

**ANALISIS KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH JENIS BANK:
PENERAPAN MODEL REGRESI LOGISTIK BINER
(STUDI KASUS PADA BANK BRI CABANG BALIKPAPAN)**

Saiful Ghozi, Ramli, Asri Setiarini

Program Studi Perbankan dan Keuangan, Politeknik Negeri Balikpapan

e-mail: saiful.ghozi@poltekba.ac.id

DOI: 10.14710/medstat.11.1.17-26

Article Info:

Received: 15 November 2017

Accepted: 26 July 2018

Available Online: 20 August 2018

Keywords:

*Binary Logistic Regression,
Decision, Sharia Bank*

Abstract: This paper analyze factors that influence customer preference between conventional and sharia bank, and which factor is the most dominant. The study was conducted in Balikpapan city from May 2017 until August 2017. The sample is 25 customers of BRI Sharia and 31 customers of conventional BRI. Statistical analysis model used in this paper is Binary Logistics Regression. There are 8 predictor variables to be analyzed to know their effect to customer decision in choosing bank between sharia bank and conventional bank. The variables are: knowledge of respondents about sharia bank (X_1), knowledge of respondents about the difference between conventional and sharia banks (X_2), knowledge of respondents about products offered by sharia bank (X_3), promotion of sharia bank via printed media (X_4), promotion of sharia bank via electronic media (X_5), promotion of sharia bank in social activities (X_6), the customer's efforts to observe religious orders (X_7), and the customer's efforts to avoid the religious prohibitions (X_8). The results of individual significance test indicate that knowledge of respondents about sharia bank, and promotion of sharia bank through electronic media has significant effect to the customer's decision in choosing bank. And the most significant effect is promotion through electronic media (X_5).

1. PENDAHULUAN

Hingga Juli 2017, total aset perbankan syariah di Indonesia sudah mencapai Rp 388,65 triliun atau berkontribusi 5,46% terhadap aset perbankan nasional. Namun angka tersebut masih kalah jauh dibandingkan dengan perbankan syariah Malaysia yang sudah mencapai kontribusi 23% terhadap aset perbankan nasional (Laucereno, 2017).

Perkembangan bank syariah di Indonesia lima tahun terakhir terangkum dalam Tabel 1. Dari Tabel 1 terlihat bahwa dalam lima tahun terakhir jaringan kantor bank dan unit usaha perbankan syariah meningkat cukup pesat. Sementara itu di wilayah

Balikpapan, Kantor Perwakilan Bank Indonesia Balikpapan menyatakan bahwa himpunan dana pihak ketiga, aset, dan pembiayaan berhasil tumbuh positif secara *year on year* pada tahun 2016. Dimana aset perbankan syariah di kota Balikpapan tumbuh 7,20% atau setara Rp2,4 triliun, DPK tumbuh sebesar 0,58%, dan pembiayaan tumbuh 7,03% (Zulkarnaen, 2017).

Tabel 1 Statistik Perbankan Syariah di Indonesia

Statistik	2012 (Februari)	2017 (Januari)
Jumlah Bank Umum Syariah	11	13
Jumlah Unit Usaha Syariah	24	150
Jaringan kantor diseluruh	2.380	2.555
Tota Aset BUS dan UUS	149,3 Triliun	344,920 Triliun

Sumber: Diolah dari Statistik Perbankan Syariah (SPS) OJK (Otoritas Jasa Keuangan, 2017)

Dalam proses pengembangannya, perbankan syariah kini tidak lagi mengandalkan ”spiritual market” yang hanya diisi oleh segmen syariah loyalist, yaitu mereka yang memilih bank semata-mata hanya karena alasan agama. Segmen yang digarap oleh bank syariah kecenderungannya sekarang mulai bergeser dari syariah loyalist ke *floating market* (Alamsyah, 2012). Hal ini karena masyarakat sudah semakin rasional, dengan tetap mengutamakan kualitas pelayanan serta benefit lainnya yang ditawarkan daripada hanya dengan melakukan pendekatan emosional

Untuk itu dalam rangka menarik minat masyarakat dalam memilih layanan keuangan, maka bank syariah perlu melakukan langkah- langkah yang tepat sehingga semakin diminati masyarakat. Langkah – langkah tersebut selain dari kajian empiris, juga berdasarkan kajian ilmiah untuk memperkuat keputusan dalam pengambilan kebijakan perusahaan. Tulisan ini membahas analisis keputusan nasabah dalam memilih layanan bank dengan cara menganalisa hubungan antara variabel keputusan nasabah dalam memilih layanan bank (variabel respon) dan beberapa variabel prediktornya menggunakan analisis regresi logistik biner. Hal ini bertujuan untuk mengetahui faktor- faktor yang menjadi penentu keputusan calon nasabah dalam memilih jenis bank, antara bank konvensional dan bank syariah khususnya di kota Balikpapan.

Model regresi dalam penelitian ini adalah model regresi logistik biner karena variabel responnya merupakan variabel biner, dimana hanya ada 2 nilai yaitu keputusan nasabah memilih bank syariah (1) dan keputusan nasabah memilih bank konvensional (0). Hasil penelitian selain dalam rangka penerapan ilmu statistika dalam dunia perbankan, juga untuk menghasilkan masukan dan rekomendasi dalam pengembangan perbankan syariah di Indonesia. Untuk itu permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah : (1) Bagaimana menerapkan metode analisis regresi logistik biner dalam analisis keputusan nasabah dalam menabung; (2) Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah; dan (3) Faktor manakah yang paling dominan terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Analisis Regresi Logistik Biner

Regresi logistik adalah bagian dari analisis regresi yang digunakan untuk menganalisis variabel dependen yang bersifat kategori dan variabel independen bersifat kategori, kontinu, atau gabungan dari keduanya. Model regresi logistik biner digunakan untuk menganalisa hubungan antara satu variabel respon (variabel tak bebas) dan beberapa variabel bebas, dengan variabel responnya berupa data kualitatif dikotomi yaitu bernilai 1 untuk menyatakan keberadaan sebuah karakteristik dan bernilai 0 untuk menyatakan ketidakberadaan sebuah karakteristik (Agresti, 2007). Model regresi logistik tersebut adalah:

$$\pi(x_i) = \frac{e^{(\beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \dots + \beta_p x_{pi})}}{1 + e^{(\beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \dots + \beta_p x_{pi})}} \quad (1)$$

Persamaan (1) memiliki bentuk yang tidak linier, untuk itu agar menjadi linier maka digunakan transformasi log atau biasa disebut transformasi logit. Sehingga logit dari $\pi(x_i)$ adalah:

$$\ln\left(\frac{\pi(x_i)}{1 - \pi(x_i)}\right) = \beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \dots + \beta_p x_{pi} \quad (2)$$

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas, maka dilakukan uji signifikansi parameter baik secara keseluruhan maupun secara individu. Statistik uji yang digunakan dalam uji keseluruhan adalah uji G atau *likelihood ratio test*. Sedangkan statistik uji yang digunakan dalam uji parsial adalah statistik uji *Wald* (Hosmer & Lemeshow, 2000).

2.1.1. Uji Signifikansi Secara Keseluruhan

Uji yang pertama kali dilakukan adalah pengujian peranan parameter di dalam model secara keseluruhan yaitu dengan hipotesis sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_p = 0 \quad (\text{model tidak berarti})$$

$$H_1 : \text{paling sedikit ada satu koefisien } \beta_i \neq 0 \quad (\text{model berarti})$$

$$i = 1, 2, 3, \dots, p$$

Statistik uji yang digunakan:

$$G = -2 \left[\log\left(\frac{l_0}{l_1}\right) - \log(l_1) \right] = -2(L_0 - L_1) \quad (3)$$

dengan

l_0 : Nilai maksimum fungsi kemungkinan untuk model dibawah hipotesis nol

l_1 : Nilai maksimum fungsi kemungkinan untuk model dibawah hipotesis alternatif

L_0 : Nilai maksimum fungsi log kemungkinan untuk model dibawah hipotesis nol

L_1 : Nilai maksimum fungsi log kemungkinan untuk model dibawah hipotesis alternatif

Nilai G tersebut mengikuti distribusi *Chi-square* dengan $df = p$. Jika menggunakan taraf nyata sebesar α , maka kriteria ujinya adalah tolak H_0 jika $G \geq X_{(p)}^2$ atau $p\text{-value} \leq \alpha$, dan terima H_0 dalam hal lain.

2.1.2. Uji Signifikansi Secara Individual

Uji signifikansi parameter secara individual dilakukan dengan menggunakan *Wald Test* dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_i = 0 \quad (\text{koefisien logit tidak signifikan terhadap model})$$

$$H_1 : \beta_i \neq 0 \quad (\text{koefisien logit signifikan terhadap model})$$

$$i = 1, 2, 3, \dots, p$$

Dengan statistik uji:

$$W^2 = \left[\frac{\hat{\beta}}{SE(\hat{\beta}_i)} \right] \quad (4)$$

dengan

$$\hat{\beta} \quad : \text{nilai estimasi parameter regresi}$$

$$SE(\hat{\beta}_i) \quad : \text{adalah standar error.}$$

Nilai kuadrat W tersebut mengikuti distribusi *Chi-square* dengan $df = 1$. Jika $W^2 \geq X_{(1,\alpha)}^2$ atau $p\text{-value} \leq \alpha$ maka H_0 ditolak, dan H_1 diterima jika sebaliknya.

2.1.3. Uji Kecocokan Model (*Goodnes of fit test*)

Uji yang dipakai untuk menguji kecocokan model dalam regresi logistik adalah uji *Hosmer-Lemeshow* dengan hipotesis sebagai berikut:

$$H_0 : \pi(x_i) = \frac{\exp(\beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \dots + \beta_p x_{pi})}{1 + \exp(\beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \dots + \beta_p x_{pi})}$$

(model sesuai atau tidak perbedaan antara observasi dan prediksi)

$$H_1 : \pi(x_i) = \frac{\exp(\beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \dots + \beta_p x_{pi})}{1 + \exp(\beta_0 + \beta_1 x_{1i} + \beta_2 x_{2i} + \dots + \beta_p x_{pi})}$$

(model sesuai atau tidak perbedaan antara observasi dan prediksi)

$$i = 1, 2, 3, \dots, p$$

Statistik *Hosmer-Lemeshow* mengikuti distribusi *Chi-square* dengan $df = g - 2$ dimana g adalah banyaknya kelompok (Hosmer & Lemeshow 2000), dengan rumus sebagai berikut:

$$X_{HL}^2 = \sum_{i=1}^g \frac{(O_i - N_i \pi_i)^2}{N_i \pi_i (1 - \pi_i)} \quad (5)$$

dengan

$$N_i \quad : \text{total frekuensi pengamatan kelompok ke-}i$$

$$O_i \quad : \text{frekuensi pengamatan kelompok ke-}i$$

$$\pi_i \quad : \text{rata-rata taksiran peluang kelompok ke-}i$$

Uji kecocokan model dilakukan dengan membandingkan nilai *Chi-square* yang diperoleh dengan nilai *Chi-square* pada tabel dengan $df = g - 2$. Jika $X_{HL}^2 \geq X_{(g-2)}^2$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2.2. Penelitian Terdahulu

Untuk menentukan variabel prediktor terhadap keputusan nasabah apakah memilih bank syariah atau bank konvensional, berikut dikaji beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan. Diantaranya Haris (2015) yang menunjukkan bahwa hasil analisis regresi logistik menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi preferensi nasabah terhadap bank syariah di DKI Jakarta adalah pendidikan, pengetahuan, pengeluaran rumah tangga, dan fasilitas. Selain itu Asrah (2017) menyatakan bahwa variabel religiusitas dan variabel produk tidak berpengaruh, sedangkan variabel pelayanan, promosi dan bagi hasil berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menabung di BNI Syariah Cabang Makassar

Penelitian lain menyatakan bahwa keputusan nasabah dalam membuat keputusan memilih atau tidak memilih bank syariah di Malang dipengaruhi oleh variabel karakteristik bank syariah, variabel pelayanan dan kepercayaan pada bank, variabel pengetahuan dan variabel obyek fisik bank. Dan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan nasabah adalah variabel pelayanan dan kepercayaan pada bank (Masiki 2010).

Model regresi logistik juga digunakan oleh Ahsanul Haque (2009) untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah di Malaysia. Dimana kesimpulannya menegaskan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan dari kualitas layanan, ketersediaan layanan, perspektif sosial dan agama dan kepercayaan terhadap bank dengan persepsi pelanggan tentang bank Islam. (Haque et al. 2009)

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei sampai dengan Agustus 2017 di kota Balikpapan, Kalimantan Timur. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diambil melalui kuisisioner sebanyak 56 responden, dimana 25 responden diambil di BRI Syariah Cabang Balikpapan dan 31 responden diambil di BRI konvensional Cabang Balikpapan.

Variabel penelitian yang digunakan untuk model regresi logistik biner dalam penelitian ini terdiri dari variabel respon dan variabel prediktor. Berikut merupakan tabel yang menjelaskan variabel respon (Y) dan variabel prediktor (X) beserta rincian data yang akan diolah menggunakan analisis statistik regresi logistik biner.

Langkah-langkah dalam penelitian adalah sebagai berikut

1. Mengidentifikasi variabel-variabel dan definisi operasional
2. Mengumpulkan data primer dengan kuisisioner kepada responden penelitian
3. Membuat statistik deskriptif berdasarkan data yang telah diperoleh
4. Pembentukan model awal regresi logistik biner
5. Pengujian rasio likelihood untuk model awal regresi logistik biner
6. Pengujian wald untuk model awal regresi logistik biner
7. Pembentukan model akhir regresi logistik biner
8. Melakukan estimasi parameter berdasarkan model terbaik yang diperoleh

9. Pengujian *goodness of fit* untuk model akhir regresi logistik biner
10. Menyimpulkan hasil analisis

Tabel 2 Definisi Operasional Variabel dan Tabulasi data Primer

	Variabel	Definisi Operasional	Jumlah
Variabel Respon	Keputusan responden (Y)	0 = responden menabung di bank konvensional (BRI)	25
		1= responden menabung di bank syariah (BRI)	31
Variabel Prediktor	Pengetahuan responden tentang bank syariah (X ₁)	0 = responden tidak mengetahui 1 = responden mengetahui	26 30
	Pengetahuan responden tentang perbedaan bank syariah dan konvensional (X ₂)	0 = responden tidak mengetahui 1 = responden mengetahui	20 36
	Pengetahuan responden tentang produk layanan bank syariah (BRI) (X ₃)	0 = responden tidak mengetahui 1 = responden mengetahui	32 24
	Promosi BRI syariah via media cetak(X ₄)	0 = responden tidak pernah menyimak promosi 1 = responden pernah menyimak promosi	17 39
	Promosi BRI syariah via media elektronik (X ₅)	0 = responden tidak pernah menyimak promosi 1 = responden pernah menyimak promosi	16 40
	Promosi BRI syariah di kegiatan kemasyarakatan (X ₆)	0 = responden tidak pernah menyimak promosi 1 = responden pernah menyimak promosi	28 28
	Usaha responden untuk menjalankan perintah agama Islam (X ₇)	0 = tidak berusaha 1 = kurang berusaha 2 = berusaha 3 = sangat berusaha	0 0 19 37
	Usaha responden menjauhi larangan agama Islam (X ₈)	0 = tidak berusaha 1 = kurang berusaha 2 = berusaha 3 = sangat berusaha	0 0 24 32

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Model Awal Regresi Logistik Biner

Hal pertama yang dilakukan adalah menentukan model awal persamaan regresi logistik binernya, dimana didapatkan persamaan:

$$\ln\left(\frac{p_i}{1-p_i}\right) = 4,311 - 2,819 X_{1(1)} + 0,273 X_{2(1)} - 0,541 X_{3(1)} - 1,122 X_{4(1)} + 2,565 X_{5(1)} - 0,497 X_{6(1)} - 1,017 X_7 + 0,016X_8 \quad (6)$$

4.2. Uji Signifikansi Model

Uji yang pertama kali dilakukan adalah pengujian peranan parameter didalam model secara keseluruhan yaitu dengan hasil diberikan pada Tabel 3.

Tabel 3 Uji Signifikansi Model

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	51,984	0,360	0,482

Dari sajian data Tabel 3 didapatkan nilai statistik $G = -2(L_0 - L_1) = 51,984$. Sedangkan nilai *Chi-square* pada tabel dengan $\alpha = 0,05$ dan $df = 9$ adalah 16,919. Dapat dilihat bahwa $G \geq X_{(9)}^2$, yaitu $51,984 \geq 16,919$ akibatnya H_0 ditolak.

Kesimpulannya adalah terdapat paling sedikit satu koefisien yang berpengaruh signifikan pada taraf $\alpha = 0,05$. Koefisien determinasi regresi logistik sebesar 0,483 artinya kontribusi variabel prediktor sebesar 48,2%.

4.3. Uji Signifikansi Individual

Selanjutnya dilakukan uji signifikansi parameter secara individual dilakukan dengan menggunakan *Wald Test* dan diperoleh nilai statistik W^2 yang disajikan dalam Tabel 4.

Tabel 4 Nilai Statistik Uji Wald

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Keterangan
X6 ₍₁₎	-0,497	0,774	0,413	1	0,520	Tidak Signifikan
X5 ₍₁₎	2,565	1,178	4,746	1	0,029	Signifikan
X4 ₍₁₎	-1,122	1,032	1,181	1	0,277	Tidak Signifikan
X3 ₍₁₎	-0,541	0,790	0,468	1	0,494	Tidak Signifikan
X2 ₍₁₎	0,273	0,892	0,094	1	0,760	Tidak Signifikan
X1 ₍₁₎	-2,819	0,944	8,913	1	0,003	Signifikan
X7	-1,017	0,936	1,180	1	0,277	Tidak Signifikan
X8	0,016	0,890	0,000	1	0,985	Tidak Signifikan
konstanta	4,311	2,443	3,113	1	0,078	Tidak Signifikan

Kesimpulannya adalah variabel yang signifikan berpengaruh adalah variabel pengetahuan responden tentang bank syariah (X_1) dan variabel promosi BRI Syariah melalui media elektronik (X_5). Sedangkan variabel yang lain tidak signifikan.

4.4. Uji Kecocokan Model

Uji yang dipakai untuk menguji kecocokan model dalam regresi logistik adalah uji *Hosmer-Lemeshow*. Diperoleh uji statistik pada Tabel 5.

Tabel 5 Hasil Uji Hosmer-Lemeshow.

Chi-square	df	Sig.
8,105	7	0,323

Dari sajian Tabel 4 di atas terlihat bahwa nilai $X_{HL}^2 = 8,105$. Nilai *Chi-square* pada tabel dengan $df = 5$ adalah 11,07. Karena $X_{HL}^2 < X_{(g-2)}^2$, maka H_0 diterima.

Berdasarkan keputusan yang diperoleh, pada taraf signifikansi 5% dapat disimpulkan bahwa model sesuai atau tidak ada perbedaan antara observasi dan prediksi.

4.5. Pembentukan Model Akhir Persamaan Logistik Biner

Setelah model awal regresi logistik terbentuk, selanjutnya dibuat model regresi logistik baru dengan hanya memasukkan variabel pengetahuan responden tentang bank syariah (X_1) dan variabel promosi BRI Syariah melalui media elektronik (X_5). Setelah dilakukan uji signifikansi parameter dan uji Wald, didapatkan model akhir sebagai berikut.

$$\ln\left(\frac{p_i}{1-p_i}\right) = 1.134 - 2.846 X_{1(1)} + 1.668 X_{5(1)} \quad (7)$$

Kemudian dilakukan uji kecocokan model (*goodnes of fit*) sebagaimana model awal, dengan hipotesis:

H_0 : model sesuai atau tidak ada perbedaan antara observasi dan prediksi

H_1 : model tidak sesuai atau ada perbedaan antara observasi dan prediksi

Didapat nilai signifikansi $\alpha = 0,738$, sehingga H_0 diterima artinya model sesuai.

Berdasarkan keputusan yang diperoleh, pada taraf signifikansi 0,05 dapat disimpulkan bahwa model akhir sesuai atau tidak ada perbedaan antara observasi dan prediksi.

4.6. Pembahasan

Dari hasil uji signifikansi model awal diperoleh bahwa terdapat paling sedikit satu koefisien yang berpengaruh signifikan pada taraf $\alpha = 0,05$. Artinya dari 8 variabel prediktor yang dianalisis, terdapat minimal 1 variabel prediktor yang signifikan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank. Dan variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank adalah promosi BRI Syariah melalui media elektronik (X_5) dan pengetahuan responden tentang bank syariah (X_1).

Dari model akhir pada persamaan (7) didapatkan bahwa nilai slope dari variabel pengetahuan responden tentang bank syariah (X_1) adalah -2,846. Berdasarkan besaran $\ln\left(\frac{p_i}{1-p_i}\right) = -2,846$, maka nilai perbandingan resikonya adalah $\frac{p}{1-p} = e^{-2,846} = 0,058$. Artinya kecenderungan nasabah responden yang mengetahui bank syariah 0,0580 kali bila dibandingkan dengan nasabah yang tidak mengetahui bank syariah. Variabel pengetahuan responden terhadap bank syariah berpengaruh negatif terhadap keputusan responden memilih bank. Ini bertentangan dengan hipotesis bahwa pengetahuan nasabah akan berpengaruh positif terhadap keputusannya dalam memilih bank syariah. Hal ini terjadi karena jumlah sampel responden yang diambil kurang memadai dibandingkan dengan jumlah populasi nasabah BRI di Kota Balikpapan. Kesimpulan seperti ini dapat dikategorikan sebagai kesalahan tipe 1.

Sedangkan nilai slope variabel promosi BRI Syariah melalui media elektronik (X_5) adalah 1,688. Berdasarkan besaran $\ln\left(\frac{p_i}{1-p_i}\right) = 1,688$, maka nilai perbandingan resikonya adalah $\frac{p}{1-p} = e^{1,688} = 5,41$. Artinya kecenderungan nasabah yang menyimak promosi di media elektronik 5,41 kali bila dibandingkan dengan nasabah yang tidak menyimak promosi di media elektronik. Hal ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

Secara umum, hasil analisis regresi diatas sejalan dengan penelitian Rivai, dkk (2006) bahwa reponden yang menyatakan "tidak tertarik" untuk pindah dari bank konvensional ke bank syariah memberikan alasan utama disebabkan oleh; (a) informasi bank syariah tidak jelas, (b) tidak tahu tentang produk bank syariah, (c) terbatasnya jaringan kantor bank syariah, serta (d) saat ini belum membutuhkan layanan perbankan syariah (Rivai, et al. 2006). Lebih lanjut dikatakan bahwa faktor internal lebih dominan dibanding faktor eksternal bagi konsumen di dalam memilih jenis bank (konvensional versus syariah) (Rivai et al. 2006). Pernyataan tersebut berbeda dengan hasil pada penelitian ini yang mengatakan bahwa variabel promosi BRI Syariah melalui media elektronik (X_5) lebih besar pengaruhnya daripada variabel pengetahuan responden tentang bank syariah (X_1).

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, diantaranya jumlah sampel yang masih sedikit, variabel penjelas yang terbatas dan tidak mengendalikan variabel kontrol. Diharapkan ada penelitian lebih lanjut dengan jumlah responden yang lebih banyak sehingga generalisasi hasilnya lebih baik.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Terdapat 8 variabel prediktor yang diduga mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih layanan bank di Balikpapan, yakni pengetahuan responden tentang bank syariah (X_1), pengetahuan responden tentang perbedaan bank syariah dan konvensional (X_2), pengetahuan responden tentang produk layanan bank syariah (BRI) (X_3), promosi BRI syariah via media cetak (X_4), Promosi BRI syariah via media elektronik (X_5), promosi BRI syariah di kegiatan kemasyarakatan (X_6), usaha responden untuk menjalankan perintah agama Islam (X_7), dan usaha responden menjauhi larangan agama Islam (X_8).

Dengan menggunakan analisis regresi logistik biner didapatkan dua variabel prediktor yang berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan nasabah dalam memilih bank antara BRI syariah dan BRI konvensional, yakni variabel pengetahuan responden tentang bank syariah (X_1) (dengan nilai signifikansi 0,029), dan variabel promosi BRI Syariah melalui media elektronik (X_5) (dengan nilai signifikansi 0,03). Dan variabel yang paling besar pengaruhnya adalah variabel promosi melalui media elektronik (X_5).

5.2. Saran

Analisis lebih lanjut dengan Model Log Linier dapat dilakukan untuk hubungan antara variabel-variabel kategorik. Selain itu diperlukan analisis lebih lanjut secara kualitatif tentang karakter nasabah dan persepsinya terhadap keberadaan bank syariah. Serta ditambah objek bank tidak hanya pada satu bank sehingga generalisasi hasil analisisnya bisa lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini didanai oleh DIPA Poltekba Tahun Anggaran 2017 dengan nomor kontrak: 16/PL32.13/SPK-LT/2017. Terimakasih kami sampaikan kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Politeknik Negeri Balikpapan atas dukungan dana yang diberikan sehingga penelitian ini bisa terlaksana. Serta beberapa pihak yang terlibat

diantaranya: mahasiswa Program studi Perbankan dan Keuangan Politeknik Negeri Balikpapan yang terlibat, Bank BRI Cabang Sudirman Balikpapan, dan Bank BRI Syariah Cabang Balikpapan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agresti, A. 2007. *An Introduction to Categorical Data Analysis* Second Edi., A John Wiley & Sons.
- Alamsyah, H. 2012. Perkembangan dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia : Tantangan Dalam Menyongsong MEA 2015. In *Makalah disampaikan pada Ceramah Ilmiah Ikatan Ahli Ekonomi Islam (IAEI)*. pp. 1–8.
- Asrah, P. 2017. *Analisis Faktor- faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menabung di BNI Syariah Cabang Makasar*. Hasanudin University.
- Haque, A., Osman, J., dan Ismail, A.Z.H. 2009. Factor influences selection of Islamic banking: A study on Malaysian customer preferences. *American Journal of Applied Sciences*, 6(5), pp.922–928.
- Haris, M. 2015. *Analisis Faktor- faktor yang Memengaruhi Preferensi Nasabah terhadap Bank Syariah DKI Jakarta*. Insttut Pertanian Bogor.
- Hosmer, D.W. dan Lemeshow, S. 2000. *Applied Logistic Regression*, New York: A John Wiley & Sons.
- Laucereno, S.F., 2017. Soal Bank Syariah, Indonesia Kalah Telak dari Malaysia. *Detik Finance*, p.1. Available at: <https://finance.detik.com/moneter/d-3771337/soal-bank-syariah-indonesia-kalah-telak-dari-malaysia> [Accessed December 15, 2017].
- Masiki, G. 2010. Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malang. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 4(1), pp.43–57.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2017. *Statistik Perbankan Syariah Jan 2017*
- Rivai, H., dkk. 2006. Identifikasi faktor penentu keputusan konsumen dalam memilih jasa perbankan: Bank Syariah vs Bank konvensional. *Buletin Ekonomi, Moneter dan Perbankan*.
- Zulkarnaen, I. 2017. Perbankan Syariah Tumbuh Agresif di Balikpapan. *Kaltim Post*. Available at: www.antarakaltim.com/berita/3820/perkembangan-bank-syariah-di-balikpapan-menggembarakan [Accessed October 27, 2017].