

BAB V

PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan implikasi dan interpretasi dari hasil analisis data yang telah disajikan pada bab sebelumnya. Pembahasan dilakukan dengan melihat hubungan kausalitas yang terjadi antar variabel yang diteliti sebagai pembuktian atas hipotesis yang diangkat dalam penelitian. Dengan kata lain dalam bagian ini dibahas konsekuensi dari hasil pengujian yang kemungkinan menerima atau menolak hipotesis. Selain itu dalam pembahasan, teori-teori ataupun hasil penelitian empiris yang dilakukan oleh para peneliti terdahulu akan digunakan sebagai rujukan, apakah hasil pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini mendukung atau bertentangan dengan teori ataupun penelitian empiris terdahulu tersebut. Temuan-temuan teoritis serta keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian juga akan dikemukakan yang berkeinginan melakukan pengembangan terhadap masalah penelitian yang sama.

Berdasarkan uraian diatas, secara sistematis dapat dinyatakan bahwa pembahasan yang akan diuraikan pada bab ini meliputi pembahasan hasil uji hipotesis, temuan teoritis, dan keterbatasan penelitian.

A. Pembahasan Hasil Penelitian

Sebelum dilakukan pembahasan terhadap hasil analisis sebagai jawaban atas masalah penelitian, lebih dahulu dibahas sekilas gambaran atau deskripsi data yang berkaitan dengan variabel penelitian. Dari uraian

deskripsi data ini akan diperoleh suatu gambaran yang jelas mengenai tanggapan atau jawaban responden terhadap variabel-variabel yang diteliti.

Seperti telah dijelaskan pada bab sebelumnya untuk dapat memperoleh gambaran mengenai bagaimana sebenarnya gaya hidup, kepribadian, dan status sosial responden terhadap bank syariah, terlebih dahulu harus dilakukan distribusi frekuensi jawaban responden yang telah dikelompokkan. Hasil perhitungan secara deskriptif masing-masing indikator dikemukakan untuk memperoleh gambaran derajat tinggi rendahnya nilai yang diberikan oleh responden yakni nasabah terhadap atribut upaya pemasaran yang dilakukan oleh pihak perbankan syariah yang dinilai dan dirasakan oleh nasabah.

Penilaian responden terhadap keseluruhan indikator gaya hidup menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat kota Surabaya Selatan dapat menerima bahwa produk-produk perbankan syariah sudah sesuai dengan gaya hidup masyarakat kota Surabaya Selatan. Sebanyak 35% dari keseluruhan responden memberikan persepsi yang baik terhadap produk-produk bank syariah, angka ini jauh dari persentase responden yang memiliki persepsi buruk terhadap produk-produk bank syariah yakni sebesar 1%. Hal ini berarti sebagian besar responden telah dapat menerima penerapan gaya hidup yang Islami dalam operasional perbankan telah dilakukan dengan benar oleh bank syariah. Bahwa bank syariah dalam menjalankan aktivitasnya telah sampai pada hakikat bank syariah itu sendiri. Kondisi ini tentu saja akan membawa kesan baik bagi bank syariah yang pada awalnya

lebih banyak dipresepsikan sebagai sekedar bank yang menggunakan istilah Arab dalam produknya.

Penilaian responden terhadap keseluruhan indikator kepribadian menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat kota Surabaya Selatan dapat menerima bahwa produk-produk perbankan syariah sudah sesuai dengan kepribadian masyarakat kota Surabaya Selatan. Sebanyak 39,9% dari keseluruhan responden memberikan persepsi yang baik terhadap produk-produk bank syariah, angka ini jauh dari persentase responden yang memiliki persepsi buruk terhadap produk bank syariah yakni sebesar 1,5%. Hal ini dapat dimaknai bahwa penerapan kepribadian yang Islami dalam operasional perbankan telah dilakukan dengan benar oleh bank syariah. sebagian besar responden telah dapat merasakan bahwasannya bank syariah kini tidak lagi hanya mengadakan sentimen emosional nasabah dengan sentuhan sisi keagamaannya saja, tetapi nasabah telah pula dapat menikmati produk bank syariah yang sesuai dengan kepribadiannya.

Penilaian nasabah terhadap keseluruhan indikator status sosial menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat kota Surabaya Selatan dapat menerima bahwa produk-produk perbankan syariah sudah sesuai dengan kepribadian masyarakat kota Surabaya Selatan. Sebanyak 36% dari keseluruhan responden memberikan persepsi yang baik terhadap produk-produk perbankan syariah, angka ini jauh dari persentase responden yang memiliki persepsi buruk terhadap produk-produk bank syariah yakni sebesar 2,4%. Hasil ini dapat diartikan bahwa bank syariah memiliki kemampuan

untuk memenuhi harapan nasabahnya baik dari sisi agama maupun dari sisi ekonomis. Presepsi yang baik dari sebagian besar nasabah bank syariah seperti ditunjukkan oleh persentase di atas dapat dimaknai bahwa nasabah puas dengan produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah. Tidak dapat dipungkiri, salah satu faktor kunci yang membawa kepada kesuksesan perbankan dan keuangan Islam adalah produk-produknya.

1. Pengaruh Gaya Hidup, Kepribadian, dan Status Sosial Masyarakat Kota Surabaya Selatan Terhadap Keinginan untuk Menjadi Nasabah di Bank Syariah

Pada penelitian ini hubungan antar gaya hidup masyarakat kota Surabaya Selatan dengan keputusan menjadi nasabah di bank syariah yang dihipotesiskan meliputi hubungan kausal antara kepribadian masyarakat kota Surabaya Selatan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah, dan antara status sosial masyarakat kota Surabaya Selatan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah.

a. Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah

Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Para pemasar mencari hubungan antara produk mereka dan kelompok gaya hidup. Menurut *Kotler* pengertian gaya hidup adalah sebagai berikut :

Pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam interaksi dengan lingkungannya.¹

Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini).

Dari berbagai di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu. Faktor-faktor utama pembentuk gaya hidup dapat dibagi menjadi dua yaitu secara demografis dan psikografis. Faktor demografis misalnya berdasarkan tingkat pendidikan, usia, tingkat penghasilan dan jenis kelamin, sedangkan faktor psikografis lebih kompleks karena indikator penyusunnya dari karakteristik konsumen.

Konstruk berikutnya adalah keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Dalam penelitian ini keputusan menjadi nasabah di bank syariah diukur dengan menggunakan enam indikator yakni kinerja karyawan yang baik, produk-produk yang ditawarkan, informasi secara lengkap, dekat dengan nasabah, kualitas layanan yang baik, dan iklan. Dalam literatur-literatur yang membahas tentang keputusan menjadi nasabah ataupun dari penelitian terdahulu diketahui memang terdapat cukup banyak dimensi

¹ Koetjarningrat, *Manusia dan Kebudayaan Indonesia*, (Yogyakarta : BPFE, 1993) 192.

yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran keputusan konsumen, namun dengan pertimbangan keenam indikator di atas menjelaskan keputusan menjadi nasabah di bank syariah dengan lebih lengkap dan secara bertahap meliputi aspek serta perilaku, maka indikator pengukuran keputusan menjadi nasabah bank syariah yang dikembangkan oleh Atin Yulaifah dan Hendi Irawan tersebut digunakan dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini pengaruh gaya hidup terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah dihipotesiskan sebagaimana hubungan yang diadopsi dari penelitian Yessy Artati dan Wahyu Pradana. Namun, meskipun hipotesis penelitian ini didasari oleh penelitian peneliti-peneliti tersebut, terdapat satu hal mendasar yang membedakan diantara keduanya yakni pada indikator pengukurannya. Pada penelitian Yessy dan Wahyu keputusan pembelian Blackberry. Pengukuran gaya hidup menggunakan indikator waktu dan uang.

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang dilakukan terbukti bahwa pengaruh gaya hidup terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah adalah positif dan signifikan (*standardized regression weight* 3,325 dan *t* 0,001). Dengan melihat cukup besarnya pengaruh gaya hidup terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di bank syariah, dapat dikatakan bahwa penilaian tinggi rendahnya gaya hidup seseorang berpengaruh besar terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

Dengan demikian, hasil penelitian ini juga didukung temuan Yessy dan Wahyu yang menyatakan bahwa faktor gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Demikian pula hasil penelitian Yuliana Ratna dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian pakaian batik tulis Danar Hadi, dengan tegas menyimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian batik Danar Hadi.²

Pada kenyataannya harus dapat dipahami bahwa dunia perbankan merupakan salah satu dunia bisnis yang tidak terlepas dari persaingan. Persaingan ketat yang dihadapi oleh masing-masing lembaga perbankan memaksa pihak manajemen bank untuk memikirkan bagaimana agar konsumen memutuskan menggunakan jasa perbankan syariah. Pada penelitian ini masyarakat kota Surabaya Selatan cenderung berpendidikan SMU sebanyak 53,8 % (Tabel 4.3) dengan penghasilan rata-rata Rp2.500.000-Rp5.000.000 (Tabel 4.5), maka gaya hidup masyarakat kota Surabaya Selatan cenderung rendah. Apabila bank syariah tidak memiliki kemampuan untuk memenuhi preferensi dan harapan konsumen, maka mereka akan mencari dan mendapatkan dari preferensi tersebut dari pesaing yang sesuai dengan gaya hidup mereka.

² Yuliana Ratna, “*Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Batik Danar Hadi (Study Konsumen Pada Outlet Danar Hadi Diponogoro Surabaya)*”. (Jurnal, 2006).

b. Pengaruh kepribadian terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah

Masing–masing individu memiliki karakteristik kepribadian yang berbeda yang mempengaruhi perilaku pembelinya. Yang dimaksud kepribadian adalah ciri bawaan psikologis manusia (*human psychological traits*) yang khas yang menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Kepribadian biasanya digambarkan dengan menggunakan ciri bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri dan kemampuan beradaptasi. Kepribadian dapat menjadi variabel yang sangat berguna dalam menganalisis pilihan mereka kepribadian, bahwa konsumen mungkin memilih merek yang kepribadiannya cocok dengan kepribadian dirinya.

Menurut Koetjaraningrat pengertian kepribadian adalah: Beberapa ciri watak yang diperlihatkan seseorang secara lahir, konsisten, dan konsekuen dalam bertingkah laku, sehingga individu memiliki identitas khusus yang berbeda dengan orang lain.³

Dalam penelitian ini kepribadian akan diukur dengan menggunakan indikator-indikator pengukuran yang dikembangkan oleh Atin Yulaifah yang terdiri dari tiga dimensi meliputi percaya diri,

³ Koetjaraningrat, *Manusia dan Kebudayaan Indonesia*, (Yogyakarta : BPFE, 1993), 40.

dominasi, dan kehormatan.⁴ Dimensi yang pertama, percaya diri bermakna tampilan berwujud yang diberikan oleh bank syariah kepada konsumen seperti fasilitas fisik, personalia, dan bahan komunikasi lainnya. Dengan begitu konsumen merasa percaya diri menggunakan jasa bank syariah.

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang dilakukan terbukti bahwa pengaruh kepribadian terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah adalah positif dan signifikan (*standardized regression weight* 5,994 dan *t* 0,000). Dengan melihat cukup besarnya pengaruh kepribadian terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di bank syariah, dapat dikatakan bahwa penilaian tinggi rendahnya kepribadian seseorang berpengaruh besar terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

Dengan demikian penelitian ini mendukung temuan Atin Yulaifah, yang menyatakan kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Konsumen umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang mereka konsumsi dapat diterima dan dinikmati yang sesuai dengan kepribadian mereka.

Dalam persepsi masyarakat kota Surabaya Selatan bank syariah mestilah bank yang paling ideal dan paling sempurna. Bank syariah tidak dapat hanya bertahan dengan menyempurnakan sisi keagamaannya saja,

⁴ Atin Yulaifah, “*Pengaruh budaya, sosial, pribadi, dan psikologi terhadap nasabah dalam memilih bank syariah (study kasus pada masyarakat ciputat pengguna jasa perbankan syariah)*”, (Skripsi--UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011).

tetapi juga harus dapat memenuhi harapan nasabah dari sisi kepribadiannya. Sehingga dengan mempertahankan hubungan bersama bank syariah dengan konsumen dapat memperoleh bukan hanya keuntungan di dunia tetapi juga kebahagiaan diakhirat.

c. Pengaruh status sosial terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah

Sebagai jawaban atas pernyataan mengenai perlunya bank syariah mencari sebuah solusi tepat dalam bertahan dan memenangkan persaingan di luar faktor agama akan dijawab melalui tiga hipotesis dalam penelitian ini. Hipotesis pertama adalah gaya hidup masyarakat kota Surabaya Selatan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah, dimensi yang kedua adalah kepribadian masyarakat kota Surabaya Selatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Sedangkan hipotesis yang ketiga adalah status sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

Status sosial didefinisikan sebagai pembagian anggota masyarakat ke dalam suatu hierarki status kelas yang berbeda, sehingga para anggota setiap kelas secara relatif mempunyai status yang sama dan para anggota kelas lainnya mempunyai status yang sama dan para anggota kelas lainnya mempunyai status yang lebih tinggi atau lebih rendah.

Dalam penelitian ini, status sosial akan diukur dengan menggunakan indikator-indikator pengukuran yang dikembangkan oleh Edi Purwito dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh faktor budaya,

kelas sosial, dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian kartu prabayar simpati.⁵ Indikator dalam penelitian ini adalah sikap, perilaku, kebiasaan, posisi, dan jabatan.

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang dilakukan terbukti bahwa pengaruh status sosial terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah adalah positif dan signifikan (*standardized regression weight* 2,327 dan *t* 0,020). Dengan melihat cukup besarnya pengaruh status sosial terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di bank syariah, dapat dikatakan bahwa penilaian mengenai tinggi rendahnya status sosial seseorang berpengaruh besar terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

Dengan demikian, penelitian ini didukung penelitian Edi Purwanto yang juga menyatakan bahwa status sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan. Pada dasarnya konsumen menginginkan barang atau jasa yang sesuai dengan status sosial dirinya. Sedangkan dalam penelitian ini status sosial masyarakat kota Surabaya Selatan cenderung rendah.

⁵ Edi Purwito, "pengaruh faktor budaya, kelas sosial, dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian kartu prabayar simpati" (Jurnal, 2007)

- d. Pengaruh paling dominan dari gaya hidup, kepribadian dan status sosial terhadap keinginan menjadi nasabah di bank syariah.

Tabel 5.1
Pengaruh variable bebas paling dominan terhadap variabel terikat

Variabel	Nilai
Gaya hidup (X_1)	3,325
Kepribadian (X_2)	5,994
Status sosial (X_3)	2,327

Sumber : dikelolah oleh peneliti, 2014

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel bebas yang paling besar dalam mempengaruhi variabel terikat adalah variabel kepribadian. Hasil pengaruh paling dominan tersebut didapat dari hasil uji parsial yang menunjukkan pengaruh secara parsial mana yang paling dominan mempengaruhi variabel terikat.

Hasil penelitian di atas tersebut menjadi acuan bahwa mayoritas masyarakat kota Surabaya Selatan berkepribadian yang Islami. Hal tersebut dapat terbukti dari hasil kuesioner yang disebar oleh peneliti kepada masyarakat kota Surabaya Selatan yang berusia 30-40 tahun yang hasil akhirnya mereka lebih banyak memilih jawaban mengenai faktor kepribadian yang dapat mempengaruhi keinginan mereka dalam memutuskan menjadi nasabah di bank syariah.

Masyarakat kota Surabaya Selatan cenderung berpendidikan SMU sebanyak 53,8 % (Tabel 4.3) dengan penghasilan rata-rata Rp2.500.000-Rp5.000.000 (Tabel 4.5), dan mayoritas warga Surabaya Selatan

beragama Islam. Hal ini dilihat dari banyaknya tempat ibadah agama Islam dan bank-bank syariah yang ada di wilayah Surabaya Selatan dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa masyarakat kota Surabaya Selatan mempunyai gaya hidup dan status sosial yang rendah. Sehingga variabel kepribadian menjadi faktor yang paling dominan untuk mempengaruhi keputusan masyarakat kota Surabaya Selatan untuk menjadi nasabah di bank syariah.