

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH  
DALAM MEMILIH JENIS BANK  
(Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi Syariah)**

**Adinda Rahma Fauziah<sup>1)</sup>, Andini Nurmalasari<sup>2)</sup>, Burhanuddin Robbani<sup>3)</sup>, Dina Ecky Saputri<sup>4)</sup>, Haniva Khuratul Aini<sup>5)</sup>, Mia Lasmi Wardiyah<sup>6)</sup>**  
Akuntansi Syari'ah, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

Correspondence		
Email: <a href="mailto:adindarahma769@gmail.com">adindarahma769@gmail.com<sup>1)</sup></a> , <a href="mailto:andininrm278@gmail.com">andininrm278@gmail.com<sup>2)</sup></a> , <a href="mailto:buruhanbuy@gmail.com">buruhanbuy@gmail.com<sup>3)</sup></a> , <a href="mailto:dinaeki74@gmail.com">dinaeki74@gmail.com<sup>4)</sup></a> , <a href="mailto:khuratulainihaniva@gmail.com">khuratulainihaniva@gmail.com<sup>5)</sup></a> , <a href="mailto:mialasmiwardiyah@gmail.com">mialasmiwardiyah@gmail.com<sup>6)</sup></a>	No. Telp:	
Submitted: 12 Juni 2024	Accepted: 18 Juni 2024	Published: 19 Juni 2024

### ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence customer decisions in choosing the type of bank, both conventional banks and Islamic banks, especially among students of the State Islamic University Sunan Gunung Djati Bandung, using quantitative methods with a descriptive analysis approach. The factors studied include age, gender, source of income, nominal income, knowledge, perception, and religiosity. The results showed that the factors of age, gender, source of income, knowledge, and perception had a significant effect on customer decisions in choosing the type of bank, while the factors of religiosity and nominal income had no significant effect. Overall, 53.7% of respondents chose Islamic banks, while 46.3% chose conventional banks. This research provides valuable insights for banking institutions in developing effective marketing strategies to attract customers, especially among students.

**Keywords:** *Islamic banks, conventional banks, customer decisions, bank selection factors, university students.*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih jenis bank, baik bank konvensional maupun bank syariah khususnya di kalangan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Faktor-faktor yang diteliti meliputi usia, jenis kelamin, sumber pendapatan, nominal pendapatan, pengetahuan, persepsi, dan religiusitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor usia, jenis kelamin, sumber pendapatan, pengetahuan, dan persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih jenis bank, sedangkan faktor religiusitas dan nominal pendapatan tidak berpengaruh signifikan. Secara keseluruhan, 53,7% responden memilih bank syariah, sedangkan 46,3% memilih bank konvensional. Penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi institusi perbankan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik nasabah, khususnya di kalangan mahasiswa.

**Kata Kunci :** *Bank Syariah, bank konvensional, keputusan nasabah, faktor pemilihan bank, mahasiswa*

### PENDAHULUAN

Bank adalah entitas keuangan yang sangat penting dalam sistem keuangan suatu negara karena mereka menawarkan berbagai layanan keuangan yang dibutuhkan oleh masyarakat umum. Bank mendukung pertumbuhan ekonomi dengan memfasilitasi peredaran uang, memberikan pinjaman kepada usaha kecil dan menengah, dan mendorong pengembangan ekonomi secara keseluruhan. Sektor perbankan di Indonesia telah mengalami berbagai transformasi, dari sistem perbankan konvensional hingga munculnya perbankan syariah. Bank syariah menawarkan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dengan banyaknya pilihan bank yang tersedia, industri perbankan Indonesia semakin

kompetitif. Sebagai hasilnya, pelanggan menjadi lebih selektif dalam memilih bank yang paling sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka.

Masyarakat yang dibutuhkan oleh bank sebagai nasabah memiliki preferensi dan motivasi yang berbeda ketika mengevaluasi dan memilih bank. Elemen internal, seperti pengetahuan konsumen yang mewakili pertimbangan psikologis, sangat mempengaruhi penilaian tentang tabungan. Kemampuan nasabah untuk membuat keputusan pada akhirnya akan bergantung pada seberapa banyak informasi dan pengalaman yang mereka miliki dengan barang dan layanan yang mereka rencanakan untuk digunakan, terlepas dari seberapa besar pengaruh dari luar yang mereka terima.

Pemahaman terhadap elemen-elemen yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih jenis bank sangat penting bagi bank untuk menciptakan kampanye pemasaran yang berhasil dan meningkatkan daya saing mereka. Salah satu kategori elemen psikologis yang mempengaruhi perilaku dan keinginan konsumen dalam pengambilan keputusan adalah religiusitas. Oleh karena itu, penyelidikan lebih lanjut diperlukan untuk menentukan sejauh mana faktor internal, seperti karakteristik individu Muslim, memengaruhi keputusan memilih bank syariah. Pada intinya, elemen-elemen ini mengontrol bagaimana keputusan dibuat.

Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung adalah perguruan tinggi negeri yang berbasis Islam. Sebagai hasilnya, kami sedang mempelajari variabel-variabel yang memengaruhi pemilihan bank syariah oleh sejumlah mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung jurusan Akuntansi Syariah. Karakteristik-karakteristik ini termasuk persepsi, pengetahuan, dan religiusitas, di antara yang lain.

Banyak penelitian tentang variabel-variabel yang mempengaruhi pemilihan bank oleh konsumen telah dilakukan, dengan hasil yang bervariasi. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen membuat keputusan yang rumit tentang bank mana yang akan digunakan, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling terkait.

## METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian ini menggabungkan pendekatan analisis deskriptif dengan strategi penelitian kuantitatif. Karena data dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan langsung kepada responden, penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian survei. Kuesioner disebarkan kepada lima puluh mahasiswa di Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung jurusan Akuntansi Syariah. Kuesioner tersebut bertanya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan jenis bank yang digunakan mahasiswa. Data dari kuesioner dianalisis menggunakan statistik deskriptif.

## TINJAUAN

### Teori perilaku konsumen

Perilaku konsumen merupakan dasar dari keputusan pembelian konsumen; untuk barang dengan harga jual rendah (*low involvement*), proses pengambilan keputusannya sederhana; untuk barang dengan harga jual tinggi (*high involvement*), proses pengambilan keputusannya teliti. Perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan seseorang dalam pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, dan penilaian barang untuk memenuhi kebutuhan.

Perilaku konsumen adalah tindakan pelanggan dalam mencari, membeli, menggunakan, menilai, dan membuang barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Ini juga mencakup studi tentang kebiasaan pembelian, lokasi, dan keadaan konsumen terkait merek dan produk tertentu. Memahami perilaku konsumen sangat penting bagi manajer pemasaran dalam merancang strategi perusahaan. Dengan memantau perilaku konsumen, pemasar dapat membantu bisnis mempromosikan produk mereka lebih efektif.

### Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Dengan menganalisis perilaku konsumen, pemasar dapat membantu perusahaan untuk berhasil dalam memasarkan produknya, Menurut penjelasan Kotler dan Keller (2016) ialah sebagai berikut:

- a. Faktor Budaya

Variabel budaya mencakup sub-budaya yang memberikan identitas tambahan dan sosialisasi khusus bagi para anggotanya. Elemen budaya mencakup budaya (kultur) dan sub-budaya.

  - 1) Budaya

Dalam menentukan keinginan dan tindakan seseorang, Pemasar harus mempertimbangkan norma-norma budaya di setiap negara untuk menentukan cara terbaik mempromosikan produk yang sudah ada dan mengidentifikasi peluang untuk produk baru.
  - 2) Sub budaya

Kebangsaan, agama, kelompok etnis, dan lokasi geografis adalah contoh-contoh sub-budaya. Ketika sub-budaya menjadi besar dan cukup makmur, bisnis akan sering membuat kampanye pemasaran yang unik untuk melayani mereka.
- b. Faktor Sosial (Social Factor)

Di bawah ini adalah penjelasan tentang tiga kelompok: kelompok referensi, keluarga, peran, dan status.

  - 1) Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang mempengaruhi sikap atau perilaku seseorang, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kelompok ini berdampak pada keyakinan dan perilaku individu. Kelompok referensi mempengaruhi anggota dengan mendorong perilaku dan gaya hidup baru, mengubah sikap dan konsep diri, serta menekan untuk menyesuaikan diri, yang semuanya dapat memengaruhi keputusan produk dan merek.
  - 2) Keluarga

Keluarga adalah kelompok referensi utama yang paling penting. Kehidupan konsumen terbagi menjadi dua keluarga: keluarga orientasi (orang tua dan saudara) dan keluarga prokreasi (pasangan dan anak-anak).
  - 3) Peran dan Status

Orang bergabung dengan berbagai kelompok, klub, dan organisasi. Kelompok-kelompok ini berbagi pengetahuan berguna dan mengembangkan norma perilaku.
- c. Faktor Pribadi (Personal Factor)

Kualitas pribadi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Faktor pribadi ini meliputi:

  - 1) usia dan tahap siklus hidup

Konsumen membeli barang dan jasa berdasarkan usia dan tahap kehidupan mereka. Mereka juga dipengaruhi oleh siklus hidup keluarga, dan sebagai orang dewasa, mereka akan menghadapi berbagai perubahan dan pengalaman.
  - 2) Pekerjaan dan situasi ekonomi

Pekerjaan juga mempengaruhi perilaku belanja konsumen. Pemasar berusaha menargetkan kelompok pekerjaan yang sangat tertarik pada produk dan layanan mereka, dan mereka dapat menyediakan barang tertentu untuk kelompok-kelompok ini. Pemilihan produk juga sangat dipengaruhi oleh situasi keuangan seseorang.
  - 3) Kepribadian dan Konsep Diri

Setiap konsumen memiliki ciri-ciri pribadi yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka.
  - 4) Gaya Hidup

Perilaku konsumen dalam sub-budaya, kelas sosial ekonomi, dan pekerjaan yang sama dapat berbeda secara signifikan. Mereka memiliki gaya hidup yang sangat berbeda. Kehidupan konsumen dapat dipengaruhi oleh kendala keuangan atau waktu mereka.

### Bank Konvensional

Bank konvensional adalah bank yang memerlukan imbalan berupa sejumlah persentase dana tertentu untuk jangka waktu tertentu atau sejumlah imbalan tertentu berupa pembayaran bunga, baik dalam kegiatan penghimpunan maupun penyaluran dana. Saat ini sebagian besar bank yang beroperasi di

Indonesia adalah bank konvensional. Hal ini tidak lepas dari sejarah Indonesia. perbankan konvensional dimulai pada masa penjajahan Belanda.

Bank konvensional memiliki dua sumber pendapatan utama:

1. Pendapatan dari bunga : Di sini pendapatan utama bank konvensional adalah selisih antara bunga pinjaman dengan bunga yang di bayarkan dari pihak lain. Dalam hal ini, bank konvensional memberikan suku bunga pinjaman yang lebih tinggi kepada nasabahnya. Sebaliknya jika suku bunga dasar rendah maka bank akan memberikan suku bunga preferensi kepada nasabahnya. Hal ini dilakukan untuk menghasilkan keuntungan besar bagi bank umum.
2. Pendapatan dari jasa yang diberikan: Selain bunga, bank konvensional juga memperoleh keuntungan dari jasa yang diberikan.  
Contoh: Escrow, letter of credit (L/C), wire transfer, bank garansi.

### Bank Syariah

Pendirian bank syariah di Indonesia dimulai pada tahun 1992 dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia. Sejak saat itu, operasional perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan hingga saat ini. Menurut Pasal 1 Angka 1 UU Perbankan Syariah UU 4/2023, bank syariah adalah yang berkaitan dengan syariah, agama Islam. Hal ini terdapat pada badan usaha syariah dan mencakup aktivitas bisnis, organisasi, bahkan proses di mana aktivitas bisnis dilakukan. Prinsip perbankan syariah adalah kegiatan yang bebas dari riba, maisir, gharar, zhalim dan haram, Berikut artinya:

1. Riba: peningkatan pendapatan adalah haram dan tidak sesuai dengan hukum Islam.
2. Gharar: transaksi yang tidak jelas tujuannya, tidak diketahui keberadaannya, atau tidak dapat dilaporkan pada saat terjadinya transaksi.
3. Maisir: Apabila transaksi dihentikan sementara karena keadaan yang tidak menentu.
4. Haram : Transaksi yang dilarang menurut Islam.
5. Zalim : Transaksi yang menimbulkan kerugian bagi orang lain.

Lebih lanjut, fungsi bank syariah diatur dalam Pasal 4 UU Bank Syariah 4/2023 sebagai berikut:

1. Penggalangan dana dan penyaluran dana kepada masyarakat.
2. Mengumpulkan informasi, Zakat, hibah, sedekah, dana sosial, yang akan disalurkan kepada organisasi pengelola zakat.
3. Menghimpun dana sosial dari dana wakaf dan menyalurkannya kepada penyelenggara wakaf sesuai dengan keinginan masyarakat yang turut menyumbang wakaf.

Perbankan syariah berkembang berdasarkan beberapa faktor seperti:

1. Memenuhi kebutuhan masyarakat akan jasa perbankan berdasarkan prinsip syariah.
2. Memobilisasi lebih banyak investasi masyarakat pada sistem perbankan yang ada dapat mengoptimalkan investasi untuk mendukung percepatan pembangunan.
3. Meningkatkan keberlangsungan perbankan nasional melalui kegiatan seperti investasi beretika, penggantian bunga dengan prinsip bagi hasil, penolakan transaksi spekulatif yang kontraproduktif, dan pemberian kredit berbasis sektor riil
4. Bank syariah memberikan kesempatan kepada investor internasional untuk melakukan pinjaman dan transaksi keuangan sesuai dengan prinsip syariah Islam.

### Perbedaan antara Bank Konvensional dengan Bank Syariah

Perbedaan Bank Konvensional Dan Bank Syariah dapat dibedakan sebagai berikut :

	Bunga		Bagi Hasil
1.	Bunga dibebankan pada saat suatu kontrak dibuat dengan harapan perusahaan memperoleh keuntungan.	1.	Besaran bagi hasil disepakati pada saat akad, dengan mempertimbangkan kemungkinan untung atau rugi.
2.	Persentase yang ditentukan berdasarkan jumlah dana atau modal yang dipinjam.	2.	besaran bagi hasil akan ditentukan sesuai dengan besarnya keuntungan yang diperoleh.
3.	Naik turunnya suku bunga tergantung pada kondisi perekonomian dan suku bunga dapat berfluktuasi.	3.	Jika kontrak diubah berdasarkan kesepakatan bersama, maka besaran bagi hasil akan berubah. Jika kontrak tidak diubah, bagi hasil tidak akan berubah selama kontrak masih berlaku.
4.	Bunga yang dijanjikan tetap dibayarkan secara cuma-cuma, tidak peduli untung atau ruginya perseroan.	4.	Bagi hasil terjadi apabila suatu perusahaan memperoleh keuntungan. Jika perusahaan rugi maka kerugian-nya ditanggung bersama.
5.	Keuntungan meningkat signifikan, namun tingkat pembayaran bunga terus meningkat.	5.	Distribusi keuntungan meningkat seiring dengan peningkatan keuntungan.

Perbedaan lain antara bank konvensional dan bank syariah adalah:

#### 1. Tujuan Pendirian

Tujuan pendirian bank konvensional adalah untuk mengejar orientasi keuntungan dengan nilai-nilai mandiri atau eksploitasi prinsip-prinsip sosial secara umum. Di sisi lain, selain berorientasi pada keuntungan, bank syariah juga bertujuan untuk melaksanakan sosialisasi dan penerapan nilai-nilai syariah serta mengorientasikan kegiatan keuangan dengan mempertimbangkan aspek dunia dan akhirat.

#### 2. Prinsip Praktis

Bank Konvensional menggunakan prinsip-prinsip yang sah secara nasional dan internasional serta mematuhi hukum. Bank syariah, di sisi lain, didasarkan pada hukum Islam berdasarkan Al-Qur'an dan hadis, dan diatur oleh fatwa ulama untuk memastikan bahwa kegiatan mereka sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam.

#### 3. Sistem Operasional

Bank Konvensional menerapkan sistem dan pengaturan suku bunga berdasarkan peraturan nasional. Sebaliknya bank syariah menganut prinsip bunga itu riba, sehingga menerapkan perjanjian bagi hasil dan kuota sesuai kesepakatan antara nasabah dan bank.

#### 4. Pengawasan Kegiatan

Komite melakukan pengawasan terhadap kinerja kegiatan perbankan konvensional. Sedangkan bank syariah diawasi oleh Dewan Syariah Nasional, Dewan Pengawas Syariah, dan bahkan direksi bank.

#### 5. Proses Pengelolaan Kas

Pengelolaan kas pada bank konvensional ditujukan untuk kepentingan semua sektor usaha dalam batas hukum. Di sisi lain, penggunaan dana nasabah pada bank syariah harus sesuai dengan hukum Islam.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Karakteristik Responden

Sebanyak 54 teman dari jurusan Akuntansi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung diberikan kuesioner untuk diisi, dan ini menyediakan data dasar untuk penelitian tersebut. Adapun karakteristik responden berupa umur, jenis kelamin, sumber pendapatan, nominal, dan alasan memilih bank tersebut. Berikut ini merupakan data karakteristik responden secara keseluruhan:

Karakteristik	Bank Konvensional	Bank Syariah	Presentase
<b>Umur</b>			
18 tahun	1	0	1,9%
19 tahun	5	5	18,6%
20 tahun	8	16	44,4%
21 tahun	8	6	25,9%
22 tahun	1	2	5,6%
23 tahun	2	0	3,7%
	<b>25</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>
<b>Jenis Kelamin</b>			
Perempuan	23	24	87%
Laki-laki	2	5	13%
	<b>25</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>
<b>Sumber Pendapatan</b>			
Orang tua	22	17	72,2%
Orang tua dan kerja	2	9	20,4%
Kerja	1	3	7,4%
	<b>25</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>
<b>Nominal</b>			
Dibawah 1 juta	15	9	44,4%
Diatas 1 juta	10	20	55,6%
	<b>25</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>
<b>Alasan Memilih</b>			
Sistem yang lebih mudah	10	5	27,8%
Mudah di jangkau	11	3	25,9%
Rekomendasi orang	3	2	9,3%
Terhindar dari praktik riba	1	19	37%
	<b>25</b>	<b>29</b>	<b>100%</b>
<b>Presentase</b>	<b>46,3%</b>	<b>53,7%</b>	<b>100%</b>

Dari hasil pengambilan data mengenai keputusan nasabah dalam memilih jenis bank kita memperoleh hasil bahwa persentase yang lebih tinggi terdapat pada bank syariah yakni sebesar 53,7% dan sementara bank konvensional hanya memperoleh 46,3%. Namun persentase keduanya memiliki selisih yang tidak signifikan jauh berbeda.

## B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Mengenai Jenis Bank

### a. Dampak Usia terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Jenis Bank

Penelitian ini menunjukkan bagaimana pemilihan jenis bank dipengaruhi oleh usia. Menurut data yang kami kumpulkan, usia 18 tahun lebih cenderung memilih bank konvensional, sementara usia 19 tahun terbagi rata antara bank syariah dan konvensional. Usia 20 tahun tampaknya lebih menyukai bank syariah dibandingkan dengan usia 21 dan

23 tahun. Namun, usia 22 tahun lebih cenderung memilih bank syariah. Ini menunjukkan bahwa pemilihan jenis bank tidak terlalu bergantung pada usia seseorang.

**b. Dampak Jenis Kelamin pada Keputusan Nasabah untuk Memilih Jenis Bank**

Kami menyimpulkan dalam survei kami bahwa bank syariah biasanya lebih disukai daripada bank konvensional oleh kedua jenis kelamin. Jadi kami menyimpulkan bahwa jenis kelamin ini tidak terlalu berdampak dalam keputusan nasabah untuk memilih jenis bank tertentu.

**c. Dampak Sumber Pendapatan pada Keputusan Nasabah untuk Memilih Jenis Bank**

Hasil data yang kita ambil disimpulkan bahwa mahasiswa yang memperoleh sumber pendapatan dari orang tua cenderung memilih menyimpan uangnya di dalam bank konvensional. Sedangkan mahasiswa yang memperoleh sumber pendapatan dari orang tua serta bekerja dan mahasiswa yang bekerja cenderung lebih memilih bank syariah.

**d. Dampak Pengetahuan pada Keputusan Nasabah untuk Memilih Jenis Bank**

Penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pelanggan tentang jenis bank yang mereka pilih untuk berbisnis dan pilihan mereka terhadap bank syariah dipengaruhi secara positif oleh pengetahuan. Hasil ini sejalan dengan kerangka teoritis yang mengusulkan pengetahuan sebagai penentu yang mempengaruhi pilihan konsumen terhadap produk atau layanan. Sebelum membuat pilihan, seorang konsumen juga akan mencari informasi, seperti mengetahui tentang instrumen yang ditawarkan bank. Kita dapat menyimpulkan bahwa upaya sosialisasi bank tentang produk, operasi, dan aset lainnya sangat penting. Calon klien akan lebih mudah memahami instrumen ini melalui sosialisasi, yang akan meningkatkan kemungkinan mereka memilih bank tersebut. Selain itu, klien dari bank tertentu akan menjadi lebih berpengetahuan, memperkuat keputusan mereka untuk memilih bank tersebut.

**e. Dampak Impresi Pada Keputusan Nasabah untuk Memilih Jenis Bank**

Menurut penelitian ini, impresi pelanggan memiliki dampak besar pada pilihan jenis bank dan memiliki pengaruh positif terhadap pilihan mereka pada bank syariah. Pelanggan lebih cenderung memilih bank syariah ketika mereka memiliki opini yang lebih baik tentang bank syariah yang terutama karena terhindar dari riba. Persepsi adalah elemen kunci dalam mempengaruhi perilaku pelanggan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa persepsi pelanggan memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan yang dibuat pelanggan saat memilih layanan atau produk perbankan. Dalam perbankan, impresi sangat penting untuk pembuatan dan pelaksanaan rencana pemasaran.

**f. Dampak Agama Terhadap Keputusan Konsumen Mengenai Pemilihan Jenis Bank**

Penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pelanggan tentang jenis bank yang mereka pilih tidak dipengaruhi secara signifikan oleh keyakinan agama mereka. Variabel religiusitas memiliki pengaruh yang sangat kecil terhadap model meskipun tidak signifikan secara statistik; faktanya, mungkin penting dalam penelitian di masa depan. Penelitian ini mengungkapkan bahwa 54 responden memiliki skor positif pada setiap indikator yang menunjukkan tingkat religiusitas mereka, meskipun pengaruhnya tidak bermakna. Ini menunjukkan bahwa preferensi mereka terhadap sistem perbankan tertentu tidak bergantung pada tingkat religiusitas mereka. Menanggapi pertanyaan terbuka, sebagian besar responden mengatakan mereka tidak memilih bank berdasarkan keyakinan agama halal atau haram. Sebaliknya, mereka memilih bank berdasarkan layanan seperti karena mudah di akses, mudah dijangkau, dan adapun memang memperoleh rekomendasi dari saudara atau dari orang lain.

**g. Dampak Nominal Pendapatan terhadap Keputusan Jenis Bank yang Dibuat oleh Pelanggan**

Telah ditunjukkan dalam penelitian ini bahwa keputusan pelanggan mengenai jenis bank yang mereka pilih sangat dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi dengan nilai negatif. Ini

menunjukkan bahwa responden yang mempertimbangkan faktor ekonomi lebih cenderung memilih perbankan konvensional daripada perbankan syariah. Faktor ekonomi memiliki dampak merugikan pada jenis bank yang dipilih pelanggan. Hal ini mungkin terjadi karena, sebagaimana diindikasikan oleh 53,7% dari semua responden, mayoritas responden mempercayai kepada bank syariah. Kami menyimpulkan bahwa biaya yang dikeluarkan oleh masing-masing bank dianggap hampir sama menguntungkannya. Hal ini mungkin juga disebabkan oleh ketidak tahuan responden tentang biaya yang terkait dengan bank tertentu. Selain itu, biaya kecil yang ditawarkan oleh masing-masing bank memiliki sedikit pengaruh terhadap preferensi responden.

## KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa keputusan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung dalam memilih jenis bank dipengaruhi oleh beberapa faktor kunci. Persepsi dan pengetahuan nasabah terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pemilihan bank syariah, menunjukkan pentingnya edukasi dan sosialisasi produk perbankan syariah. Sementara itu, faktor usia dan jenis kelamin tidak menunjukkan pengaruh yang konsisten. Sumber pendapatan mahasiswa juga mempengaruhi pilihan mereka, dengan mereka yang bekerja cenderung memilih bank syariah. Menariknya, meskipun responden menunjukkan tingkat religiusitas yang tinggi, faktor ini tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pemilihan jenis bank. Faktor ekonomi justru memiliki pengaruh negatif terhadap pemilihan bank syariah, dimana responden yang mempertimbangkan faktor ini cenderung memilih bank konvensional. Secara keseluruhan, terdapat preferensi sedikit lebih tinggi terhadap bank syariah dibandingkan bank konvensional di kalangan responden. Kemudahan akses, jangkauan, dan rekomendasi dari orang lain juga menjadi pertimbangan penting. Temuan-temuan ini menekankan pentingnya bagi institusi perbankan, terutama bank syariah, untuk meningkatkan edukasi, memperbaiki persepsi, dan mempertimbangkan faktor-faktor ini dalam merancang strategi pemasaran yang efektif untuk menarik nasabah muda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Jefri Putri Nugraha, dkk. 2021, *Teori Perilaku Konsumen*, PT. Nasya Expanding Management (Penerbit NEM - Anggota IKAPI)
- Muh. Rusdi, Sunarti dan Nurul Fadillah Syafar. 2020. artikel “ Perbankan Konvensional Versus Perbankan Syariah dalam Realitas Sosiologisnya”.
- Redaksi OCBC NISP. 2023. artikel “10 Perbedaan bank syariah dan bank konvensional wajib anda tahu!”.
- SD Arianto, 2021, *Teori Perilaku Konsumen*, Institut Agama Islam Negeri Kudus