

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI NASABAH CIMB NIAGA SYARIAH CABANG A.YANI KUDUS

ANALYSIS PREFERENCE FACTOR ON CLIENT PT. CIMB NIAGA SYARIAH BRANCH A.YANI KUDUS

Bagas Pria Pramudika¹, Dr. Deden Syarif Hidayatullah, S.Ag., M.Pd.I.²

Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Telkom, Bagas4soygmil.com¹

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di Bank Cimb Niaga Syariah Cabang A.Yani, Kudus yang merupakan sebuah perusahaan perbankan yang ikut dalam mengembangkan bisnis berbasis syariah. . Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apakah yang paling signifikan dalam mempengaruhi pertumbuhan perbankan syariah yang sangat pesat. Data diperoleh melalui wawancara dan penyebaran kuesioner kepada 130 orang nasabah Cimb Niaga Syariah cabang A.Yani, Kudus. Data yang sudah berhasil terkumpul kemudian diolah dengan menggunakan Faktor Analisis. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh bahwa sebagian besar responden menilai bahwa lokasi dari Bank CIMB Niaga Syariah yang strategis memang menjadi pendorong nasabah dalam menentukan pilihan penggunaan produk Bank CIMB Niaga Syariah.

Kata Kunci : Analisis Faktor, Preferensi Nasabah Bank Syariah

Abstract

This research was conducted at Bank Cimb Niaga Syariah Branch A.Yani, Kudus which is a banking company that participated in developing sharia-based businesses. . This research aims to find out what factors are most significant in influencing the growth of Islamic banking that is very fast. Data was obtained through interviews and questionnaires to 130 customers of Cimb Niaga Syariah branch A.Yani, Kudus. Data that has been successfully collected is then processed using the Factor Analysis. Based on the results of the study, it was found that the majority of respondents considered that the strategic location of Bank CIMB Niaga Syariah was indeed a driver of customers in determining the choice of using Bank CIMB Niaga Syariah products.

Keywords : Analyst Factor, Preference of Bank Syariah Costumer

1. Pendahuluan

Lebih dari seperempat populasi dunia beragama islam, dan menurut hal itu peraturan islam pun ikut mempengaruhi kehidupan ekonomi dunia. Islam melarang transaksi berbasis minat. Menurut islam uang adalah alat tukar dan tidak memiliki nilai. Oleh karena itu , pembayaran uang melalui bunga tidak diijinkan. Saat ini, banyak bank konvensional yang menawarkan produk dan layanan syariah. Perbankan syariah pertama kali di terapkan pada tahun 1985 di turki, setelah itu perbankan syariah mendapat perhatian khusus yang membuat aktivitas mereka menjadi populer. [1].

Bank syariah tidak menggunakan bunga sebagai alat untuk memperoleh pendapatan atas penggunaan dana dan pinjaman karena bunga merupakan riba yang diharamkan. [2]Pola bagi hasil inilah yang membuat masyarakat Indonesia yang mayoritas pemeluk agamanya adalah islam memilih menggunakan bank syariah. Karena nasabah bisa memonitoring atas jumlah bagi hasil yang diperoleh. Jumlah keuntungan bank semakin besar maka semakin besar pula bagi hasil yang diterima nasabah.

Pola bagi hasil inilah yang membuat masyarakat Indonesia yang mayoritas pemeluk agamanya adalah islam memilih menggunakan bank syariah. Karena nasabah bisa memonitoring atas jumlah bagi hasil yang diperoleh. Jumlah keuntungan bank semakin besar maka semakin besar pula bagi hasil yang diterima nasabah, demikian juga sebaliknya. Jumlah bagi hasil yang mengecil dalam waktu yang cukup lama menjadi indikator bahwa pengelolaan bank merosot. Keadaan itu merupakan indikator pertanda peringatan dini bagi nasabah yang transparan dan mudah.

Berbeda dari perbankan konvensional, nasabah tidak dapat menilai kinerja hanya dari indikator bunga yang diperoleh [3].

Dengan layanan-layanan yang sangat menjanjikan bagi masyarakat Indonesia khususnya pemeluk agama Islam di Indonesia, terlihat jelas bahwa semakin banyak lembaga-lembaga keuangan dengan konsep syariah misalnya perbankan syariah, asuransi syariah, pengadaian syariah, koperasi syariah dan lembaga-lembaga keuangan lain yang memegang prinsip syariah. Adapun layanan produk syariah yang membuat nasabah tertarik mengganti pilihannya dari nasabah bank konvensional menjadi nasabah bank syariah seperti Tabungan Mapan Wakaf, Tabungan Haji, KPR IB Syariah, Syariah Gold Card dan cicilan qurban yang dianut oleh CIMB NIAGA Syariah [4].

Dari penjelasan di atas kita tentu memiliki tafsiran masing-masing tentang seberapa jauh keberhasilan perkembangan bank syariah secara luas. Sebelum ada aturan spin-off masyarakat meminta untuk dipisahkan antara bank dengan sistem konvensional dengan yang syariah. Mereka berdalih bahwa itu dapat "memurnikan" bank syariah agar terhindar dari riba karena percampuran pengelolaan. [5].

Tujuan penelitian adalah: 1) Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi Preferensi nasabah sehingga dapat membantu menginformasikan keinginan dan kebutuhan nasabah pada CIMB NIAGA pada peayanan dan pemasaran syariah, 2) Untuk mengetahui dan menganalisis strategi perusahaan yang digunakan untuk menghadapi persaingan yang nantinya akan membantu perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan pada PT. CIMB NIAGA SYARIAH.

2. Kajian Pustaka

2.1 Pengertian Bank Syariah

Definisi dari Bank Syariah adalah sebagai berikut: bank yang dalam aktivitasnya, baik penghimpun dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah [6]. Berdasarkan pengertian dari para ahli berarti bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan ketentuan ketentuan dalam Al-qur'an dan Al-hadist.

2.2 Bagi Hasil

Dalam perbankan syariah dikenal sistem bagi hasil, yang sangat berbeda dengan sistem bunga yang mengandung riba yang digunakan dalam perbankan konvensional. Transaksi yang mengandung riba dilarang, yang dibolehkan adalah sistem bagi hasil. Bagi hasil adalah kerja sama antara dua pihak yang satu sebagai penyandang dana dan yang lain sebagai pengelola, di mana hasil usahanya akan dibagi bersama sesuai dengan nisbah yang disepakati, misalnya 50% : 50% (akad mudharabah) [7].

2.3 Dana Pihak Ketiga (DPK)

Dana pihak ketiga adalah dana yang dihimpun oleh bank yang berasal dari masyarakat, yang terdiri dari simpanan giro, simpanan tabungan dan simpanan deposito. Dalam perbankan syariah, dana pihak ketiga terdiri dari instrument yang sama dengan bank konvensional, yaitu simpanan giro, simpanan tabungan dan simpanan deposito, yang membedakan dengan bank konvensional adalah akadnya [8]. Dana Pihak Ketiga mempunyai 3 jenis yaitu :

a. Giro

Giro adalah simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan pemindahbukuan. Dalam perbankan syariah, mekanisme giro yang dibenarkan ada dua jenis, yaitu giro wadiah dan giro mudharabah [9].

b. Tabungan

Tabungan yang menerapkan akad mudharabah mengikuti prinsip-prinsip mudharabah seperti: pertama, keuntungan dari dana yang digunakan harus dibagi antara shahibul maal (dalam hal ini nasabah) dan mudharib (dalam hal ini bank). Kedua, adanya tenggang waktu antara dana yang diberikan dan pembagian keuntungan, karena untuk melakukan investasi dengan memutar dana itu diperlukan waktu yang cukup [10].

c. deposito adalah investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank syariah dan/atau UUS. Fatwa DSN Nomor 3 Tahun 2000 menyatakan bahwa deposito yang dibenarkan dalam syariah adalah deposito yang berdasarkan prinsip mudharabah. Dalam transaksi deposito mudharabah, nasabah bertindak sebagai pemilik dana (shahibul maal) dan bank bertindak sebagai pengelola modal (mudharib). Dalam kapasitasnya sebagai mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk bermudharabah dengan pihak lain [11].

2.4 Pengertian Preferensi

preferensi adalah proses merangking seluruh produk dan jasa yang dapat di konsumsi oleh konsumen dengan tujuan mendapatkan preferensi suatu produk maupun jasa [12] . Hal ini sangat penting untuk perusahaan, karna

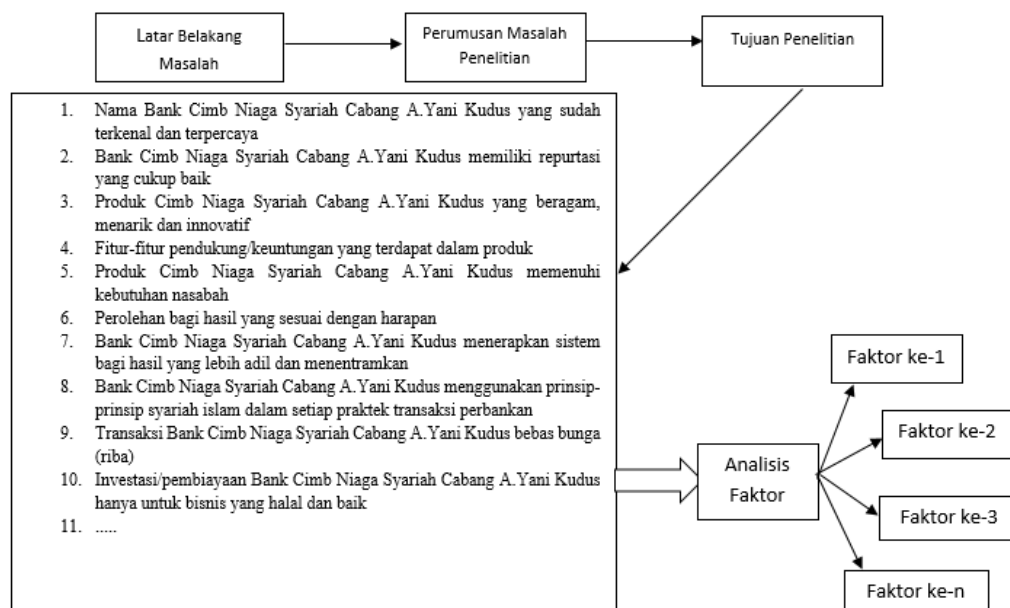
dengan mengetahui preferensi pelanggan maka perusahaan dapat mengetahui sektor jasa dan produk yang harus dikuatkan. Ada 5 dimensi preferensi yang meliputi : Halal, Harga, Kualitas Pelayanan, *Branding*, *Tangibles* [13].

2.5 Pelanggan

Pelanggan (customer) berbeda dengan konsumen (consumer), dimana seseorang dikatakan sebagai pelanggan apabila orang tersebut mulai membiasakan diri untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu badan usaha. Kebiasaan tersebut dapat dibangun melalui pembelian berulang-ulang dalam jangka waktu tertentu. Apabila dalam jangka waktu tertentu tidak melakukan pembelian ulang maka orang tersebut tidak dapat dikatakan sebagai pelanggan tetapi seorang pembeli atau konsumen [14].

2.6 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran disusun sebagai berikut.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
Sumber : Berbagai Literatur Diolah

3. Metodologi Penelitian

3.1. Populasi dan Sampel

Menurut Andwi Prihasetyono selaku kepala cabang Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah CIMB Niaga Syariah Kota Kudus sebanyak 18.787 orang. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling. Non probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur anggota populasi yang menjadi sampel. Pada penelitian ini teknik sampling jenuh yang digunakan oleh peneliti, dimana sampling jenuh merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain dari sampling jenuh adalah sensus [15]. Sampel dalam penelitian ini yaitu berjumlah 130 nasabah CIMB Niaga Syariah Kota Kudus.

3.2. Teknik Analisis

Penelitian ini menggunakan analisis Faktor,Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Analisis Deskriptif

Pada penelitian yang dilakukan ini peneliti menggunakan analisis deskriptif untuk mengetahui faktor-faktor yang paling mempengaruhi preferensi nasabah Bank CIMB Niaga Syariah Cabang A.Yani Kudus. Analisis deskriptif didapatkan dari tanggapan responden terhadap kuesioner yang disebar dan nantinya data yang diperoleh akan diolah oleh peneliti. Pernyataan dari kuesioner yang akan disebar, sebagai berikut:

1. Pernyataan responden mengenai preferensi memilih menabung di Bank CIMB Niaga Syariah Kudus

2. Pernyataan responden mengenai keputusan menabung di Bank CIMB Niaga Syariah Kudus.

Setiap pernyataan yang terdapat pada kuesioner masing-masing disertai dengan lima kemungkinan jawaban yang harus dipilih dan dianggap benar oleh responden. Hasil dari jawaban responden ini nantinya akan dikumpulkan dan diolah oleh peneliti, untuk mengetahui dan mampu untuk menjelaskan persepsi responden mengenai dampak preferensi di Bank CIMB Niaga Syariah Kudus.

Dari jawaban responden terhadap kuesioner yang telah disebarkan kemudian peneliti menyusun kriteria dari penilaian untuk setiap item yang ada pada pernyataan berdasarkan persentase dengan langkah sebagai berikut ini :

a. Nilai kumulatif merupakan jumlah dari setiap pernyataan yang ada pada kuesioner yang merupakan jawaban dari responden

b. Persentase adalah nilai kumulatif pada item dibagi dengan nilai frekuensi kemudian dikalikan 100%

c. Melakukan perhitungan jumlah kumulatif yang terbesar dan terkecil

Jumlah responden 100 orang dengan nilai skala pengukuran terbesar 5 dan skala pengukuran terkecil 1, sehingga didapat jumlah kumulatif terbesar $100 \times 5 = 500$ dan jumlah kumulatif terkecil $100 \times 1 = 100$

d. Melakukan perhitungan nilai persentase terbesar dan terkecil.

Nilai persentase terbesar = $(500/500) \times 100\% = 100\%$

Nilai persentase terkecil = $(100/500) \times 100\% = 20\%$

e. Menghitung nilai rentang. Menghitung nilai rentang persentase adalah $100\% - 20\% = 80\%$. Jika nilai rentang dibagi 5 skala pengukuran, maka akan diperoleh nilai interval persentase sebesar 16%.

Dengan demikian, maka akan diperoleh kriteria interpretasi skor sebagai berikut :

Tabel 3.1 Kategori Interpretasi Skor

No.	Persentase	Kategori Penilaian
1.	$20\% < \text{skor} \leq 36\%$	Sangat Tidak Baik
2.	$36\% < \text{skor} \leq 52\%$	Tidak Baik
3.	$52\% < \text{skor} \leq 68\%$	Cukup
4.	$68\% < \text{skor} \leq 84\%$	Baik
5.	$84\% < \text{skor} \leq 100\%$	Sangat Baik

Sumber: Olahan Penulis, 2018

2). Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variable independen ($X_1, X_2, X_3, X_4, \dots, X_n$) terhadap variable dependen (Y) secara serentak atau bersamaan [16]. Dalam penelitian ini peneliti menghitung analisis regresi linear sederhana dengan bantuan aplikasi statistik SPSS versi 21.00. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan yang terjadi antara variable independen ($X_1, X_2, X_3, X_4, \dots, X_n$) secara serentak terhadap variable dependen (Y) dengan menggunakan perhitungan sebagai berikut:

< 0.20 : Tidak ada korelasi

$0.20 - < 0.40$: Korelasi rendah

$0.40 - < 0.70$: Korelasi sedang

$0.70 - < 0.90$: Korelasi tinggi

$0.90 - < 1.00$: Korelasi tinggi sekali

1.00 : Korelasi sempurna

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Faktor Syariah

Analisis deskriptif mengenai tanggapan responden tentang faktor syariah didasarkan pada pendapat responden atas pernyataan-pernyataan yang tercantum pada pernyataan 13-16 pada kuisoner. Hasil dari analisis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.1 Tanggapan Responden Terhadap Faktor Syariah (X₁)

Pertanyaan		SS	S	R	TS	STS	Skor Total	Skor Ideal	%
		1	2	3	4	5			
Bank CIMB Niaga Syariah menerapkan system bagi hasil yang lebih adil dan menentramkan	F	52	45	0	3	0	446	500	89.2
	%	52	45	0	3	0			
Bank CIMB Niaga Syariah menggunakan prinsip-prinsip syariah islam dalam setiap praktek transaksi perbankan	F	58	39	0	3	0	452	500	90.4
	%	58	39	0	3	0			
Transaksi perbankan pada Bank CIMB Niaga Syariah bebas bunga (riba)	F	35	62	0	3	0	429	500	85.8
	%	35	62	0	3	0			
	F	50	46	4	0	0	446	500	89.2
	%	50	46	4	0	0			
Total							1778	2000	88.9

Berdasarkan pengolahan data pada tabel diatas mengenai pendapat responden terhadap faktor syariah diperoleh hasil bahwa skor total 1778 dan persentase skor sebesar 88.9%. Hal ini menandakan bahwa faktor syariah berada pada kategori sangat baik, yang artinya konsep syariah sudah di terapkan dengan sangat baik oleh manajemen telah menjadi referensi nasabah. Nilai persentase untuk keseluruhan item pengukur pada variabel faktor syariah berada pada kategori yang sangat baik atau sangat tinggi.

4.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Sikap Terhadap Fatwa

Analisis deskriptif mengenai tanggapan responden tentang faktor sikap terhadap fatwa didasarkan pada pendapat responden atas pernyataan-pernyataan yang tercantum pada pernyataan 17-18 pada kuisioner. Hasil dari analisis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Faktor Sikap Terhadap Fatwa (X₂)

Pertanyaan		SS	S	R	TS	STS	Skor Total	Skor Ideal	%
		1	2	3	4	5			
Setuju dengan fatwa MUI bahwa bunga adalah haram	F	67	24	6	3	0	455	500	91
	%	67	24	6	3	0			
Bunga (riba) bertentangan dengan ajaran agama, maka Saya akan menjauhinya.	F	65	21	11	3	0	448	500	89.6
	%	65	21	11	3	0			
Total							903	1000	90.3

Berdasarkan pengolahan data pada Tabel 4.13 mengenai pendapat responden terhadap faktor sikap terhadap fatwa ,diperoleh hasil bahwa rata-rata skor total 903 dan rata-rata persentase skor sebesar 90.3%. Hal ini menandakan bahwa variabel sikap terhadap fatwa berada pada kategori sangat baik, yang artinya responden setuju dengan fatwa MUI yang menyatakan bahwa bunga (riba) hukumnya adalah haram dan bertentangan dengan nilai-nilai agama.

4.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Faktor merek dan Kualitas manajemen

Analisis deskriptif mengenai tanggapan responden tentang faktor merek dan kualitas manajemen didasarkan pada pendapat responden atas pernyataan-pernyataan yang tercantum pada pernyataan 19-20 pada kuisioner. Hasil dari analisis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Faktor Merek dan Kualitas Manajemen (X₃)

Pertanyaan		SS	S	R	TS	STS	Skor Total	Skor Ideal	%
		1	2	3	4	5			
Nama Bank CIMB Niaga Syariah yang sudah terkenal dan terpercaya	F	57	40	0	3	0	451	500	90.2
	%	57	40	0	3	0			
Para pimpinan (manajemen) Bank CIMB Niaga Syariah terdiri dari orang-orang terpercaya dan profesional.	F	43	54	0	3	0	437	500	87.4
	%	43	54	0	3	0			
Total							888	1000	88.8

Berdasarkan pengolahan data pada Tabel 4.14 mengenai pendapat responden terhadap Faktor Merek dan Kualitas Manajemen, diperoleh hasil bahwa rata-rata skor total 888 dan rata-rata persentase skor sebesar 88.8%. Hal ini menandakan bahwa variabel sikap terhadap fatwa berada pada kategori sangat baik, yang artinya responden setuju bahwa Bank CIMB Niaga merupakan Bank yang sangat suda terkenal dan terpercaya serta mempunyai manajemen yang baik oleh orang – orang profesional.

4.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Faktor Fasilitas

Analisis deskriptif mengenai tanggapan responden tentang faktor fasilitas didasarkan pada pendapat responden atas pernyataan-pernyataan yang tercantum pada pernyataan 21-23 pada kuisioner. Hasil dari analisis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Faktor Fasilitas (X₄)

Pertanyaan		SS	S	R	TS	STS	Skor Total	Skor Ideal	%
		1	2	3	4	5			
Banyaknya kantor cabang dan Gallery Bank CIMB Niaga Syariah di berbagai daerah.	F	32	59	9	0	0	423	500	84.6
	%	32	59	9	0	0			
Banyaknya jaringan ATM Bank CIMB Niaga Syariah	F	22	74	1	3	0	415	500	83
	%	22	74	1	3	0			
Sarana pelayanan transaksi perbankan di Bank CIMB Niaga Syariah yang lengkap	F	35	62	0	3	0	429	500	85.8
	%	35	62	0	3	0			
Total							1267	1500	84.4

Berdasarkan pengolahan data pada Tabel 4.15 mengenai pendapat responden terhadap Faktor Fasilitas, diperoleh hasil bahwa rata-rata skor total 1267 dan rata-rata persentase skor sebesar 84.4%. Hal ini menandakan bahwa variabel faktor fasilitas berada pada kategori sangat baik, yang artinya responden setuju bahwa Bank CIMB Niaga Syariah merupakan Bank yang besar dan sudah mempunyai kantor cabang di berbagai daerah, ada pula jaringan

ATM yang sudah banyak di beberapa tempat untuk memudahkan nasabah dalam melakukan tarik/transper tunai, selain itu pelayanan transaksi pada Bank CIMB Niaga sudah lengkap untuk memenuhi kebutuhan nasabah.

4.5 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Faktor Pelayanan

Analisis deskriptif mengenai tanggapan responden tentang faktor pelayanan didasarkan pada pendapat responden atas pernyataan-pernyataan yang tercantum pada pernyataan 24-26 pada kuisioner. Hasil dari analisis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Faktor Pelayanan (X₅)

Pertanyaan		SS	S	R	TS	STS	Skor Total	Skor Ideal	%
		1	2	3	4	5			
Pelayanan yang cepat dari para pegawai Bank CIMB Niaga Syariah	F	47	50	0	3	0	441	500	88.2
	%	47	50	0	3	0			
Pelayanan yang ramah dari para pegawai Bank CIMB Niaga Syariah	F	52	45	0	3	0	446	500	89.2
	%	52	45	0	3	0			
Pelayanan pegawai Bank CIMB Niaga Syariah yang tanggap dan memuaskan	F	34	63	0	3	0	428	500	85.6
	%	34	63	0	3	0			
Total							1315	1500	87.6

Berdasarkan pengolahan data pada Tabel 4.16 mengenai pendapat responden terhadap faktor pelayanan, diperoleh hasil bahwa rata-rata skor total 1315 dan rata-rata persentase skor sebesar 87.6%. Hal ini menandakan bahwa variabel faktor pelayanan berada pada kategori sangat baik, yang artinya responden setuju bahwa pelayanan (service) dari karyawan Bank CIMB Niaga Syariah sangat cepat dan tanggap serta melayani nasabah dengan ramah. Nilai rata – rata untuk keseluruhan item pengukur pada variabel faktor pelayanan adalah sebesar 84.4% dan berada pada kategori baik.

4.6 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Faktor Lokasi

Analisis deskriptif mengenai tanggapan responden tentang faktor lokasi didasarkan pada pendapat responden atas pernyataan-pernyataan yang tercantum pada pernyataan 27-29 pada kuisioner. Hasil dari analisis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Faktor Lokasi (X₆)

Pertanyaan		SS	S	R	TS	STS	Skor Total	Skor Ideal	%
		1	2	3	4	5			
Lokasi Bank CIMB Niaga Syariah yang strategis.	F	40	57	0	3	0	434	500	86.8
	%	40	57	0	3	0			
Lokasi Bank CIMB Niaga Syariah yang mudah ditemukan	F	37	60	0	3	0	431	500	86.2
	%	37	60	0	3	0			
Gedung (tempat) Bank CIMB Niaga Syariah menarik, nyaman, dan menyenangkan	F	33	64	0	3	0	427	500	85.4
	%	33	64	0	3	0			
Total							1292	1500	86.1

Berdasarkan pengolahan data pada Tabel 4.17 mengenai pendapat responden terhadap faktor lokasi, diperoleh hasil bahwa rata-rata skor total 1292 dan rata-rata persentase skor sebesar 86.1%. Hal ini menandakan bahwa variabel faktor lokasi berada pada kategori sangat baik, yang artinya responden setuju bahwa lokasi Bank CIMB Niaga Syariah sangat strategis sehingga sangat mudah diakses/ditemukan, selain itu Bank CIMB Niaga mempunyai gedung yang sangat nyaman dan menyenangkan. Nilai rata – rata untuk keseluruhan item pengukur pada variabel faktor lokasi adalah sebesar 86.1% dan berada pada kategori baik.

4.7 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Faktor Sosial

Analisis deskriptif mengenai tanggapan responden tentang faktor sosial didasarkan pada pendapat responden atas pernyataan-pernyataan yang tercantum pada pernyataan 31 - 33 pada kuisioner. Hasil dari analisis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Faktor Sosial (X₇)

Pertanyaan		SS	S	R	TS	STS	Skor Total	Skor Ideal	%
		1	2	3	4	5			
Mendapat rujukan dari perusahaan/tempat bekerja	F	23	74	0	3	0	417	500	83.4
	%	23	74	0	3	0			
Mendapat rekomendasi dari keluarga	F	14	56	27	3	0	381	500	76.2
	%	14	56	27	3	0			
Mendapat rekomendasi dari teman/relasi	F	9	34	54	3	0	349	500	69.8
	%	9	34	54	3	0			
Total							1104	1500	73.6

Berdasarkan pengolahan data pada Tabel 4.18 mengenai pendapat responden terhadap Faktor sosial, diperoleh hasil bahwa rata-rata skor total 1104 dan rata-rata persentase skor sebesar 73.6%. Hal ini menandakan bahwa variabel faktor sosial berada pada kategori baik, yang artinya responden setuju bahwa sebagian besar responden mendapatkan rekomendasi dari perusahaan maupun dari kerabat terdekat untuk menggunakan Bank CIMB Niaga Syariah.

4.8 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Faktor Produk

Analisis deskriptif mengenai tanggapan responden tentang faktor produk didasarkan pada pendapat responden atas pernyataan-pernyataan yang tercantum pada pernyataan 34 - 36 pada kuisioner. Hasil dari analisis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Faktor Produk (X₈)

Pertanyaan		SS	S	R	TS	STS	Skor Total	Skor Ideal	%
		1	2	3	4	5			
Produk-produk perbankan syariah yang beragam, menarik, dan inovatif	F	19	66	12	3	0	401	500	80.2
	%	19	66	12	3	0			
Fitur-fitur pendukung/keuntungan yang terdapat dalam produk	F	17	80	3	0	0	414	500	82.8
	%	17	80	3	0	0			
Perolehan bagi hasil yang sesuai dengan harapan	F	18	79	3	0	0	415	500	83
	%	18	79	3	0	0			
Total							1230	1500	82

Berdasarkan pengolahan data pada Tabel 4.19 mengenai pendapat responden terhadap faktor produk, diperoleh hasil bahwa rata-rata skor total 1230 dan rata-rata persentase skor sebesar 82%. Hal ini menandakan bahwa variabel faktor produk berada pada kategori baik, yang artinya responden setuju bahwa Produk-produk perbankan syariah yang beragam, menarik, dan inovatif serta adanya faktor pendukung/ keuntungan terdapat dalam produk dan perolehan hasil sesuai dengan harapan nasabah. Nilai rata – rata untuk keseluruhan item pengukur pada variabel faktor pelayanan adalah sebesar 82% dan berada pada kategori baik.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

1. Pada penelitian ini diperoleh hasil bahwa faktor syariah, faktor sikap terhadap fatwa, faktor merek dan kualitas manajemen, faktor fasilitas, faktor pelayanan, faktor lokasi, faktor pelayanan, faktor lokasi, faktor sosial dan faktor produk mendorong nasabah dalam menggunakan produk Bank CIMB Niaga Syariah Cabang A. Yani Kudus. Berdasarkan 1 faktor yang telah terbentuk, dapat dilihat bahwa pada Total Variance Explained, tepatnya pada kolom cumulative loading nya dapat menjelaskan kedelapan variabel yang mendorong preferensi nasabah menggunakan produk Bank CIMB Niaga Syariah Cabang A. Yani Kudus sebesar 71.62%. Hal ini menunjukkan besaran faktor yang mendorong preferensi untuk menggunakan produk Bank CIMB Niaga Syariah Cabang A. Yani Kudus berada pada taraf tinggi.
2. Adapun faktor dominan yang mendorong Wajib Pajak menggunakan Bank CIMB Niaga Syariah Cabang A. Yani Kudus yaitu lokasi yang masuk kedalam kategori sangat baik.

4.2 Saran

4.2.1 Aspek Praktis

- a. Saran yang penulis sampaikan di bawah ini merupakan saran yang berguna untuk meningkatkan aspek-aspek atau faktor-faktor yang dinilai rendah agar untuk selanjutnya dapat diperhatikan guna memaksimalkan kinerja dari bank CIMB Niaga Syariah. Saran tersebut yaitu, bank CIMB Niaga Syariah A. Yani Kudus perlu menyiapkan melakukan sosialisasi secara berkesinambungan untuk menjelaskan faktor lokasi, karena berdasarkan penelitian, faktor lokasi yang merupakan faktor dominan mempengaruhi preferensi nasabah untuk menggunakan produk Bank CIMB Niaga Syariah, dengan adanya pemahaman tentang kemudahan akses tentu akan lebih mendorong nasabah dalam menggunakan produk Bank CIMB Niaga Syariah tersebut

4.2.2 Aspek Teoritis

Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti dengan cakupan yang lebih sempit agar pembahasan lebih mendalam (fokus), contohnya pembahasan terhadap kualitas pelayanan mengenai sistem informasi, kualitas pelayanan yang digunakan beserta pengukuran efektivitas pelayanan bank CIMB Niaga Syariah. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan model yang berbeda karena peneliti rasa belum dapat menjelaskan permasalahan penelitian secara mendetail. Adapun model yang peneliti sarankan untuk penelitian selanjutnya yaitu dengan menggunakan model yang lain seperti Technology Acceptance Model (TAM) menurut DeLone dan McLean (1992).

Daftar Pustaka:

- [1] Ergec, H. E. (2013). Reconciliation or Polarization in Islamic Bank Preference? Socio-Political, Socio-Economic and demographic Aspects: Ekisehir case in Turkey. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*. Volume 9, Issue 1, 1753-8394.
- [2] Rivai, Veitzhal, A., & Idroes, F. (2007). *Bank and Financial Institution Management : Conventional and Syariah System*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- [3] Nisviati. (2013). Studi Komparasi Kinerja Keuangan Bank Syariah Mandiri. *Cahaya Aktiva* Vol.03 No.2, 2302 – 240X.
- [4] Rodoni, A. (2006). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: CSES.
- [5] Nikensari, S. I. (2012). *Perbankan Syariah*. Semarang: Pustaka Rizki Saputra.
- [6] Kasmir. (2008). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Press.
- [7] Antonio. (2009). *Bank Syariah : Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- [8] Frank, R. H. (2011). *Microeconomics and Behavior*. Eighth edition. Hill International: Mc.Graw.
- [9] Yaya, Rizal, Martawireja, Erlangga, A., & Abdurahim, A. (2009). *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat.
- [10] Abdullah, & Firdaus. (2011). Managing Customer Preference for the food service industry. *International journal of innovation, management, and technology*. vol 2 no 6.
- [11] Indrawan, R., & Yaniawati, P. (2014). *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT. Refika Aditama.