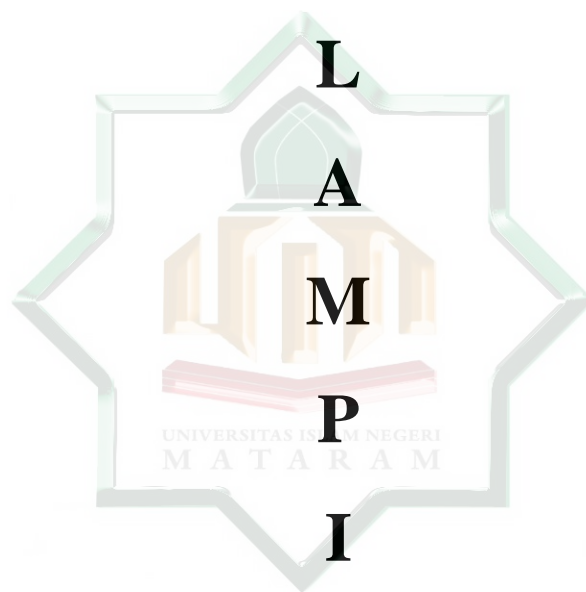
Syofian Siregar, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*, (Jakarta: Kencana, 2013).

Usman Husaini, *Pengantar Statistik* (Yogyakarta: Bumi Aksara, 2006).

V.Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian, Lengkap, Praktis dan mudah dipahami* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014).



Perpustakaan UIN Mataram



Perpustakaan UIN Mataram

L  
A  
M  
P  
I  
R  
A  
N



**LAMPIRAN 1****KUESIONER**

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat  
Muslim Tidak Menjadi Nasabah Perbankan Syariah  
(Studi Kasus di Lingkungan Kr. Pande Kelurahan Abiantubuh Kecamatan  
Sandubaya Kota Mataram)**

Saya Ahmad Yusron Fauzy adalah Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram yang sedang melakukan penelitian dalam rangka menyusun skripsi. Untuk itu saya mengharapkan bantuan dan kesediaan bapak/ibu dan saudara/i untuk menjawab beberapa pernyataan yang telah tersedia di bawah ini. Atas bantuan dan kerja samanya, saya ucapkan terimakasih.

**DATA RESPONDEN**

1. Nama Lengkap :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :

**Petunjuk Pengisian Kuesioner**

Isilah pernyataan di bawah ini dan pilihlah jawaban yang paling benar dengan memberi tanda silang (√) pada salah satu kolom jawaban.

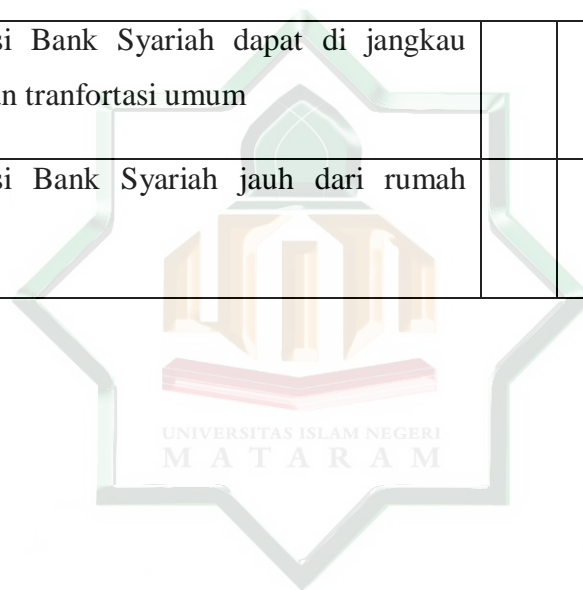
Berikut keterangan dari nilai yang tertera di kolom jawaban:

No.	Kriteria Jawaban	Skor Penilaian
1	(STS) Sangat Tidak Setuju	1
2	(TS) Tidak Setuju	2
3	(RR) Ragu-Ragu	3
4	(S) Setuju	4

5	(SS) Sangat Setuju	5
---	--------------------	---

ANGKET						
No.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
<b>Pengetahuan</b>						
1	Saya melihat Bank Syariah sudah banyak di kota saya					
2	Saya pernah mendengar tentang bank syariah					
3	Saya kurang memahami apa itu Bank Syariah					
<b>Pelayanan</b>						
4	Petugas Bank Syariah tidak sigap dalam melayani nasabah					
5	Menurut saya petugas Bank Syariah kurang ramah dalam melayani nasabah					
6	Fasilitas yang disediakan Bank Syariah sulit dirasakan misalnya ATM yang hanya didapat ditempat-tempat tertentu					

<b>Preferensi</b>					
7	Saya tidak menjadi nasabah Bank Syariah karena tidak menerapkan system bunga				
8	Saya tidak puas dengan pelayanan Bank Syariah				
<b>Lokasi</b>					
9	Lokasi Bank Syariah dapat di jangkau dengan tranfortasi umum				
10	Lokasi Bank Syariah jauh dari rumah saya				



Perpustakaan UIN Mataram

**LAMPIRAN 2****Karakteristik Responden****Karakteristik Responden****Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekuensi
1	25-30 tahun	26
2	31-36 tahun	49
3	37-40 tahun	70
4	41-50 tahun	110
5	51-64 tahun	20
	Total	275

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	117	42,5
2	Perempuan	158	57,5
	Total	275	100.0

## LAMPIRAN 3

## Deskriptif Jawaban Responden

## Melihat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-ragu	2	.7	.7	.7
Setuju	213	77.5	77.5	78.2
Sangat Setuju	60	21.8	21.8	100.0
Total	275	100.0	100.0	

## Mendengar

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	.4	.4	.4
Tidak Setuju	1	.4	.4	.7
Ragu-ragu	50	18.2	18.2	18.9
Setuju	162	58.9	58.9	77.8
Sangat Setuju	61	22.2	22.2	100.0
Total	275	100.0	100.0	

## Memahami

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Val Sangat Tidak id Setuju	1	.4	.4	.4
Ragu-ragu	28	10.2	10.2	10.5
Setuju	181	65.8	65.8	76.4
Sangat Setuju	65	23.6	23.6	100.0
Total	275	100.0	100.0	

**Kecepatan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	2	.7	.7	.7
Ragu-ragu	53	19.3	19.3	20.0
Setuju	174	63.3	63.3	83.3
Sangat Setuju	46	16.7	16.7	100.0
Total	275	100.0	100.0	

**Keramahan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	.4	.4	.4
Ragu-ragu	60	21.8	21.8	22.2
Setuju	178	64.7	64.7	86.9
Sangat Setuju	36	13.1	13.1	100.0
Total	275	100.0	100.0	

**Kenyamanan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-ragu	43	15.6	15.6	15.6
Setuju	174	63.3	63.3	78.9
Sangat Setuju	58	21.1	21.1	100.0
Total	275	100.0	100.0	

**Pilihan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-ragu	47	17.1	17.1	17.1
Setuju	177	64.4	64.4	81.5

Sangat Setuju	51	18.5	18.5	100.0
Total	275	100.0	100.0	

#### Kepuasan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	.4	.4	.4
Ragu-ragu	58	21.1	21.1	21.5
Setuju	182	66.2	66.2	87.6
Sangat Setuju	34	12.4	12.4	100.0
Total	275	100.0	100.0	

#### Akses

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-ragu	39	14.2	14.2	14.2
Setuju	187	68.0	68.0	82.2
Sangat Setuju	49	17.8	17.8	100.0
Total	275	100.0	100.0	

Perpustakaan UIN Mataram

#### Visibilitas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-ragu	47	17.1	17.1	17.1
Setuju	185	67.3	67.3	84.4
Sangat Setuju	43	15.6	15.6	100.0
Total	275	100.0	100.0	

## LAMPIRAN 3

## HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DATA

## Hasil Uji Validitas Instrumen

No Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel5\% (275)}$	Sig.	Kriteria
1	.409	0,113	.000	Valid
2	.510	0,113	.000	Valid
3	.506	0,113	.000	Valid
4	.522	0,113	.000	Valid
5	.498	0,113	.000	Valid
6	.545	0,113	.000	Valid
7	.522	0,113	.000	Valid
8	.582	0,113	.000	Valid
9	.600	0,113	.000	Valid
10	.526	0,113	.000	Valid

## Hasil Uji Reliabilitas

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.703	10

No.	Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	P1	.693	Reliabel
2	P2	.690	Reliabel
3	P3	.685	Reliabel
4	P4	.683	Reliabel
5	P5	.686	Reliabel
6	P6	.677	Reliabel
7	P7	.681	Reliabel
8	P8	.668	Reliabel
9	P9	.664	Reliabel
10	P10	.679	Reliabel



## LAMPIRAN 4

### HASIL UJI ASUMSI ANALISIS FAKTOR

#### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.790
Approx. Chi-Square		305.714
Bartlett's Test of Sphericity	Df	45
	Sig.	.000

#### Nilai MSA Per-Indikator

Item	Nilai MSA	Validitas
P1	0,749	Valid
P2	0,805	Valid
P3	0,780	Valid
P4	0,813	Valid
P5	0,759	Valid
P6	0,778	Valid
P7	0,801	Valid
P8	0,808	Valid
P9	0,790	Valid
P10	0,809	Valid

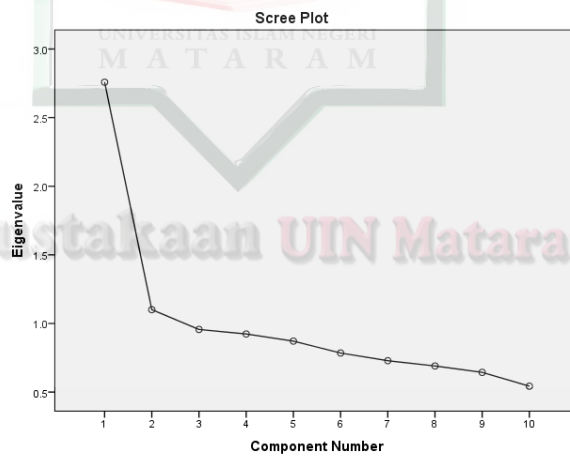
#### Communalities

	Initial	Extraction
Melihat	1.000	.427
Mendengar	1.000	.296
Memahami	1.000	.370
Kecepatan	1.000	.316
Keramahan	1.000	.257
Kenyamanan	1.000	.482
Pilihan	1.000	.441
Kepuasan	1.000	.404
Akses	1.000	.405
Visibilitas	1.000	.461

### Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.758	27.584	27.584	2.758	27.584	27.584	2.011	20.112	20.112
2	1.101	11.006	38.590	1.101	11.006	38.590	1.848	18.478	38.590
3	.956	9.563	48.153						
4	.923	9.234	57.387						
5	.871	8.714	66.101						
6	.785	7.845	73.946						
7	.729	7.286	81.233						
8	.690	6.902	88.134						
9	.643	6.435	94.569						
10	.543	5.431	100.000						

### Grafik Jumlah Faktor yang Terbentuk



**Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component	
	1	2
Melihat	.433	.489
Mendengar	.465	-.282
Memahami	.493	-.356
Kecepatan	.504	-.250
Keramahan	.493	.120
Kenyamanan	.549	.425
Pilihan	.519	-.415
Kepuasan	.596	-.221
Akses	.631	.085
Visibilitas	.540	.412

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component	
	1	2
Pilihan	.663	.041
Memahami	.605	.067
Kepuasan	.590	.236
Kecepatan	.541	.153
Mendengar	.534	.103
Kenyamanan	.122	.684
Visibilitas	.124	.667
Melihat	-.007	.653
Akses	.410	.486
Keramahan	.285	.419

**Component Transformation Matrix**

Component	1	2
1	.741	.671
2	-.671	.741