



**PENGARUH KARAKTERISTIK NASABAH MODERAT TERHADAP  
PREFERENSI PRODUK SIMPANAN BANK SYARIAH**

**Fariza Oktavia<sup>1</sup>, Nurul Huda<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Pascasarjana Magister Manajemen, Universitas YARSI

**Abstract**

*Received: 18 August 2016  
Final Accepted: 11 September 2016  
Published Online: 16 February 2017*

**Keywords:**

*Product Deposits, everyday  
Transactions, Bank Syariah, Logit.*

Corresponding Authors:

- \* **Fariza Oktavia**
- \* **Nurul Huda**

*This research aims to know the influence of the characteristics of the customer Product Preferences against the Moderate Islamic Bank Deposits. This case study was conducted at several banks among other Syairah PT Bank DKI Syariah, PT. Bank Syariah BTN, PT Bank Muamalat Indonesia, PT BNI Syairah by Quantitative methods using a Logit using samples as much as 106 respondents.*

*This study uses two Logit model. The first model that have the customer characteristics results in the form of education has a negative and significant effect against long-term savings products in Islamic banks and conventional. Logit models both have moderate customer characteristics influence outcomes in the form of a conventional Bank account number, revenue, transaction frequency has a negative and significant influence against the selection of respondents in Islamic banking daily transaction and Conventional Banks.*

*Copyright JEBA 2016., All rights reserved*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Karakteristik Nasabah Moderat Terhadap Preferensi Produk Simpanan Bank Syariah. Studi Kasus ini dilakukan di beberapa Bank Syairah antara lain PT. Bank DKI Syariah, PT. Bank BTN Syariah, PT. Bank Muamalat Indonesia, PT. BNI Syairah dengan menggunakan metode Kuantitatif Logit dengan menggunakan sampel sebanyak 106 responden.

Penelitian ini menggunakan dua model Logit. Model pertama yang memiliki hasil karakteristik nasabah berupa pendidikan memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap pilihan produk simpanan jangka panjang di Bank Syariah dan Konvensional. Model Logit kedua memiliki hasil pengaruh karakteristik nasabah moderat berupa jumlah rekening Bank konvensional, penghasilan, frekuensi transaksi memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap pilihan responden bertransaksi sehari-hari di Bank Syariah dan Bank Konvensional.

Kata Kunci: Produk Simpanan, Transaksi sehari-hari, Bank Syairah, Logit.

## PENDAHULUAN

Potensi perkembangan perbankan syariah di Indonesia cukup besar. Data BPS tahun 2010 menunjukkan jumlah penduduk muslim di Indonesia adalah 87 persen dari sekitar 237,56 juta jiwa. Jumlah penduduk muslim Indonesia sebanyak 200 juta jiwa diasumsikan 10% dapat digalang untuk menjadi nasabah lembaga keuangan syariah, maka potensi jumlah nasabah Lembaga Keuangan Syariah akan lebih dari 20 juta nasabah. Angka ini akan mengalahkan nasabah Bank Pemerintah terbesar seperti BRI yang hanya sekitar 18 juta nasabah. Data ini menunjukkan bahwa peluang potensi pengembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia masih sangat besar (Supriyanto, 2012).

Potensi besar yang dimiliki perbankan syariah di Indonesia didukung dengan regulasi-regulasi perbankan syariah. Posisi perbankan syaria'ah semakin pasti setelah disahkan Undang-undang No 7 tahun 1992 tentang perbankan dan Peraturan Pemerintah No 72 tahun 1992 tentang bank berdasarkan prinsip bagi hasil. Kemudian diperkuat dengan lahirnya Undang-undang nomor 10 tahun 1998, bahkan semakin kokoh sejak disahkannya Undang Undang Perbankan Syari'ah No. 21 Tahun 2008. Perkembangan kinerja keuangan perbankan syariah (Tabel 1) yaitu:

**Tabel 1. Perkembangan Kinerja Keuangan Bank Syariah**

Tahun	Asset (Rp Triliun)	DPK (Rp Triliun)	Pembiayaan (Rp Triliun)	NPF (%)
2010	97,5	76	68,2	3,02
2011	145,5	115,4	102,6	2,52
2012	195	147,5	147,5	2,22
2013	242,3	183,5	184,1	2,62
2014	272,3	217,0	199,3	4,33
2015	296,3	231,2	213,0	4,84
2016 <sup>1</sup>	305,5	243,2	240,4	4,80

Sumber : Statistik Perbankan Syariah (2016)

<sup>1</sup> Data hingga Juli 2016

Tabel 1 menunjukkan bahwa dari sisi Aset, DPK dan pembiayaan yang dilakukan bank Islam selama periode 2010 – 2016 mengalami peningkatan. Periode 2010-2014 Asset perbankan syariah mengalami peningkatan asset sebesar 15.917 persen. Dana Pihak Ketiga mengalami peningkatan sebesar 21.680 persen. Pembiayaan mengalami peningkatan sebesar 16.508 persen.

Dana Pihak Ketiga perbankan syariah rata-rata 100 persen disalurkan melalui pembiayaan, sehingga *Financial Deposit Ratio* (FDR) rata-rata bernilai 100 persen. Nilai *Non Performance Loan* (NPF) perbankan syariah dibandingkan dengan perbankan konvensional masih jauh lebih baik bank Islam. Perbankan konvensional rata-rata Nilai NPL berada di atas nilai 5 persen. Perbankan syariah memiliki keunikan dari perbankan konvensional, salah satunya adalah dana yang disalurkan perbankan islam untuk sektor UMKM hampir 72 persen sedangkan bank konvensional hanya 34 persen, artinya bank Islam sangat membantu pemerintah dalam menggerakkan sektor riil. Pangsa pasar bank syariah (baik dari sisi total aset, deposit, dan pembiayaan) merupakan refleksi penerimaan masyarakat terhadap sistem perbankan Islam (Haron dan Ahmad, 2002). Total aset bank syariah terhadap total perbankan nasional yang masih rendah mengindikasikan masih rendahnya keinginan sebagian besar masyarakat menggunakan sistem perbankan Islam. Rendahnya keinginan sebagian besar masyarakat menggunakan sistem perbankan Islam menunjukkan bahwa masyarakat belum dapat sepenuhnya meninggalkan produk perbankan konvensional.

Jumlah deposit bank syariah yang masih menggunakan jasa bank konvensional masih sangat besar, karena mayoritas muslim Indonesia bukan loyalis syariah (Huda dan Zulihar, 2008). Masyarakat muslim yang bukan loyalis syariah adalah nasabah moderat yang merupakan nasabah yang memiliki rekening bank syariah dan bank konvensional. Kelompok nasabah ini cenderung membanding-bandingkan *value* yang diterima antara bank syariah dengan bank konvensional sehingga dapat memberikan efek yang kurang menguntungkan bagi bank syariah (Haron, Sudin dan Ahmad, 2002).

Studi pendahuluan menunjukkan bahwa faktor dominan yang mempengaruhi nasabah dalam memilih bank adalah faktor yang berkaitan dengan fasilitas dan pelayanan (Huda dan Zulihar, 2008). Preferensi dianalisis melalui model yang menunjukkan probabilitas nasabah moderat memilih produk Bank Muamalat Indonesia (BMI) dibandingkan produk bank konvensional, yaitu produk simpanan dan produk transaksi sehari-hari.

Namun preferensi nasabah moderat setelah Undang Undang Nomor 21 Tahun 2008 masih sangat sedikit. Sehingga perlu kajian lebih dalam mengenai preferensi nasabah moderat mengenai bank syariah dan bank konvensional.

### **Perumusan Masalah**

Beberapa masalah penelitian yaitu:

1. Bagaimana pengaruh karakteristik nasabah moderat bank syariah terhadap preferensi produk simpanan bank syariah dibandingkan produk simpanan bank konvensional?
2. Bagaimana pengaruh karakteristik nasabah moderat bank syariah terhadap preferensi menggunakan jasa bank syariah dibandingkan bank konvensional untuk transaksi sehari-hari?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini yaitu :

1. Menganalisis pengaruh karakteristik nasabah moderat bank syariah terhadap preferensi produk simpanan bank syariah dibandingkan produk simpanan bank konvensional
2. Menganalisis pengaruh karakteristik nasabah moderat bank syariah terhadap preferensi menggunakan jasa bank syariah dibandingkan bank konvensional untuk transaksi sehari-hari

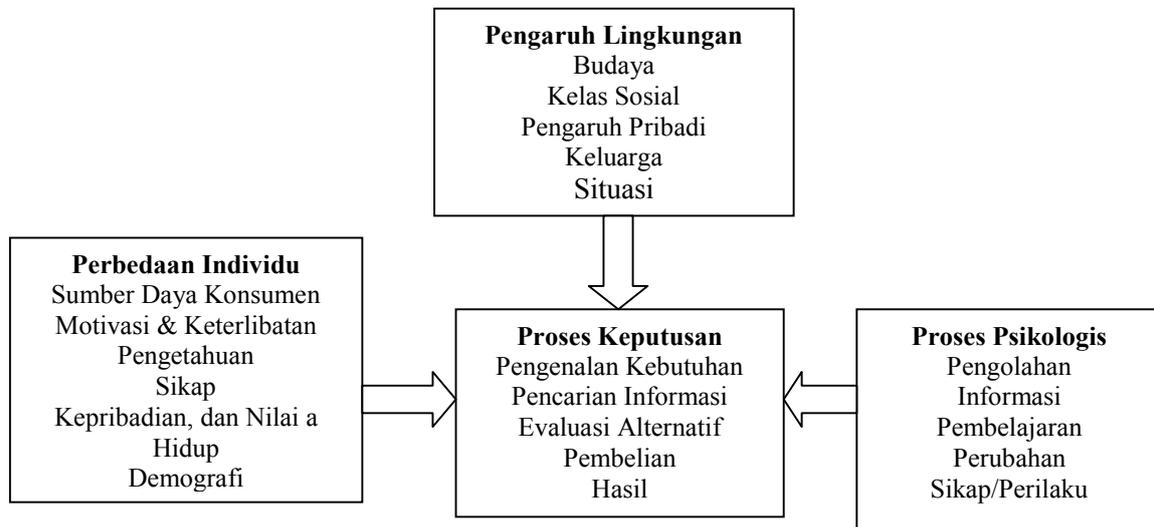
## **KAJIAN TEORI**

### **Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen mengenai soal keputusan, yaitu soal pilihan. Keputusan meliputi suatu pilihan antara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku (Peter dan Olson, 1999). Pilihan itu meliputi pilihan produk, merek, waktu pembelian, dan jumlah pembelian (Kotler dan Armstrong, 2000).

Perilaku konsumen menyoroti perilaku baik individu maupun rumah tangga. Inti dari perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan pembelian barang dan jasa. Tujuannya untuk menyusun strategi pemasaran yang berhasil (Hawkins, 1998; Engel *et al.*, 2008). Perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghentikan konsumsi produk, jasa, dan gagasan (Schiffman dan

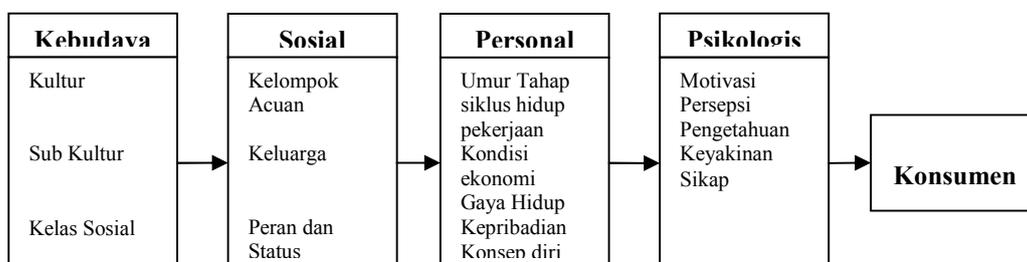
Kanuk, 2000). Ini dipengaruhi oleh tiga kategori yang determinan : (1) pengaruh lingkungan; (2) perbedaan dan pengaruh individual; dan (3) proses (Gambar 1):



Sumber : Engel, Blackwell, dan Miniard (1994)

**Gambar 1 . Faktor-faktor yang Mempengaruhi Proses Pengambilan Keputusan Konsumen**

Konsumen mengalami proses keputusan pembelian yang di dalamnya dipengaruhi oleh pengaruh dari luar (pengaruh eksternal) dan pengaruh dari dalam dirinya sendiri (perbedaan individu dan proses psikologis). Perilaku pembelian konsumen merupakan hasil suatu pengaruh yang saling mempengaruhi dan rumit antara faktor-faktor kebudayaan, sosial, kepribadian dan psikologis yang membentuk karakteristik konsumen (Kotler dan Susanto, 2000):



Sumber : Kotler dan Susanto, (2000)

**Gambar 2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian**

## Preferensi

Preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan atau nilai penting pada setiap produk atau jasa. Penilaian terhadap produk atau jasa menggambarkan sikap konsumen terhadap produk atau jasa tersebut, sehingga dapat mencerminkan preferensi konsumen dalam menggunakan atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa (Simamora, 2003). Ada beberapa langkah yang harus dilalui sampai konsumen membentuk preferensi (1) diasumsikan bahwa konsumen melihat produk sebagai sekumpulan atribut. Konsumen yang berbeda memiliki persepsi yang berbeda tentang atribut apa yang relevan (2) tingkat kepentingan atribut berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masing-masing. Konsumen memiliki penekanan yang berbeda-beda dalam atribut apa yang paling penting (3) konsumen mengembangkan sejumlah kepercayaan tentang letak produk pada setiap atribut (4) tingkat kepuasan konsumen terhadap produk akan beragam sesuai dengan perbedaan atribut (5) konsumen akan sampai pada sikap terhadap merek yang berbeda melalui prosedur evaluasi. Preferensi konsumen jelas berhubungan erat dengan permasalahan penetapan pilihan, sikap dasar yang digunakan untuk menerangkan pilihan menentukan tingkah laku individu dalam masalah penetapan pilihan.

Dalam ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan. Dalam konteks ekonomi, utilitas memiliki kecenderungan dalam preferensi konsumen untuk mencukupi kebutuhan hidup dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Dugaan Keynes mengenai fungsi konsumsi yang berkaitan dengan kegiatan bahwa ada kecenderungan mengkonsumsi marginal, dimana terdapat rasio konsumsi terhadap pendapatan, dan pendapatan merupakan determinasi sehingga tingkat bunga terhadap pengeluaran individu dari pendapatannya bersifat tidak penting (Mankiw, 2007). Namun demikian dugaan Keynes yang menghubungkan konsumsi dan pendapatan saat ini memiliki hubungan yang tidak utuh dikarenakan ketika seseorang memutuskan berapa banyak mengkonsumsi dan berapa banyak yang ditabung, mereka mempertimbangkan masa kini dan masa depan. Sehingga seseorang perlu membuat *tradeoff* agar dapat memperkirakan pendapatan yang akan diterima di masa depan (Mankiw, 2007).

Model Irving Fisher mampu menghilangkan hambatan – hambatan yang dihadapi konsumen tentang preferensi yang mereka miliki dan dapat menentukan preferensi mereka terhadap pilihan konsumsi dan menabung. Dimana pertimbangan mengenai berapa banyak

yang dikonsumsi dan berapa banyak yang ditabung dapat dirasakan pada masa kini dan masa depan.

Dalam menjelaskan pilihan konsumen pada ekonomi konvensional, konsumen cenderung memilih untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya. Sedangkan berbeda dengan ekonomi Islam, dimana yang menjadi tujuan dari kegiatan konsumsinya adalah kecenderungan untuk mendapatkan kemaslahatan (Al-Arif, 2011).

### **Perbankan Syariah**

Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 bank syariah yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. 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. Bank Syariah terdiri atas bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS), dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS).

### **Prinsip-Prinsip Perbankan Syariah**

Bank syariah dituntut untuk menjalankan kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip syariah (hukum Islam). Berikut ini beberapa prinsip-prinsip yang ada dalam bank syariah (Antonio, 2001):

1. Prinsip Titipan atau Simpanan (*Al-Wadiah*). Al-Wadiah sebagai titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip menghendaki. Secara umum terdapat dua jenis al-wadiah, yaitu:
  - a. *Wadiah Yad Al-Amanah (Trustee Depository)*, akad penitipan barang/uang dimana pihak penerima titipan tidak diperkenankan menggunakan barang/uang yang dititipkan dan tidak bertanggung jawab atas kerusakan atau kehilangan barang titipan yang bukan diakibatkan perbuatan atau kelalaian penerima titipan. Adapun aplikasinya dalam perbankan syariah berupa produk safe deposit box.
  - b. *Wadiah Yad adh-Dhamanah (Guarantee Depository)*, merupakan akad penitipan barang/uang dimana pihak penerima titipan dengan atau tanpa izin pemilik barang/uang dapat memanfaatkan barang/uang titipan dan harus bertanggung jawab

- terhadap kehilangan atau kerusakan barang/uang titipan. Semua manfaat dan keuntungan yang diperoleh dalam penggunaan barang/uang titipan menjadi hak penerima titipan. Prinsip ini diaplikasikan dalam produk giro dan tabungan.
2. Prinsip Bagi Hasil (*Profit Sharing*). Sistem ini adalah suatu sistem yang meliputi tatacara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini yaitu:
    - a. *Al-Mudharabah*, kerjasama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama (*shahibul maal*) menyediakan seluruh (100%) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola (*mudharib*). Keuntungan usaha secara mudharabah dibagi menurut kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak, sedangkan apabila rugi ditanggung oleh pemilik modal selama kerugian itu bukan akibat kelalaian si pengelola. Seandainya kerugian ini diakibatkan karena kecurangan atau kelalaian si pengelola, si pengelola harus bertanggung jawab atas kerugian tersebut. Akad mudharabah secara umum terbagi menjadi dua jenis:
      - 1) *Mudharabah Muthlaqah*, yaitu bentuk kerjasama antara shahibul maal dan mudharib yang cakupannya sangat luas dan tidak dibatasi oleh spesifikasi jenis usaha, waktu, dan daerah bisnis.
      - 2) *Mudharabah Muqayyadah*, yaitu bentuk kerjasama antara shahibul maal dan mudharib dimana mudharib memberikan batasan kepada shahibul maal mengenai tempat, cara dan obyek investasi.
    - b. *Al-Musyarakah*, akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Dua jenis al-musyarakah:
      - 1) Musyarakah pemilikan, tercipta karena warisan, wasiat, atau kondisi lainnya yang mengakibatkan pemilikan satu aset oleh dua orang atau lebih.
      - 2) Musyarakah akad, tercipta dengan cara kesepakatan dimana dua orang atau lebih setuju bahwa tiap orang dari mereka memberikan modal musyarakah.
  3. Prinsip Jual Beli (*Al-Tijarah*), merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian barang atas nama bank,

kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan (margin). Implikasinya berupa:

- a. *Al-Murabahah*, akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.
  - b. Salam, akad jual beli barang pesanan dengan penangguhan pengiriman oleh penjual dan pelunasannya dilakukan segera oleh pembeli sebelum barang pesanan tersebut diterima sesuai syarat-syarat tertentu.
  - c. *Istishna'*, akad jual beli antara pembeli dan produsen yang juga bertindak sebagai penjual. Cara pembayarannya dapat berupa pembayaran dimuka, cicilan, atau ditangguhkan sampai jangka waktu tertentu.
4. Prinsip Sewa (*Al-Ijarah*), akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan hak kepemilikan atas barang itu sendiri. *Al-ijarah* terbagi kepada dua jenis: (1) *Ijarah*, sewa murni. (2) *Ijarah al muntahiya bit tamlik* merupakan penggabungan sewa dan beli, dimana si penyewa mempunyai hak untuk memiliki barang pada akhir masa sewa.
5. Prinsip Jasa (*Fee-Based Service*). Prinsip ini meliputi seluruh layanan non-pembiayaan yang diberikan bank. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini antara lain:
- a. *Al-Wakalah*, nasabah memberi kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu, seperti transfer.
  - b. *Al-Kafalah*, jaminan yang diberikan oleh penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung.
  - c. *Al-Hawalah*, pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Kontrak hawalah dalam perbankan biasanya diterapkan pada *Factoring* (anjak piutang), *Post-dated check*, dimana bank bertindak sebagai juru tagih tanpa membayarkan dulu piutang tersebut.
  - d. *Ar-Rahn*, menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis.
  - e. *Al-Qardh*, pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau diminta kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan..

### Perbedaan Perbankan syariah dengan Perbankan Konvensional

Diantara beberapa perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah dijelaskan (Tabel 2) dibawah ini :

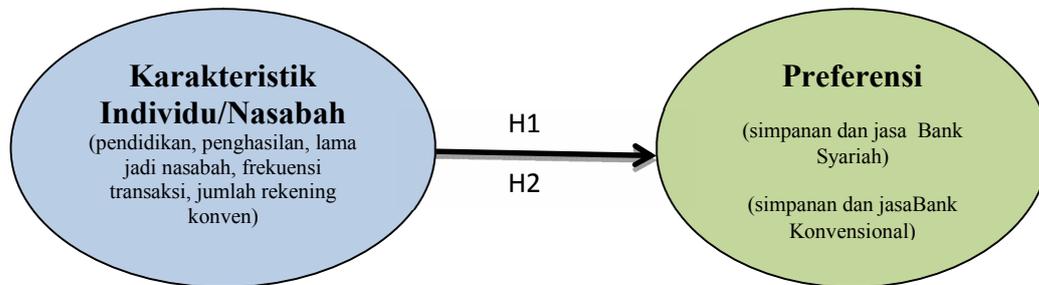
**Tabel 2. Perbedaan antara Perbankan Konvensional dan Perbankan Syariah**

No	Perbankan Konvensional	No	Perbankan Syariah
1	Investasi tidak mempertimbangkan halal dan haram asalkan proyek yang dibiayai menguntungkan	1	Investasi, hanya untuk proyek dan produk yang halal serta menguntungkan
2	Return baik yang dibayar kepada nasabah penyimpan dana return yang diterima dari nasabah pengguna dana berupa bunga	2	Return yang dibayar dan /atau diterima berasal dari bagi hasil atau pendapatan lainnya berdasar prinsip syariah
3	Perjanjian menggunakan hubungan positif	3	Perjanjian dibuat dalam bentuk akad sesuai dengan syariat islam
4	Orientasi pembiayaan untuk memperoleh keuntungan atas dana yang dipinjamkan	4	Orientasi pembiayaan, tidak hanya keuntungan akan tetapi falah oriented, yaitu berorientasi pada kesejahteraan masyarakat
5	Hubungan antara bank dan nasabah adalah kreditor dan debitur	5	Hubungan antara bank dan nasabah adalah mitra
6	Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, dan Komisararis serta OJK	6	Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, Komisararis, dan DPS serta OJK
7	Penyelesaian sengketa melalui pengadilan negeri setempat	7	Penyelesaian sengketa diupayakan diselesaikan secara musyawarah antara bank dan nasabah melalui peradilan agama

Sumber: Ismail, (2011)

Kegiatan pemasaran dilakukan, salah satunya adalah untuk mempengaruhi konsumen bersedia membeli barang dan jasa perusahaan pada saat mereka membutuhkan. Hal ini sangat penting bagi seorang manajer pemasaran atau mereka yang berkecimpung dalam bidang pemasaran untuk memahami tentang perilaku konsumen. Perusahaan dapat mengembangkan produk, menentukan harga, menentukan tempat/lokasi, kegiatan pelayanan dan mempromosikan produknya secara lebih baik dengan memahami perilaku konsumen. Perusahaan akan dapat memahami tentang adanya peluang yang baru untuk

menentukan kebutuhan dari konsumen yang merasa belum terpenuhi, yang selanjutnya memudahkan pihak perusahaan untuk mengidentifikasi mengenai cara untuk mengadakan segmentasi pasar dengan mengetahui perilaku konsumen.



**Gambar 3 Model Penelitian**

### Hipotesis

H<sub>1</sub>: Ada pengaruh karakteristik nasabah moderat bank syariah terhadap preferensi produk simpanan bank syariah dibandingkan produk simpanan bank konvensional

H<sub>2</sub>: Ada pengaruh karakteristik nasabah moderat bank syariah terhadap preferensi menggunakan jasa bank syariah dibandingkan bank konvensional untuk transaksi sehari-hari.

### METODE PENELITIAN

Subjek dalam penelitian adalah masyarakat yang memiliki rekening bank konvensional dan bank syariah. objek penelitian mengenai preferensi masyarakat pada produk simpanan bank syariah.

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah moderat yang ada di wilayah DKI Jakarta, hal ini berkaitan dengan objek penelitian ini mengenai preferensi nasabah moderat pada produk simpanan di bank syariah.

Penentuan sampel menggunakan metode sampel acak sederhana (*simple random sampling*). Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 responden yang berasal dari wilayah seluruh Indonesia. Pengumpulan data dilakukan dengan metode survey yaitu menggunakan kuesioner

Metode Analisis yang digunakan dengan model regresi logistik. Regresi model logistik digunakan untuk mengetahui preferensi nasabah moderat terhadap produk bank syariah dibandingkan bank konvensional melalui analisis probabilitas nasabah moderat memilih bank syariah untuk simpanan dan transaksi sehari-hari. Penelitian ini menggunakan model logit, yaitu suatu model untuk mengetahui probabilitas terjadinya suatu peristiwa dengan mengikuti fungsi distribusi logistic (Nachrowi dan Usman, 2002).. Model logit memiliki variabel dependen berupa data kualitatif yang sudah dikategorikan menggunakan variabel dummy, sesuai definisi operasional yang digunakan.

Model logit dituliskan sebagai berikut:

$$Li = \ln \left( \frac{pi}{1-pi} \right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_p X_p \dots\dots\dots(1)$$

L disebut Log odd

pi = probabilitas terjadinya suatu peristiwa

1-pi = probabilitas tidak terjadinya suatu peristiwa.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Model Logit 1

#### Hasil Uji G, Uji Wald, dan Model

Berdasarkan keseluruhan model menggunakan Uji G, diperoleh nilai -2 log *likelihood* sebesar 101,310. Nilai ini lebih besar dari *Chi-square* (0,000) yang berarti bahwa semua variabel independen secara bersama-sama signifikan mempengaruhi variabel dependen. Sehingga semua variabel dapat digunakan dalam model. Nilai yang dianalisa adalah nilai hasil step 3. Hal ini sesuai dengan pendapat Ghozali (2009), bahwa cara membaca output regresi logistic adalah melihat pada step 3. *Output* pengolahan data sebagai berikut :

**Tabel 3. Model Summary**

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	109,556 <sup>a</sup>	,036	,054
2	105,395 <sup>a</sup>	,073	,111
3	101,310 <sup>b</sup>	,108	,164

Sumber : Hasil pengolahan (2016)

Meskipun uji secara bersama-sama menunjukkan hasil yang signifikan, uji individu yang dilakukan menggunakan uji Wald menunjukkan hanya ada beberapa koefisien yang signifikan secara statistik pada  $\alpha = 5\%$ . Estimasi parameter dan interpretasinya dapat dilihat pada output SPSS *Variable in the Equation*. Pada step 3 terdapat dua variabel yang signifikan, yaitu EDUC (2) dan EDUC (3). Dengan mempertimbangkan substansi permasalahan, variabel tersebut tetap dimasukkan (Nachrowi dan Hardius, 2002). Sehingga variabel EDUC (1) tetap dimasukkan. Sehingga persamaan model Logit 1 sebagai berikut:  
 $\text{Ln}(p/1-p) = 1,964 - 23,167 \text{ EDUC (1)} - 1,345 \text{ EDUC (2)} - 1,558 \text{ EDUC (3)}$ .

**Tabel 4. Variables in The Equation**

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 <sup>a</sup>	EDUC3	-1,070	,534	4,019	1	,045	,343
	Constant	1,476	,277	28,369	1	,000	4,375
Step 2 <sup>b</sup>	EDUC2	-1,227	,590	4,319	1	,038	,293
	EDUC3	-1,440	,581	6,156	1	,013	,237
	Constant	1,846	,359	26,482	1	,000	6,333
Step 3 <sup>c</sup>	EDUC1	-23,167	40192,970	,000	1	1,000	,000
	EDUC2	-1,345	,602	4,990	1	,025	,261
	EDUC3	-1,558	,592	6,919	1	,009	,211
	Constant	1,964	,378	27,050	1	,000	7,125

Sumber: Hasil pengolahan (2016)

Variabel terikat adalah pilihan bank untuk simpanan dana berjaga-jaga/investasi jangka panjang (FUNDING):

- a.  $p = 1$ ; bila nasabah memiliki dana berjaga-jaga/investasi jangka panjang di Bank Syariah
- b.  $p = 0$ ; bila nasabah memiliki dana berjaga-jaga/investasi jangka panjang di Bank Konvensional

#### 1. Intersep

Nilai intersep sebesar 1,964 yang menunjukkan bahwa probabilitas nasabah reference, yaitu nasabah dengan pendidikan rendah (SD-SLTP), pendidikan SLTA, dan

pendidikan terakhir sampai Diploma (EDUC (1)=0, EDUC (2)=0, EDUC (3)=0) memiliki probabilitas lebih menyukai produk simpanan Bank Syariah sebesar:

$$\ln(p/1-p) = 1,964$$

$$(p/1-p) = e^{1,964}$$

$$P = e^{1,964}/(1+ e^{1,964})$$

$$P = 87,96\%$$

Sehingga probabilitas nasabah tersebut lebih menyukai produk simpanan bank konvensional adalah 12,04%.

## 2. Variabel Tingkat Pendidikan (EDUC)

Koefisien variabel EDUC(1) sebesar -23,167 menunjukkan bahwa probabilitas nasabah berpendidikan dasar lebih menyukai produk simpanan Bank Syariah lebih rendah daripada nasabah berpendidikan tinggi. Dengan nilai Exp (B) sebesar 0,000 dapat diartikan bahwa peluang nasabah berpendidikan dasar hanya 0,000 kali peluang nasabah berpendidikan rendah.

Koefisien variabel EDUC(2), dimana koefisiennya bernilai negative -1,345, yang berarti nasabah berpendidikan rendah peluangnya lebih rendah untuk lebih menyukai produk simpanan Bank Syariah daripada nasabah berpendidikan menengah. Nilai exp (B) EDUC(2) sebesar 0,261 lebih besar dibandingkan exp(B) EDUC(1), sehingga peluang nasabah berpendidikan rendah lebih tinggi dibandingkan nasabah berpendidikan dasar.

Koefisien variabel EDUC (3), dimana koefisiennya bernilai negative -1,558, yang berarti nasabah berpendidikan menengah peluangnya lebih rendah untuk lebih menyukai produk simpanan Bank Syariah daripada nasabah berpendidikan tinggi.

Dapat ditarik kesimpulan pada kondisi yang sama, peluang nasabah untuk variabel pendidikan berbeda memiliki tingkatan peluang sebagai berikut:

$$P(Pt) > P(Pm) > P(Pr) > P(Pd)$$

Keterangan:

P = peluang nasabah lebih menyukai produk simpanan Bank Syariah

Pt = pendidikan tinggi

Pm = pendidikan menengah

Pr = pendidikan rendah

Pd = pendidikan dasar

## 3. Sebaran Probabilitas

Berdasarkan uraian di atas, peluang terbesar lebih menyukai produk dana berjaga-jaga/investasi jangka panjang di Bank Syariah dibandingkan produk investasi jangka panjang bank konvensional dimiliki oleh nasabah berpendidikan menengah (EDUC1=0, EDUC2 =0, EDUC3 = 1) yaitu sebesar:

$$\text{Ln}(p/1-p) = 1,964 - 23,167 \text{ EDUC (1)} - 1,345 \text{ EDUC (2)} - 1,558 \text{ EDUC (3)}.$$

$$\text{Ln}(p/1-p) = 1,964 - 23,167 (0) - 1,345 (0) - 1,558 (1)$$

$$\text{Ln}(p/1-p) = 1,964 - 1,558$$

$$\text{Ln}(p/1-p) = 0,406$$

$$(p/1-p) = e^{0,406}$$

$$P = e^{0,406}/(1 + e^{0,406})$$

$$P = 60,01\%$$

Dengan cara yang sama, diperoleh beberapa probabilitas untuk nasabah yang memiliki beberapa karakteristik sebagai berikut:

- a. responden berpendidikan rendah, (EDUC1=0 EDUC2 =1, EDUC3 =0) memiliki peluang lebih menyukai produk investasi jangka panjang Bank Syariah dibandingkan bank konvensional sebesar :

$$\text{Ln}(p/1-p) = 1,964 - 23,167 \text{ EDUC (1)} - 1,345 \text{ EDUC (2)} - 1,558 \text{ EDUC (3)}.$$

$$\text{Ln}(p/1-p) = 1,964 - 23,167 (0) - 1,345 (1) - 1,558 (0)$$

$$\text{Ln}(p/1-p) = 1,964 - 1,345$$

$$\text{Ln}(p/1-p) = 0,619$$

$$(p/1-p) = e^{0,619}$$

$$P = e^{0,619}/(1 + e^{0,619})$$

$$P = 64,99\%$$

- b. responden berpendidikan dasar, (EDUC1 = 1, EDUC2 = 0, EDUC3 = 0) memiliki peluang lebih menyukai produk investasi jangka panjang Bank Syariah dibandingkan bank konvensional sebesar :

$$\text{Ln}(p/1-p) = 1,964 - 23,167 \text{ EDUC (1)} - 1,345 \text{ EDUC (2)} - 1,558 \text{ EDUC (3)}.$$

$$\text{Ln}(p/1-p) = 1,964 - 23,167 (1) - 1,345 (0) - 1,558 (0)$$

$$\text{Ln}(p/1-p) = 1,964 - 23,167$$

$$\text{Ln}(p/1-p) = -21,203$$

$$(p/1-p) = e^{-21,203}$$

$$P = e^{-21,203}/(1 + e^{-21,203})$$

$$P = 6,19E-8\%$$

Hasil probabilitas untuk responden yang berpendidikan dasar merupakan probabilitas yang tidak mungkin terjadi atau 0, dan nilai probabilitas EDUC1 tersebut tidak signifikan, sehingga EDUC1 yang merupakan responden berpendidikan dasar (SD-SLTP) tidak memiliki peluang menyukai produk investasi jangka panjang di Bank Syariah daripada Bank Konvensional, namun tidak signifikan.

## Model Logit 2

### 1. Hasil Uji G, Uji Wald, dan Model

Berdasarkan keseluruhan model menggunakan Uji G, diperoleh nilai -2 log *likelihood* sebesar 84,679.

**Tabel 5. Model Summary Logit 2**

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	116,159 <sup>a</sup>	,135	,189
2	102,005 <sup>a</sup>	,243	,341
3	94,092 <sup>a</sup>	,297	,418
4	84,679 <sup>b</sup>	,357	,502

Sumber : Hasil pengolahan (2016)

Nilai ini lebih besar dari *Chi-square* (0,539) yang berarti bahwa semua variabel independen secara bersama-sama signifikan mempengaruhi variabel dependen. Sehingga semua variabel dapat digunakan dalam model. Nilai yang dianalisa adalah nilai hasil step 4. Hal ini sesuai dengan pendapat Ghazali (2009), bahwa cara membaca output regresi logistic adalah melihat pada step 4 atau step terakhir. Output pengolahan data sebagai berikut :

**Tabel 6. Nilai Chi-square Logit 2**

Hosmer and Lemeshow Test			
Step	Chi-square	df	Sig.
1	,000	0	.
2	,000	1	1,000
3	,725	4	,948
4	,539	5	,991

Sumber : Hasil pengolahan (2016)

Meskipun uji secara bersama-sama menunjukkan hasil yang signifikan, uji individu yang dilakukan menggunakan uji Wald menunjukkan hanya ada beberapa koefisien yang signifikan secara statistik pada  $\alpha = 5\%$ . Estimasi parameter dan interpretasinya dapat dilihat pada output SPSS *Variable in the Equation*. Pada step 4 terdapat tiga variabel yang signifikan, yaitu Jml\_BK (2), FREK (1) dan FREK (2). Dengan mempertimbangkan substansi permasalahan, variabel yang tidak signifikan tetap dimasukkan (Nachrowi dan Hardius, 2002). Sehingga variabel SALARY (1) tetap dimasukkan. Sehingga persamaan model Logit 2 sebagai berikut:

**Tabel 8. Variables in The Equation Logit 2**

		B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 <sup>a</sup>	FREK1	-2,813	1,045	7,248	1	,007	,060
	Constant	-,405	,228	3,157	1	,076	,667
Step 2 <sup>b</sup>	FREK1	-3,470	1,060	10,707	1	,001	,031
	FREK2	-1,938	,567	11,672	1	,001	,144
	Constant	,251	,291	,746	1	,388	1,286
Step 3 <sup>c</sup>	Jml_BK2	-1,545	,583	7,035	1	,008	,213
	FREK1	-3,686	1,084	11,553	1	,001	,025
	FREK2	-2,320	,615	14,256	1	,000	,098
Step 4 <sup>d</sup>	Constant	,885	,395	5,017	1	,025	2,423
	Jml_BK2	-1,928	,628	9,431	1	,002	,145
	SALARY1	-21,269	12167,744	,000	1	,999	,000
	FREK1	-3,901	1,113	12,277	1	,000	,020
	FREK2	-2,599	,660	15,493	1	,000	,074
	Constant	1,295	,460	7,923	1	,005	3,651

Sumber : Hasil pengolahan (2016)

$$\ln(p/1-p) = 1,295 - 1,928 \text{ Jml\_BK (2)} - 21,269 \text{ SALARY (1)} - 3,901 \text{ FREK (1)} \\ - 2,599 \text{ FREK (2)}.$$

Variabel terikat adalah pilihan bank untuk transaksi sehari-hari (DAILY):

- $p=1$ ; bila nasabah memilih transaksi sehari-hari di Bank Syariah
- $p=0$ ; bila nasabah memilih transaksi sehari-hari di Bank Konvensional

## 2. Intersep

Nilai intersep sebesar 1,295 yang menunjukkan bahwa probabilitas nasabah reference, yaitu nasabah dengan jumlah rekening bank konvensional lebih dari 1, penghasilan kurang dari Rp 1.499.000 per bulan, transaksi di bank syariah kurang dari 3

kali dalam sebulan, transaksi di bank syariah antara 3 sampai 6 kali dalam sebulan, (Jml\_BK (2) =0, SALARY (1)=0, FREK (1) =0, FREK (2) = 0) memiliki probabilitas lebih menyukai transaksi sehari-hari di Bank Syariah sebesar:

$$\ln(p/1-p) = 1,295$$

$$(p/1-p) = e^{1,295}$$

$$P = e^{1,295}/(1 + e^{1,295})$$

$$P = 7.85E+01\%$$

Sehingga probabilitas nasabah tersebut lebih menyukai transaksi sehari-hari di bank konvensional adalah 2.15E+01%.

### 3. Variabel Jumlah Rekening Bank Konvensional (Jml\_BK)

Koefisien variabel Jml\_BK(2) sebesar  $-1,928$  menunjukkan bahwa probabilitas nasabah memiliki rekening Bank Konvensional lebih dari 2 rekening lebih menyukai transaksi sehari-hari di Bank Syariah lebih rendah daripada responden yang memiliki rekening bank konvensional lebih dari 2. Dengan nilai Exp (B) sebesar  $0,145$  dapat diartikan bahwa peluang responden yang memiliki rekening bank konvensional sebanyak 2 rekening adalah sebanyak  $0,145$  kali peluang nasabah yang memiliki rekening bank konvensional lebih dari 2.

Dapat ditarik kesimpulan pada kondisi yang sama, peluang nasabah untuk variabel jumlah rekening bank konvensional berbeda memiliki tingkatan peluang sebagai berikut:

$$P_{BK-1} > P_{BK-2} > P_{BK>2}$$

Keterangan:

P = peluang responden lebih menyukai transaksi sehari-hari di Bank Syariah

$P_{BK-1}$  = responden memiliki satu rekening bank konvensional

$P_{BK-2}$  = responden memiliki dua rekening bank konvensional

$P_{BK>2}$  = responden memiliki lebih dari dua rekening bank konvensional

### 4. Variabel Penghasilan (SALARY)

Koefisien variabel SALARY(1) sebesar  $-21,269$  menunjukkan bahwa probabilitas nasabah memiliki penghasilan perbulan kurang dari Rp 1.499.000 lebih menyukai transaksi sehari-hari di Bank Syariah lebih rendah daripada responden yang memiliki penghasilan lebih tinggi. Dengan nilai Exp (B) sebesar  $0,000$  dapat diartikan bahwa peluang responden yang memiliki penghasilan kurang dari Rp 1.499.000 per bulan adalah

sebanyak 0,000 kali peluang responden yang memiliki penghasilan di atas RP 1.499.000 per bulan.

Dapat ditarik kesimpulan pada kondisi yang sama, peluang nasabah untuk variabel penghasilan per bulan berbeda memiliki tingkatan peluang sebagai berikut:

$$P(\text{Phst}) > P(\text{Pht}) > P(\text{Phm}) > P(\text{Phr})$$

Keterangan:

P = peluang responden lebih menyukai transaksi sehari-hari di Bank Syariah

P(Phr) = responden memiliki penghasilan rendah (< Rp 1.499.000)

P(Phm) = responden memiliki penghasilan menengah ( Rp 1.500.000 – Rp 2.999.999)

P(Pht) = responden memiliki penghasilan tinggi (Rp 3.000.000 – Rp 5.999.999)

P(Phst) = responden memiliki penghasilan sangat tinggi (> Rp 6.000.000)

#### 5. Variabel Frekuensi Transaksi di Bank Syariah (FREK)

Koefisien variabel FREK(1) sebesar  $-3,901$  menunjukkan bahwa probabilitas nasabah melakukan transaksi di Bank Syariah kurang dari 3 kali per bulan lebih menyukai transaksi sehari-hari di Bank Syariah lebih rendah daripada responden yang melakukan transaksi di Bank Syariah antara 3 sampai 6 kali sebulan. Dengan nilai Exp (B) sebesar 0,020 dapat diartikan bahwa peluang responden yang melakukan transaksi di Bank Syariah kurang 3 kali dalam sebulan adalah sebanyak 0,020 kali peluang nasabah yang bertransaksi di Bank Syariah antara 3 sampai 6 kali sebulan.

Koefisien variabel FREK (2) adalah sebesar  $-2,599$  menunjukkan bahwa probabilitas nasabah melakukan transaksi di Bank Syariah antara 3 sampai 6 kali per bulan lebih menyukai transaksi sehari-hari di Bank Syariah lebih rendah daripada responden yang melakukan transaksi di Bank Syariah lebih 6 kali dalam sebulan. Nilai Exp (B) sebesar 0,074 dapat diartikan bahwa peluang responden yang melakukan transaksi di Bank Syariah antara 3 sampai 6 kali dalam sebulan adalah sebanyak 0,074 kali peluang nasabah yang bertransaksi di Bank Syariah lebih dari 6 kali dalam sebulan

Dapat ditarik kesimpulan pada kondisi yang sama, peluang nasabah untuk variabel frekuensi melakukan transaksi di Bank Syariah selama sebulan berbeda memiliki tingkatan peluang sebagai berikut:

$$PT_{ss} > PT_s > PT_j$$

Keterangan:

P = peluang responden lebih menyukai transaksi sehari-hari di Bank

Syariah

PTss = responden sangat sering bertransaksi di Bank Syariah (> 6 kali sebulan)

PTs = responden sering bertransaksi di Bank Syariah ( 3- 6 kali dalam sebulan)

PTj= responden jarang bertransaksi di Bank Syariah (< 3 kali dalam sebulan)

## 6. Sebaran Probabilitas

Berdasarkan uraian di atas, peluang terbesar lebih menyukai transaksi sehari-hari di Bank Syariah dibandingkan transaksi sehari-hari di bank konvensional dimiliki oleh responden sering bertransaksi di Bank Syariah (Jml\_BK (2) =0, SALARY (1) =0, FREK (1) = 0, FREK (2) = 1) yaitu sebesar:

$$\begin{aligned} \ln(p/1-p) &= 1,295 - 1,928 \text{ Jml\_BK (2)} - 21,269 \text{ SALARY (1)} - 3,901 \text{ FREK (1)} \\ &\quad - 2,599 \text{ FREK (2)}. \end{aligned}$$

$$\ln(p/1-p) = 1,295 - 1,928 (0) - 21,269 (0) - 3,901 (0) - 2,599 (1)$$

$$\ln(p/1-p) = 1,295 - 2,599$$

$$\ln(p/1-p) = -1,304$$

$$(p/1-p) = e^{-1,304}$$

$$P = e^{-1,304}/(1 + e^{-1,304})$$

$$P = 2,13E+01\%$$

Cara yang sama, diperoleh beberapa probabilitas untuk nasabah yang memiliki beberapa karakteristik sebagai berikut:

- a. responden jarang bertransaksi di Bank Syariah, (Jml\_BK (2)=0, SALARY (1) =0, FREK (1) =1, FREK (2) = 0) memiliki peluang lebih menyukai transaksi sehari-hari di Bank Syariah dibandingkan bank konvensional sebesar :

$$\begin{aligned} \ln(p/1-p) &= 1,295 - 1,928 \text{ Jml\_BK (2)} - 21,269 \text{ SALARY (1)} - 3,901 \\ &\quad \text{FREK (1)} - 2,599 \text{ FREK (2)}. \end{aligned}$$

$$\ln(p/1-p) = 1,295 - 1,928 (0) - 21,269 (0) - 3,901 (1) - 2,599 (0)$$

$$\ln(p/1-p) = 1,295 - 3,901$$

$$\ln(p/1-p) = -2,606$$

$$(p/1-p) = e^{-2,606}$$

$$P = e^{-2,606}/(1 + e^{-2,606})$$

$$P = 6.88E+00\%$$

- b. Responden memiliki penghasilan kurang dari Rp 1.499.999 per bulan, (Jml\_BK (2)=0, SALARY (1) =1, FREK (1) =0, FREK (2) = 0) memiliki peluang lebih menyukai transaksi sehari-hari di Bank Syariah dibandingkan bank konvensional sebesar :

$$\text{Ln}(p/1-p) = 1,295 - 1,928 \text{ Jml\_BK (2)} - 21,269 \text{ SALARY (1)} - 3,901 \text{ FREK (1)} - 2,599 \text{ FREK (2)}.$$

$$\text{Ln}(p/1-p) = 1,295 - 1,928 (0) - 21,269 (1) - 3,901 (0) - 2,599 (0)$$

$$\text{Ln}(p/1-p) = 1,295 - 21,269$$

$$\text{Ln}(p/1-p) = -19,974$$

$$(p/1-p) = e^{-19,974}$$

$$P = e^{-19,974}/(1 + e^{-19,974})$$

$$P = 2,12\text{E-}07\%$$

- c. Responden memiliki rekening Bank Konvensional sebanyak 2 rekening, (Jml\_BK (2)=1, SALARY (1) =0, FREK (1) =0, FREK (2) = 0) memiliki peluang lebih menyukai transaksi sehari-hari di Bank Syariah dibandingkan bank konvensional sebesar :

$$\text{Ln}(p/1-p) = 1,295 - 1,928 \text{ Jml\_BK (2)} - 21,269 \text{ SALARY (1)} - 3,901 \text{ FREK (1)} - 2,599 \text{ FREK (2)}.$$

$$\text{Ln}(p/1-p) = 1,295 - 1,928 (1) - 21,269 (0) - 3,901 (0) - 2,599 (0)$$

$$\text{Ln}(p/1-p) = 1,295 - 1,928$$

$$\text{Ln}(p/1-p) = -0,633$$

$$(p/1-p) = e^{-0,633}$$

$$P = e^{-0,633}/(1 + e^{-0,633})$$

$$P = 3,47\text{E}+01\%$$

Secara keseluruhan hasil probabilitas yang memiliki nilai mendekati 0% menunjukkan bahwa semua variabel memiliki peluang untuk mempengaruhi responden bertransaksi sehari-hari di Bank Syariah adalah sangat kecil. Responden yang memiliki rekening bank konvensional sebanyak 2 rekening, frekuensi transaksi responden pada perbankan syariah kurang 6 kali sebulan membuat peluang responden untuk berkeinginan bertransaksi sehari-hari di Bank Syariah menjadi sangat kecil atau hampir tidak ada. Hasil ini menunjukkan bahwa responden lebih menyukai bertransaksi sehari-hari di Bank Konvensional.

Hasil analisa model logit 1 untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi pilihan produk investasi jangka panjang di Bank Syariah atau Bank Konvensional menunjukkan bahwa hanya variabel pendidikan (*Education/EDUC*) yang memiliki pengaruh secara signifikan pada variabel dependen. Hasil ini sesuai dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

Model logit 2 menghasilkan bahwa faktor jumlah rekening bank konvensional, penghasilan perbulan, dan transaksi di Bank Syariah mempengaruhi pilihan responden dalam bertransaksi sehari-hari. Pilihan tersebut di Bank Syariah atau Bank Konvensional. Hasil menghasilkan bahwa nasabah yang memiliki peluang terbesar lebih memilih jasa Bank Muamalat Indonesia (BMI) untuk transaksi sehari-hari dimiliki oleh nasabah dengan satu rekening bank konvensional,

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengolahan maka dapat disimpulkan :

1. model logit 1 menunjukkan bahwa karakteristik nasabah moderat berupa pendidikan memiliki pengaruh yang negative dan signifikan terhadap pilihan produk simpanan berjaga-jaga/investasi jangka panjang di Bank Syariah atau Bank Konvensional. Pengaruh negatif ini menunjukkan bahwa makin tinggi pendidikan responden, maka pilihan penempatan simpanan responden untuk investasi jangka panjang adalah di Bank Syariah
2. Hasil penelitian dengan analisa regresi logistic pada model logit 2 menunjukkan bahwa variabel karakteristik nasabah moderat berupa jumlah rekening Bank Konvensional yang dimiliki responden, penghasilan responden, dan frekuensi responden bertransaksi di Bank Syariah memiliki pengaruh negative dan signifikan terhadap pilihan responden bertransaksi sehari-hari di Bank Syariah atau Bank Konvensional. Pengaruh negatif ini menunjukkan bahwa responden yang memiliki dua rekening di Bank Konvensional, makin rendah penghasilan responden, makin jarang melakukan transaksi di Bank Syariah, maka nasabah moderat bertransaksi sehari-hari di Bank Konvensional.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Al – Arif, M. Nur Rianto. 2011. *Dasar – dasar Ekonomi Islam*. Cetaka pertama.Solo : Pt Era Adicitra Intermedia.

- Antonio, M. Syafi' i. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Bank Indonesia, 2015. Statistik Perbankan Syariah
- Engel, J.F, Blackwell dan Miniard 1995. *Perilaku Konsumen*, (Edisi Keenam). Alih Bahasa Budijanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ferdinand, Agusty, 2005, *Struktural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen*, Edisi 3, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Haron, Sudin dan Ahmad, N. 2002. Perception of Malaysian Corporate Towards Islamic Banking Products and Services. *International Journal of Islamic Financial Services Malaysia.*, Vol 3 No. 4
- Hawkins, D. 1998. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*, (7th Edition). New York: McGraw-Hill.
- Huda, Nurul dan Zulihar. 2008, Pengaruh Karekteristik Nasabah Moderat Terhadap Preferensi Produk Simpanan Bank Syariah Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Kantor Kas Yarsi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Dikta Ekonomi, Volume 5 Nomor 2, Agustus 08 / Rajab 1429 H, hlm. 84-96*
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Cetakan pertama. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P. dan Susanto., A.B. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong, 2000, *Principles of Marketing I (Edisi: Bahasa Indonesia)*, Jakarta, PT. Prenhallindo
- Lestari, Alfi Mulikhah, 2015, Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah. Jurusan Ilmu Ekonomi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya, Malang.*
- Mangkuto, Imbang J., 2005, Pengaruh Bunga Deposito Konvensional dan Return Deposito Mudharabah terhadap Pertumbuhan Deposito di BMI, *Jurnal Eksis Vol 1 No. 2, PSKTTI-UI, Jakarta*
- Mankiw. 2007. *Makroekonomi*. Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga
- Peraturan Pemerintah No 72 tahun 1992 tentang Bank Berdasarkan Prinsip Bagi Hasil
- Peter, J. Paul; Jerry C.; Olson. 1999. *Consumer Behavior and Marketing Strategy. Fifth Edition*. Irwin Mc. Graw-Hill.

Schiffman, L.G., dan Kanuk, L.L.,2000, *Consumer Behavior*, 7<sup>th</sup> Edition, Prentice Hall, New Jersey

Simamora, Bilson. 2003. *Paduan Riset Perilaku Konsumen* .Jakarta : PT Garmedia.

Sudarmiatin,2009, Model Perilaku Konsumen dalam Perspektif Teori dan Empiris pada Jasa Pariwisata, *Jurnal Ekonomi Bisnis Tahun 14, No. 1, Maret 2009, hlm. 1-11*

Supriyanto, 2012. Pendidikan Pendapatan Dan Motivasi Menjadi Nasabah. *JPPI, Jilid 6, Nomor 1, Edisi Pebruari 2012, hlm. 84-94*

Undang Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syari'ah

Undang-undang No 7 tahun 1992 tentang Perbankan

Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 tentang Perbankan