



**FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG KEPUTUSAN
NASABAH MENABUNG PADA PRODUK SHAR-E
PT. BANK MUAMALAT INDONESIA
CABANG JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi syarat-syarat untuk menyelesaikan Program Studi Administrasi Niaga Non Reguler dan mencapai gelar Sarjana Sosial

Oleh :

**NILAM PALUPI BASTIT
NIM: 030910292039**

**PROGRAM STUDI NON REGULER
ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2006**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Almarhumah Ibunda Sri Sedayunah yang telah mengorbankan darah dan nyawa demi kelahiranku di dunia.
2. Bapak dan Ibu atas ketulusan doa dan kasih sayangnya.
3. Eyang Yoso dan Ibu Arum sekeluarga atas kasih dan jasa-jasa dalam hidupku.
4. Semua orang yang telah membantu dan menyayangi aku
5. Semua guru yang telah mengajarkan ilmu, akhlak dan budi pekerti.
6. Kakakku Hesti Ariani sekeluarga dan Kadafi sekeluarga.
7. Sahabat-sahabatku yang telah membantu kelancaran pengerjaan skripsi ini.
8. Teman-teman Administrasi Niaga Ekstensi.
9. Almamater tercinta.

MOTTO

“ Gabungkan 100% bisnis dengan 100% agama, dan bersihkan hati maka akan anda temukan sebuah kesempurnaan berbisnis“.

(Hermawan Kertajaya)

Gymnastiar, A., & Kertajaya, H. 2006. *Berbisnis dengan hati* [VCD]. Indonesia: Manajemen Qolbu.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nilam Palupi Bastit

NIM : 030910292039

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: “FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG PADA PRODUK SHAR-E PT. BANK MUAMALAT INDONESIA CABANG JEMBER” adalah benar-benar karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 8 Agustus 2006

Yang menyatakan,

Nilam Palupi Bastit
NIM.030910292039

PENGESAHAN

Skripsi ini diterima oleh fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember pada:

hari : Jum'at

tanggal : 21 Juli 2006

tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Jember

Tim penguji:

Ketua ,

Dwi Sungkowo, S.Sos, MP
NIP.132 094 127

Anggota ,

1. Drs. H. Sugeng Iswono ()
NIP: 131 415 664
2. Drs. Totok Supriyanto ()
NIP: 130 605 111
3. Drs. Poerwanto, MA ()
NIP: 131 403 359

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Dr. H. Uung Nasdia B.S.W, M.S.
NIP 130674836

RINGKASAN

Faktor-Faktor Yang Mendorong Keputusan Nasabah Menabung Pada Produk Shar-E PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Jember, Nilam Palupi Bastit, 030910292039, 2006, 67 Hlm.

Berdirinya Bank Syariah di Indonesia memberikan alternatif kepada masyarakat di dalam memutuskan memilih produk-produk perbankan syariah. Sebagai strategi pemasaran diperlukan mempelajari faktor-faktor apa sajakah yang mendorong nasabah memilih produk bank tersebut. tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong keputusan nasabah menabung pada produk Shar-E Bank Muamalat Cabang Jember.

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Jember pada bulan Februari sampai April 2006. Penelitian ini mempergunakan tipe deskriptif dengan pengambilan sampel yang dilakukan secara *purposive sampling* yaitu nasabah Shar-E yang melakukan transaksi di Bank Muamalat cabang Jember. Untuk menganalisa data mempergunakan tabel frekuensi.

Hasil yang diperoleh dari penelitian adalah faktor-faktor yang mendorong nasabah memilih Shar-E dengan persentase tertinggi dari faktor bauran pemasaran terdiri dari manfaat jasa; biaya jasa yang biasa saja; promosi berupa iklan; serta kemudahan mendapatkan produk. Dari faktor sosial ternyata didapat hasil bahwa keputusan menabung tidak terlalu didorong oleh kelompok referensi. Pada faktor psikologi diperoleh hasil bahwa nasabah menabung didorong oleh motivasi kemudahan menabung; kemudahan menarik uang tunai; bagi hasil. Dari segi keyakinan diperoleh hasil: keyakinan nasabah bahwa sistem bagi hasil Shar-E benar-benar berbeda dengan bunga bank konvensional; keyakinan Shar-E benar-benar halal; Shar-E menjadi pilihan yang menguntungkan. Faktor terakhir yang mendorong nasabah adalah faktor agama yaitu sistem bagi hasil Shar-E sudah sesuai dengan syariat Islam dan Shar-E menjadi pilihan yang menguntungkan bagi nasabah muslim maupun non muslim

Kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan dan data adalah faktor-faktor yang mendorong nasabah memilih produk Shar-E terdiri dari faktor *rasional* yaitu faktor bauran pemasaran yang terdiri dari kemudahan menabung; promosi; distribusi; harga. Faktor emosional yang terdiri dari keyakinan; psikologi; budaya. Faktor pribadi yang terdiri dari demografi, serta faktor *spiritual* yang terdiri dari sistem bagi hasil; keyakinan bahwa Shar-E dapat menjadi pilihan yang halal dan menguntungkan.

Shar-E merupakan produk perbankan yang mampu memberikan kekuatan pada *rasional market* berupa fasilitas dan kemudahan yang inovatif serta memiliki nilai tambah berupa *spiritual market* yaitu sistem bagi hasil sebagai ciri yang membedakan dengan produk tabungan pada bank konvensional.

Administrasi Niaga ekstensi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
HALAMAN MOTTO	
HALAMAN PERNYATAAN	
HALAMAN PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR	
RINGKASAN	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	
1.2 Pokok Permasalahan	
1.3 Tujuan Penelitian	
1.4 Manfaat Penelitian	
1.5 Metodologi Penelitian	
1.5.1 Tipe Penelitian.....	
1.5.2 Tahap-Tahap Penelitian.....	
1.5.3 Tahap Pengolahan Data.....	
1.5.4 Tahap Analisis Data.....	
1.5.5 Tahap Penarikan Kesimpulan.....	
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsepsi Dasar Teori	
2.1.1 Bank Umum Syariah.....	
2.1.2 Pemasaran Jasa.....	
2.1.3 Nasabah.....	
2.1.4 Perilaku Konsumen di dalam Proses Membeli.....	
2.1.5 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	

	di dalam Proses Membeli.....
2.1.6	Proses Pembelian Konsumen.....
2.2	Operasionalisasi Konsep.....
2.2.1	Faktor Bauran Pemasaran.....
2.2.2	Faktor Sosial.....
2.2.3	Faktor Pribadi
2.2.4	Faktor Psikologi.....
2.2.5	Faktor Budaya.....
BAB 3. PEMBAHASAN
3.1	Gambaran Umum Perusahaan
3.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan
3.1.2	Lokasi Bank
3.1.3	Visi dan Misi Perusahaan
3.1.4	Ketenaga Kerjaan
3.1.5	Struktur Organisasi
3.1.6	Fungsi Pokok Bank Muamalat
3.1.7	Kegiatan Usaha
3.2	Hasil dan Pembahasan
3.2.1	Faktor bauran Pemasaran
3.2.2	Faktor Sosial
3.2.3	Faktor-Faktor Pribadi
3.2.4	Faktor Psikologi
3.2.5	Faktor Budaya
3.3	Faktor-Faktor Dominan Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Produk Shar-E Pada Bank Muamalat Cabang Jember.....
BAB 4. KESIMPULAN DAN SARAN.
DAFTAR PUSTAKA.
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Perbandingan Antara Bank Syariah Dengan Bank Konvensional.....	
2. Jumlah Nasabah Shar-E	
3. Rangsangan Lainnya Dan Aplikasinya Perilaku Konsumen	
4. Rincian Jumlah Karyawan	
5. Produk-Produk Bank Muamalat	
6. Tanggapan Responden Terhadap Manfaat Fasilitas Jasa Shar-E	
7. Tanggapan Responden Terhadap Biaya Jasa Yang Harus Dibayar	
8. Tanggapan Responden Melihat Iklan Shar-E Di Media Cetak	
9. Tanggapan Responden Melihat Iklan Shar-E Di Media Elektronik	
10. Tanggapan Responden Tentang Penilaian Terhadap Iklan Shar-E	
11. Tanggapan Responden Tentang Kemudahan Mendapatkan Produk Shar-E	
12. Tanggapan Responden Terhadap Kelompok Referensi Yang Mempengaruhi Didalam Memilih Produk Shar-E	
13. Umur Responden	
14. Pendidikan Terakhir Responden	
15. Pekerjaan Responden	
16. Pendapatan Perbulan Responden	
17. Agama Responden	
18. Motivasi memilih Shar-E Karena Kemudahan Menabung	
19. Motivasi Menabung Karena Kemudahan Menarik Uang	
20. Motivasi menabung Karena Sistem Bagi Hasil	
21. Tanggapan Responden Terhadap Informasi Yang Disampaikan Melalui Iklan Shar-E	
22. Reaksi Responden Setelah Melihat Iklan Shar-E	
23. Tanggapan Responden Untuk Mencari Informasi Tambahan Tentang Shar-E	

24. Keyakinan Responden Bahwa Shar-E
Menjadi Pilihan Yang Halal Untuk Muslim
25. Keyakinan Responden Bahwa Shar-E
Menjadi Pilihan Yang Menguntungkan
26. Keyakinan Responden Bahwa Sistem Bagi Hasil Shar-E
Benar-Benar Berbeda Dengan Prinsip Bunga Bank Konvensional
27. Sikap Responden Setelah Menggunakan Shar-E
28. Tanggapan Responden Tentang Kesesuaian Sistem Bagi Hasil Dengan
Dengan Syariat Islam
29. Tanggapan Responden Tentang Produk Shar-E
Yang Dapat Menjadi Alternatif Berinvestasi
Yang Menguntungkan Bagi Nasabah Non Muslim

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Memilih Produk.....	
2. Tiga Komponen Sikap.....	
3. Proses Pembelian Konsumen.....	