

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NASABAH TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH BANK BRI SYARIAH YOGYAKARTA

Santi Budlman¹
Inih Carnih²

¹Dosen STIE Isti Ekatana Upaweda Yogyakarta

²Alumni STIE Isti Ekatana Upaweda Yogyakarta

Abstract

This research aims to test culture influence, social class, individual influence, family and situation towards consumer decision to save at BRI Syariah Yogyakarta, besides also want to detect which factor dominant. This research uses doubled regression method and test t to analysis data. Based on research that done seen that hypothesis one is not accepted because individual influence not influential according to significant, but based on test t known that culture, social class, family and situation have consumer decision to save at BRI Syariah Yogyakarta. Besides factor culture gives influence dominant in decision making.

keywords: syariah product, culture, consumer decision

LATAR BELAKANG MASALAH

Peningkatan dibidang ekonomi juga berpengaruh pada dunia perbankan dimana peningkatan ekonomi menyebabkan kesejahteraan rakyat juga diimbangi dengan peningkatan investasi dimana masyarakat gemar menabung. Banyak produk – produk yang ditawarkan oleh perusahaan ternyata tidak mendapat sambutan yang baik dari konsumen. Dalam strategi pemasaran produk secara masal (*maes marketing*). Produk – produk yang ditawarkan dengan didasari dan kepekaan yang tinggi terhadap konsumen (*customed centered atau costumer oriented*) merupakan nilai jual lebih (*Value added*) yang diincar oleh pelanggan (Amirullah 2002) konsumen akan mencari sesuatu yang dapat memberikan nilai lebih dari pengorbaan yang sudah dikeluarkan, karena itulah muncul sebuah gambaran bahwa perilaku konsumen dalam memutuskan produk merek apa yang akan dibeli didasarkan atas banyak pertimbangan, selain itu konsumen meneliti keanekaragaman dalam hal perilaku maupun orientasinya.

Dewasa ini, variasi produk perbankan yang sangat banyak dari segi kualitas maupun kuantitas membuat nasabah membutuhkan banyak pertimbangan dan mungkin membutuhkan bantuan orang lain atau mungkin karyawan *Front-Stage* (karyawan bagian depan yang melayani konsumen secara langsung) yang disediakan oleh perusahaan– perusahaan dalam memilih produk yang cocok dengan kebutuhan

nasabah. Dengan ketersediaannya karyawan *Front-Stage*, memungkinkan nasabah untuk berkonsultasi sehingga mendorong konsumen untuk terlibat lebih jauh dalam hal memilih produk yang tepat (Ardianto,2004) keterlibatan akan berpengaruh apabila suatu obyek (barang pelayanan , ide) diperoleh suatu yang dapat membantu dalam mencapai kebutuhan tujuan dan nilai yang penting (Engel dkk,1995). Jika tujuan pembelian adalah sebagai hadiah untuk orang lain, terutama orang yang dekat, maka keterlibatan otomatis akan meningkat, lebih jauh lagi, kepribadian (*personality*) konsumen menentukan keterlibatan dalam beberapa hal, yaitu mengapa konsumen yang berada dapat memiliki reaksi yang belainan terhadap produk, situasi, dan komunikasi yang sama. Keterlibatan nasabah merupakan bagian dan emosi terhadap produk (Ardianto, 2000)

Sekarang produk perbankan Syariah banyak digemari oleh masyarakat Indonesia karena beberapa alasan diantaranya hukum Islam yang menghimbau menggunakan produk perbankan yang memiliki prinsip-prinsip Syariah disamping itu semakin menurunnya minat masyarakat terhadap produk perbankan konvensional yang melakukan praktek riba. Migrasi besar-besaran dari bank konvensional tidak semata – merta begitu saja melainkan adanya suatu serangkaian proses atau pertimbangan untuk pengambilan keputusan dari suatu nasabah, dan pertimbangan tersebut untuk menjadi suatu nasabah bank syariah berdasarkan faktor – faktor yng mempengaruhi mereka untuk menjadi nasabah bank Syariah.

PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah pertama : apakah ada pengaruh budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi terhadap keputusan memilih BRI Syariah Yogyakarta ?. Kedua : faktor manakah yang lebih dominan dalam mempengaruhi nasabah untuk mengambil keputusan dalam memilih BRI Syariah Yogyakarta ?

TUJUAN PENELITIAN

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan serta menambah informasi bagi perusahaan dalam menjalankan kebijakan dan teknik penawaran produknya.

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Pengertian dan Konsep Pemasaran

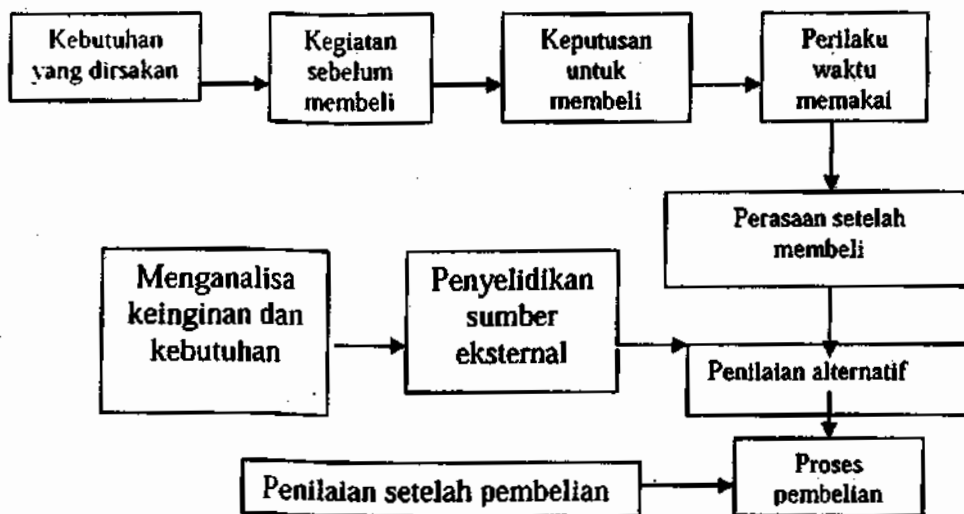
Pemasaran merupakan suatu proses yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Pemasaran merupakan falsafah bisnis yang menjadi pedoman seluruh organisasi atau perusahaan dalam rangka mencapai tujuannya. Menurut Kotler (2000) "pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk bernilai dengan pihak lain". definisi pemasaran ini berdasarkan pada konsep: kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), permintaan (*demands*), produk (Barang, Jasa, dan Gagasan), nilai, biaya, dan kepuasan, pertukaran dan transaksi, hubungan dan jaringan kerja, pasar, pemasar dan calon pembeli.

Pengertian dan Konsep Jasa

Jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contoh hotel, rumah sakit, bank, bengkel, dan lain-lain. Menurut Kotler (1997) merumuskan jasa sebagai "setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa terkait dan bisa juga tidak terkait pada satu produk fisik". Sedangkan menurut Zienthaml dan Bitner (1996) "Jasa itu sebagai *deeds* (tindakan, prosedur, aktivitas), proses-proses dan kerja (*performance*) yang *intangible*". Jasa memiliki empat karakteristik utama yang membedakannya dengan barang, yaitu: *intangibility*, *inseparability*, *variability*, *perishability*.

Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Swastha Dan Handoko (2000) menyatakan bahwa perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkn dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan". Baik individu maupun lembaga organisasi dalam melakukan pembelian melalui beberapa tahap yang digambarkan oleh Philip Kotler dengan model perbandingan dari Engel, Kollat dan Blackwell adalah :



GAMBAR 1
TAHAP-TAHAP PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI
Sumber : Basu swatha dan T. Hani Handoko (2005)

Pengaruh yang Mendasari Perilaku Konsumen

Ada 3 kategori umum yang mendasari perilaku konsumen, yaitu :

- 1) Pengaruh lingkungan (budaya, kelas social, pengaruh pribadi, keluarga, situasi)
- 2) Perbedaan individu (sumber daya konsumen, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap)
- 3) Kepribadian, gaya hidup dan demografi (kepribadian, gaya hidup, demografi)
- 4) Proses psikologis (pengolahan informasi, pembelajaran, perubahan sikap dan perilaku)

Bank Syariah

Mudrajad Kuncoro (2002) mendefinisikan bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip – prinsip syariah Islam yaitu mengacu kepada ketentuan-ketentuan yang ada dalam Al – Quran dan Al – Hadist. Dengan mengacu kepada AL –Quran dan Al – Hadist, maka bank syariah diharapkan dapat menghindari kegiatan – kegiatan yang mengandung unsur – unsur riba dan bertentangan dengan syariat Islam.

Dalam pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamik Financial Institution*) dijelaskan tentang fungsi dan peran bank syariah, sebagai berikut :

a .Manajer investasi, bank syariah dapat mengelola investasi dana nasabah.

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah terhadap Keputusan...
(Santi Budiman dan Inih Carinih)

- b. Investor bank syariah, bank syariah dapat menginvestasikan dana yang dimiliki maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya.
- c. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan – kegiatan jasa – jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya.
- d. Pelaksanaan kegiatan sosial sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan syariah, bank islam juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan dan mendistribusikan) zakat serta dana – dana sosial lainnya.

Hipotesis

Berdasarkan latar belakang masalah dan konsep teori yang disampaikan sebelumnya maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi berpengaruh terhadap keputusan dalam memilih bank BRI Syariah Yogyakarta.
2. Faktor situasi lebih berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank BRI Syariah Yogyakarta

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekelompok orang, kejadian segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Indriantoro dan Supomo 1999). Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah nasabah bank Syariah BRI Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling Purposive* adalah tehnik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu. Sugiyono (1999). Berdasarkan rumus dibawah ini dengan standar eror 0,01 maka sampel ditentukan 100 responden.

$$n = \frac{N}{(1 + N.e^2)} \dots\dots\dots$$

Metode analisis Data

Uji validitas

Untuk mengetahui tingkat validitas dalam penelitian ini digunakan Korelasi Product Moment. Dengan taraf signifikansi $\alpha = 0,05$. Jika r hitung $> r$ tabel, maka kuesioner sebagai alat ukur dikatakan valid atau ada korelasi yang nyata antara kedua variabel tersebut.

Uji reliabilitas

Uji reliabilitas alat ukur ini menggunakan pendekatan konsistensi internal yaitu suatu bentuk tes yang hanya memerlukan suatu kali pengenaan tes tunggal kepada sekelompok individu sebagai subek. Metode uji reliabilitas yang digunakan adalah alfa cronbach.

Uji Normalitas Data

Bila ada tidak normal maka teknik statistik parametris tidak dapat digunakan untuk alat analisis. Oleh karena itu untuk dapat mengetahui apakah data yang akan dianalisis itu berdistribusi normal atau tidak maka perlu adanya normalitas data dengan menggunakan rumus Chi Kuadrat (X^2) yaitu : (Sugiyono,2004).

Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk meramalkan nilai variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X) yang lebih dari satu (minimal dua), sehingga analisis regresi berganda sering juga disebut analisis *Multivariate*, karena variabel yang mempengaruhi naik turunnya variabel dependen lebih dari satu variabel independen.

Uji t

Uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikansi variabel Independen mempengaruhi variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri. Pengujian ini dilakukan secara parsial atau individu, dengan menggunakan uji t statistik untuk masing-masing variabel bebas, dengan tingkat kepercayaan 95 % dan $\alpha = 5\%$, dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} .

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sejauh mana sumbangan pengaruh dari Variabel Dependen (keputusan memilih) terhadap Variabel Independen yaitu Budaya (X_1), Kelas Sosial (X_2), Pengaruh Pribadi (X_3), Keluarga (X_4), Situasi (X_5) dalam bentuk Prosentase (%).

ANALISIS HASIL PENELITIAN

Analisis Deskriptif

Diketahui dari 100 responden yang dijadikan sampel ada 77 orang berjenis kelamin perempuan, dan laki-laki sebanyak 23 orang, berusia < 20 tahun sebanyak 56 orang yang berusia 20-25 tahun sebanyak 19 orang, 25-30 tahun sebanya 11 orang

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah terhadap Keputusan...
(Santi Budiman dan Inih Carinih)

dan yang >30 tahun sebanyak 14 orang., 46 responden yang berpendidikan SMA, 22 responden yang berpendidikan SMP, yang berpendidikan sarjana sebanyak 16 responden, yang berpendidikan D3 sebanyak 7 responden dan yang berpendidikan SD sebanyak 6 responden serta yang lain-lain sebanyak 3 responden. Responden yang diteliti ternyata yang paling banyak adalah yang pelajar, yaitu sebesar 47 responden, kemudian mahasiswa sebanyak 19 responden, pegawai swasta 13 responden, dan PNS 8 responden, selanjutnya wiraswasta sebanyak 8 responden. 100 responden yang berpenghasilan sebesar dibawah Rp1.000.000 sebanyak 64 responden, kemudian penghasilan antara Rp1000.000 sampai Rp.5.000.00 sebanyak 36 responden, dan yang berpenghasilan antara Rp 5.000.000 sampai Rp. 10.000.000 tidak ada. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah BRI Syariah memiliki penghasilan perbulannya masih tergolong rendah, hal ini sesuai dengan tingkat pekerja yang dimiliki sebagai pelajar.

Uji Validitas

Berdasarkan hasil perhitungan validitas kuesioner penelitian dengan metode korelasi *Product Moment* dengan tingkat signifikansi 0,05 dengan bantuan program SPSS v 12 yang kemudian dibandingkan dengan r_{tabel} . ($r_{hitung} > r_{tabel}$), maka kuesioner yang digunakan sebagai sumber pengumpulan data dinyatakan valid, dan layak untuk dijadikan Instrumen penelitian.

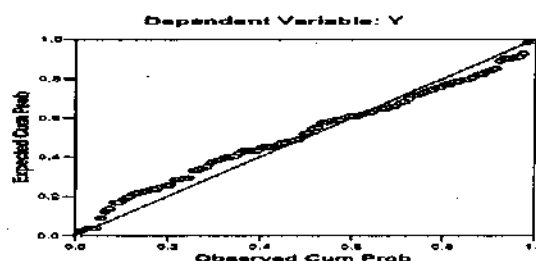
Uji Reabilitas

Berdasarkan perhitungan diatas, nilai *Cronbach Alfa* dari semua variabel lebih besar dibandingkan nilai *Nunnally* = 0,60, sehingga semua variabel tersebut dinyatakan Reliabel untuk pengukuran dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data penelitian.

Uji Normalitas

Adapun metode Pengujian Normalitas pada penelitian ini menggunakan Analisa Grafik atau *Plot*.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



GAMBAR 4.6

GRAFIK NORMAL PLOT

Sumber : Kuesioner Diolah, 2009,

Grafik normal plot diatas dapat dilihat bahwa perbandingan antara distribusi kumulatif data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif data dari distribusi normal.

Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan hasil perhitungan regresi berganda dengan program SPSS v 12, maka dapat diketahui persamaan regresi berganda dalam penelitian ini, yaitu:

$$Y = 13,579 + 0,681 X_1 + 0,021 X_2 - 0,059 X_3 + 0,226 X_4 + 0,389 X_5$$

Dimana:

a. Konstanta sebesar 13,579

Berarti jika tidak ada faktor lain atau dalam keadaan *ceteris paribus* yang mempengaruhi Keputusan Memilih, maka keputusan memilih nasabah akan naik sebesar 13,579 kali

b. Budaya = 0,681

Bahwa jika Budaya mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan Kelas Sosial (X_2), Pengaruh Pribadi (X_3), Keluarga (X_4), Situasi (X_5) konstan maka Keputusan Memilih akan mengalami peningkatan sebesar 0,681 dengan asumsi *Ceteris Paribus*.

c. Kelas Sosial = 0,021

Bahwa jika Kelas Sosial mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan Budaya (X_1), Pengaruh Pribadi (X_3), Keluarga (X_4), Situasi (X_5) konstan maka Keputusan Memilih akan mengalami kenaikan sebesar 0,021 dengan asumsi *Ceteris Paribus*.

d. Pengaruh Pribadi = -0,059

Bahwa jika Pengaruh Pribadi mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan Budaya (X_1), Kelas Sosial (X_2), Keluarga (X_4), Situasi (X_5) konstan maka Keputusan Memilih akan mengalami penurunan sebesar 0,059 dengan asumsi *Ceteris Paribus*.

e. Keluarga = 0,026

Bahwa jika Keluarga mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan Budaya (X_1), Kelas Sosial (X_2), Pengaruh Pribadi (X_3), Situasi (X_5) konstan maka Keputusan Memilih akan mengalami peningkatan sebesar 0,026 dengan asumsi *Ceteris Paribus*.

f. Situasi = 0,389

Bahwa jika Situasi mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan Budaya (X_1), Kelas Sosial (X_2), Pengaruh Pribadi (X_3), Keluarga (X_4) konstan maka

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah terhadap Keputusan...
(Santi Budiman dan Inih Carinih)

Keputusan Memilih akan mengalami peningkatan sebesar 0,389 dengan asumsi *Ceteris Paribus*.

Uji t

Berdasarkan tabel dibawah maka dapat diketahui t_{hitung} untuk Variabel Budaya adalah 3,420, sedangkan t_{tabel} Variabel Budaya dengan $df = n-5$ ($\alpha = 2,5\%$), karena merupakan uji 2 sisi = $100-5 = 95$ dan taraf signifikansi 95 % maka $\alpha/2 = 5\%/2 = 2,5\%$ adalah 1,66. Maka harga $t_{hitung} < t_{tabel}$, $3,420 > 1,66$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

TABEL 1
HASIL UJI HIPOTESIS (UJI T)

Variabel	Df	t_{hitung}	t_{tabel}	Perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel}
Budaya	95	3,420	1,66	H_0 Di Tolak
Kelas Sosial	95	0,105	1,66	H_0 Di Terima
Pengaruh Pribadi	95	-0,420	1,66	H_0 Di Terima
Keluarga	95	1,873	1,66	H_0 Di Tolak
Situasi	95	2,973	1,66	H_0 Di Tolak

Sumber: Kuesioner Diolah, 2009

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui t_{hitung} untuk Variabel Kelas Sosial adalah 0,105, sedangkan t_{tabel} Variabel Kelas Sosial dengan $df = n-5$ ($\alpha = 2,5\%$), karena merupakan uji 2 sisi = $100-5 = 95$ dan taraf signifikansi 95 % maka $\alpha/2 = 5\%/2 = 2,5\%$ adalah 1,66. Harga $t_{hitung} < t_{tabel}$, $0,105 < 1,66$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui t_{hitung} untuk Variabel Pengaruh Pribadi adalah -0,420, sedangkan t_{tabel} Variabel Pengaruh Pribadi dengan $df = n-5$ ($\alpha = 2,5\%$), karena merupakan uji 2 sisi = $100-5 = 95$ dan taraf signifikansi 95 % maka $\alpha/2 = 5\%/2 = 2,5\%$ adalah 1,66. Harga $t_{hitung} < t_{tabel}$, $-0,420 < 1,66$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya secara sendiri-sendiri, ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui t_{hitung} untuk Variabel Keluarga adalah 1,873, sedangkan t_{tabel} Variabel Keluarga dengan $df = n-5$ ($\alpha = 2,5\%$), karena merupakan uji 2 sisi = $100-5 = 95$ dan taraf signifikansi 95 % maka $\alpha/2 = 5\%/2 = 2,5\%$ adalah 1,66. Harga $t_{hitung} > t_{tabel}$, $1,873 > 1,66$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0

ditolak dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui t_{hitung} untuk Variabel Situasi adalah 2,973, sedangkan t_{tabel} Variabel Situasi dengan $df = n-5$ ($\alpha = 2,5\%$), karena merupakan uji 2 sisi = $100-5 = 95$ dan taraf signifikansi 95 % maka $\alpha/2 = 5\%/2 = 2,5 \%$ adalah 1,66. Harga $t_{hitung} > t_{tabel}$, $2,973 > 1,66$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Berdasarkan perhitungan diatas, maka Budaya (X_1), Pengaruh Pribadi (X_3), Keluarga (X_4), Situasi (X_5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Memilih BRI Syariah Yogyakarta, sedangkan Kelas Sosial (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Memilih BRI Syariah Yogyakarta. Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Budaya (X_1), Pengaruh Pribadi (X_3), Keluarga (X_4), Situasi (X_5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Memilih BRI Syariah Yogyakarta tidak terbukti karena Pengaruh Pribadi (X_3) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Memilih BRI Syariah Yogyakarta. Hipotesis Kedua yang menyatakan bahwa Budaya (X_1) memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan Variabel Independen lainnya terbukti karena Nilai t_{hitung} Budaya (3,420) > Situasi (2,973) > Keluarga (1,873) > Kelas Sosial (0,105) > Pengaruh Pribadi (-0,420).

Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan perhitungan Koefisien Determinasi dengan Program *SPPSS v 12*, pada table 2 maka dapat diketahui nilai koefisien korelasi Determinasi (R^2) sebesar 0,377, ini berarti bahwa sumbangan pengaruh dari variabel independen yaitu Budaya (X_1), Kelas Sosial (X_2), Pengaruh Pribadi (X_3), Keluarga (X_4), Situasi (X_5) terhadap Variabel Dependen yaitu Keputusan Memilih sebesar 37,7 % sedangkan sisanya $100\% - 37,7 \%$ = 62,3 % dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain diluar yang diteliti. Maka Hipotesis yang ketiga yang menyatakan bahwa pengaruh dari variabel independen yaitu Budaya (X_1), Kelas Sosial (X_2), Pengaruh Pribadi (X_3), Keluarga (X_4), Situasi (X_5) terhadap Variabel Dependen yaitu Keputusan Memilih renggang, namun signifikan.

TABEL 2
HASIL UJI HIPOTESIS (UJI R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R square	Std error of the estimate
1	0,614	0,377	0,344	3,196

Sumber: Kuesioner Diolah, 2009

Berdasarkan perhitungan Koefisien Determinasi dengan Program *SPPSS v 12*, maka dapat diketahui nilai koefisien korelasi Determinasi (R^2) sebesar 0,377, ini berarti bahwa sumbangan pengaruh dari variabel independen yaitu Budaya (X_1), Kelas Sosial (X_2), Pengaruh Pribadi (X_3), Keluarga (X_4), Situasi (X_5) terhadap Variabel Dependen yaitu Keputusan Memilih sebesar 37,7 % sedangkan sisanya $100\% - 37,7\% = 62,3\%$ dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain diluar yang diteliti. Maka Hipotesis yang ketiga yang menyatakan bahwa pengaruh dari variabel independen yaitu Budaya (X_1), Kelas Sosial (X_2), Pengaruh Pribadi (X_3), Keluarga (X_4), Situasi (X_5) terhadap Variabel Dependen yaitu Keputusan Memilih renggang, namun signifikan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Budaya (X_1), Pengaruh Pribadi (X_3), Keluarga (X_4), Situasi (X_5) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan memilih BRI Syariah Yogyakarta tidak terbukti karena Pengaruh Pribadi (X_3) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan memilih BRI Syariah Yogyakarta. Keputusan memilih bank BRI Syariah lebih dikarenakan faktor budaya (X_1) yang terlihat lebih dominant, hal ini dapat dilihat dari hasil regresi sebesar 0,681 sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa faktor yang lebih dominan adalah faktor situasi (X_5) tidak terbukti, hal tersebut dikarenakan melihat hasil observasi dan wawancara dari para nasabah diperoleh keterangan jika mereka memilih menjadi nasabah bank BRI Syariah karena di BRI Syariah beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Maka hal yang perlu diperhatikan oleh Bank BRI Syariah Yogyakarta adalah lebih memperhatikan aspek budaya karena aspek budaya lebih dominant dibandingkan dengan faktor-faktor yang lain yaitu kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, dan situasi bagi para nasabah dalam memilih bank BRI Syariah, sehingga disarankan untuk bank BRI Syariah Yogyakarta harus tetap mempertahankan prinsip Syariah dalam Perbankan seperti *Mudharabah* (Sistem Bagi Hasil), Prinsip Wadi'ah (Produk rekening giro) serta sistem lainnya

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah . 2002 *Perilaku Konsumen*, Edisi 1 Cetakan 1, Graha Ilmu, Yogyakarta
Antonio, M. Syafi'i (2001), *Bank Syariah dan Teori ke Praktek*, Gema Insani Press, Jakarta

- Ardianto, Eka, 2000, *Measuring Consumer Involvement Profiles*, Jakarta
- Bawono, Anton. 2006. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. STAIN Salatiga Press, Salatiga.
- Bank BRI Syariah Yogyakarta (2009) *Pedoman Gambaran Umum Perusahaan Bank*, BRI Syariah Yogyakarta .
- Dharmmesta, Basu Swasta,1998, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*, Edisi BPFE Yogyakarta.
- Engel, Jame F. Roger D, Miniard, Paul W. (1994) *Perilaku Kosumen Edisi 6 Cetakan 1*, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. (1999). *Metode penelitian Bisnis*, Edisi Pertama BPFE: Yogyakarta
- Kotler, Philip, (1997). *Manajemen Pemasaran*, PT. Dedi Kusuma, Jakarta
- _____, (2002). *Manajemen Pemasaran*. PT Prehallindo, Jakarta
- Nazir, Moh. (1988). *Metode Penelitian*. Cetakan Ketiga. Jakrta : Ghilia Indonesia
- Optimal, Volume 1 2004, STIE IEU Yogyakarta
- Soeratno, Lincoln Arsyad. 2003. *Metode Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis Edisi revisi*. UPP AMP YKPN, Yogyakarta
- Stoner, 2000, *Pengantar ,Manajemen*, Edisi Kelima, Jakarta : Erlangga
- Sugiyono. 2005, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta
- _____. 2006, *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta
- Suharto, Ign. 2004. *Perekayasaan Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Swastha, Basu dan Handoko T. Hani (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta , Liberty
- Swastha, Basu DH, 2002 *Azas-Azas Marketing*, Edisi 3 Cetakan Kelima, Liberty, Yogyakarta
- Yazid, 1999, *Pemasaran Jasa, Konsep Dan Implementasi*, Yogyakarta. Ekonesia
- _____. 2001, *Pemasaran Jasa, Konsep Dan Implementasi*. Yogyakarta. Ekonesia, kampus Fakultas Ekonomi UII.