



MENGUKUR KEPUTUSAN NASABAH MELALUI ANALISIS *BRAND ASSOCIATION* (Studi Kasus pada Bank Muamalat Indonesia – Cabang Bogor)

Oleh
Mumuh Mulyana Mubarak dan Ratih Puspitasari

Dosen Tetap Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan Bogor

ABSTRACT

This research examines of the questions to (1) the customer behaviour in choosing variety of products offered by Bank Muamalat Indonesia in Bogor, (2) any factors that could be dominant and have an opportunity to be developed, (3) what kind of brand association that are formed by customers of Bank Muamalat Indonesia in Bogor.

The main parameter in this research is based on The Respondent Characteristic Analysis and The Brand Association Analysis.

The present study investigates that Security and Services could create a Brand Association of Bank Muamalat Indonesia in Bogor. Finally, those Five attributes will be set as an image to the customers to describe the Bank Muamalat Indonesia in Bogor.

Keywords: Brand Association.

PENDAHULUAN

Dunia perbankan mengalami perkembangan yang pesat dan semakin berada pada kondisi persaingan yang semakin ketat. Salah satu trend yang muncul di tengah masyarakat adalah mulai meningkatnya minat masyarakat untuk menggunakan produk perbankan syariah.

Kesadaran masyarakat yang semakin tinggi terhadap pengamalan nilai-nilai Islam dalam kegiatan perekonomian adalah salah satu yang mela-tarbelakangi makin berkembangnya perbankan syariah di Indonesia.

Penghapusan sitem ribawi pada bank konvensional yang digantikan oleh sistem perbankan syariah yang berdampak kepada peningkatan kegiatan pertumbuhan ekonomi dan menekan tingkat inflasi dalam negeri. Iklim usaha yang akan berpindah dari usaha

non- riil yang haram menjadi usaha riil yang halal. Pembiayaan investasi dengan fasilitas bagi hasil dalam bank syariah yang akan memberikan kesempatan kepada masyarakat seluas-luasnya untuk berusaha secara harmonis dengan perbankan. Masyarakat akan menjadi mitra bank yang tidak lagi menghisap darah melalui mekanisme riba.

Beberapa keunggulan yang dimiliki oleh perbankan syariah tersebut merupakan hal yang menjadi daya tarik bagi masyarakat dalam pemilihan alternatif nasabah perbankan yang akhirnya kemudian memunculkan sebuah optimisme baru bagi lembaga-lembaga perbankan untuk mendirikan perbankan syariah dengan berbagai macam produk pilihan.

Tidak dipungkiri, perkembangan bisnis perbankan syariah yang pesat menimbulkan persaingan, sehingga bagi bank-bank tersebut

tentunya memerlukan suatu perencanaan yang matang dan strategi yang memadai.

Persaingan tentunya harus berlaku secara wajar yang ditentukan oleh keberhasilan dalam membina nasabah dengan profesionalisme dan pelayanan yang terbaik.

Strategi yang dilakukan haruslah komprehensif, dimulai dari dalam. Artinya instrumen-instrumen pemasaran yang dapat menarik konsumen untuk menentukan produk-produk yang ditawarkan, harus disiapkan sebaik mungkin.

Prinsip operasional syariah yang diterapkan pada produk-produk penghimpun dana masyarakat pada bank syariah menjadi dasar pertimbangan nasabah untuk menghimpun dananya pada bank syariah. Disamping promosi yang pada umumnya dapat membuat masyarakat menjadi tertarik.

Bank Muamalat Indonesia adalah salah satu bank syariah dan merupakan bank syariah yang pertama kali di Indonesia. Sebagai obyek yang akan diteliti adalah Bank Muamalat Indonesia cabang Bogor, dengan beberapa permasalahan yang dimaksud. Pertanyaan penelitian yang diajukan adalah:

- Bagaimana perilaku nasabah dalam melakukan pemilihan atas produk-produk syariah yang ditawarkan bank Muamalat Indonesia cabang Bogor?
- Peubah-peubah apa yang dominan dan berpeluang untuk dikembangkan.
- Asosiasi Merk yang bagaimana yang terbentuk atas bank Muamalat Indonesia cabang Bogor dalam benak nasabah.

Tujuan Penelitian ini adalah :

- Untuk mengetahui perilaku nasabah yang terbentuk dalam melakukan pemilihan atas produk-produk syariah yang ditawarkan bank Muamalat Indonesia cabang Bogor.
- Menganalisa peubah-peubah dominan yang mempengaruhi perilaku pemilihan atas produk-produk syariah nasabah Bank Muamalat Indonesia cabang Bogor, yang akhirnya menggambarkan tentang Asosiasi Merk Bank Muamalat Indonesia cabang Bogor.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode studi kasus, yaitu sebuah metode studi dalam penelitian yang perhatiannya pada suatu permasalahan dari suatu unit yang ditelaah (individu atau kelompok), kemudian penelaahannya dilakukan secara intensif, mendalam dan tuntas (Faisal, 1989). Obyek yang diteliti adalah Bank Muamalat Indonesia cabang Bogor di Jl. Pajajaran, Warung Jambu Bogor dan Nasabah Bank Muamalat Indonesia cabang Bogor.

Adapun cara memperoleh data, baik data primer maupun sekunder, dilakukan dengan cara Studi Literatur dan Penelitian Lapangan.

Analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah Analisis Brand Association dengan menggunakan **Cochran Q Test** sebagai alat analisis. Analisis ini merupakan analisis asosiasi dengan mengajukan pilihan-pilihan peubah yang mengambarkannya suatu merek. Dari sekian peubah yang dipilih konsumen/responden, akan dibuang peubah yang banyak mendapatkan jawaban TIDAK. Sampai akhirnya diperoleh peubah yang betul-betul menggambarkan suatu asosiasi atas merek dimaksud. Dengan metode ini, diharapkan unsur subjektivitas peneliti tidak ada sama sekali.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah Keragaman Produk, Pelayanan, Prosedur, Keamanan, ATM, Bunga/Bagi Hasil, Promosi, Lokasi Strategis, Transportasi dan Kantor Cabang mempunyai pengaruh terhadap pembentukan asosiasi merek atas Bank Muamalat Indonesia pada nasabah yang akhirnya berimplikasi pada pola pemilihan produk dalam menggunakan produk perbankan pada Bank Muamalat Indonesia cabang Bogor.

A. Jenis Data yang diperlukan

Adapun data-data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Untuk **Karakteristik Responden**
 - Data Jenis Pekerjaan Responden
 - Data Tingkat Usia Responden
 - Data Jumlah Penghasilan Responden
 - Data Produk Perbankan yang dimiliki para Responden

5. Data Jumlah Kunjungan Responden k Bank.
- b. Untuk **Analisis Brand Association**
Data tentang Persepsi atau Asosiasi Nasabah terhadap produk-produk Bank Muamalat Indonesia berdasar Keragaman Produk, Pelayanan, Prose-dur, Keamanan, ATM, Bunga/Bagi Hasil, Promosi, Lokasi Strategis, Transportasi dan Kantor Cabang

B. Teknik Pengambilan Sampel

Untuk melakukan analisis dalam penelitian ini diperlukan adanya sampel. Dan sampel yang akan dipergunakan tersebut ditentukan dengan teknik *Simple Random Sampling*. Jumlah responden yang dipergunakan dalam analisis ini ditentukan jumlahnya dengan menggunakan rumus **Slovin (1982)**, sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

dimana:

- n = Ukuran Sampel
- N = Ukuran Populasi
- e = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau dihindarkan

Dengan memperhatikan data jumlah nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Bogor, yaitu sebanyak 60.000 orang nasabah dan tingkat error (e) dalam penetapan responden = 10%, maka akan nampak perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{60.000}{1 + 60.000(0,10)^2}$$

$$n = \frac{60.000}{601} = 99,83$$

$$n = 100 \text{ (dibulatkan)}$$

berdasarkan perhitungan di atas, jumlah responden yang diberi kuisisioner dan dipergunakan jawabannya dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang responden.

C. Teknik Penganalisaan Data

Data-data yang Peneliti peroleh dianalisis dengan teknik analisis **Cochran Q Test**. Dengan metode ini, diharapkan unsur subyektifitas peneliti tidak ada sama sekali.

Langkah pertama yang dilakukan adalah menyusun daftar pertanyaan (kuisisioner) yang pilihan jawabannya YA dan TIDAK. Pertanyaan yang diajukan dalam Kuisisioner kepada responden merupakan jenis pertanyaan tertutup.

Untuk mengetahui atribut yang valid di antara atribut-atribut yang diajukan ke responden, dilakukanlah Cochran Q Test dengan prosedur sebagai berikut :

1. Hipotesis yang hendak diuji :

Ho : semua atribut yang diuji memiliki proporsi jawaban YA yang sama

Ha : semua atribut yang diuji memiliki proporsi jawaban YA yang berbeda

2. Mencari Q_{hitung} (Q_{hit}) dengan rumus sebagai berikut :

$$Q = \frac{(k-1) \left[k \sum_{j=1}^k C_j^2 - \left(\sum_{j=1}^k C_j \right)^2 \right]}{k \sum_{i=1}^n R_i - \sum_{i=1}^n R_i^2}$$

dimana:

- k = jumlah variabel
- n = jumlah responden (pengamatan)
- C_j = Total respon pada j variabel
- R_i = Total respon pada i pengamatan

3. Penentuan Q_{tabel} (Q_{tab}) :

Dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05, derajat kebebasan (dk) = df = k - 1, maka diperoleh Q_{tab} (0,05; df) dari tabel Chi Square Distribution.

4. Dasar Pengambilan Keputusan :

Tolak Ho dan terima Ha, jika $Q_{hit} > Q_{tab}$

Terima Ho dan tolak Ha, jika $Q_{hit} < Q_{tab}$

5. Kesimpulan :

- Jika tolak Ho berarti proporsi jawaban YA masih berbeda pada semua atribut. Artinya, belum ada kesepakatan di antara para responden tentang atribut.

- Jika terima H_0 berarti proporsi jawaban YA pada semua atribut dianggap sama. Dengan demikian, semua responden dianggap sepekat mengenai semua atribut sebagai faktor yang dipertimbangkan.

Pengujian dilakukan sampai dinyatakan H_0 diterima, yaitu jika $Q_{hit} < Q_{tab}$. Apabila pada pengujian $Q_{hit} > Q_{tab}$, maka akan dibuang atribut yang memiliki jawaban YA yang paling sedikit. Kemudian dilakukan pengujian kembali. Demikian seterusnya, sampai dapat dinyatakan H_0 diterima.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Kuisisioner yang disebar kepada 100 orang nasabah Bank Muamalat Indonesia digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik responden dalam menduga ekspektasinya terhadap jenis produk bank. Selengkapnya data Responden dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Jenis Pekerjaan Responden

JENIS PEKERJAAN	%
Pelajar / Mahasiswa	34%
Wiraswasta	11%
Profesional	2%
Karyawan Swasta/Negeri	42%
Ibu Rumah Tangga	8%
Pensiunan	3%
TOTAL	100%

2. Tingkat Usia Responden

TINGKAT USIA	%
< 20 Tahun	24%
21 – 30 Tahun	34%
31 – 40 Tahun	9%
41 – 50 Tahun	29%
> 50 Tahun	4%
TOTAL	100%

3. Penghasilan per Bulan

BESARNYA DANA	%
< Rp 100.000	-
Rp 100.000 – Rp 500.000	27%
Rp 510.000 – Rp 1.000.000	16%
Rp 1.000.000 – Rp 1.500.000	12%
Rp 1.510.000 – Rp 2.000.000	22%
> Rp 2.000.000	23%

TOTAL	100%
--------------	-------------

4. Produk Perbankan yang dimiliki

TINGKAT USIA	%
Tabungan	81%
Deposito	6%
Giro	5%
Kartu Kredit	1%
Lainnya	7%
TOTAL	100%

5. Jumlah Kunjungan ke Bank dlm Sebulan

TINGKAT USIA	%
1 kali	29%
2 kali	34%
3 kali	12%
4 kali	13%
> 4 kali	17%
TOTAL	100%

B. Analisis Brand Association

Brand Association dari konsumen merupakan suatu gambaran yang muncul di benak konsumen di kala ditanya tentang suatu merek tertentu. Asosiasi ini terbentuk dengan sendirinya dan dapat pula dibentuk dengan upaya-upaya/strategi pemasaran dari perusahaan.

Untuk mengukur atau mengidentifikasi asosiasi tersebut, dapat ditetapkan dengan melakukan Uji Cochran (Cochran Q Test). Dalam melakukan proses pengujian ini, diperlukan kuisisioner dengan daftar pertanyaan dan jawaban yang sudah tersedia. Pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner tersebut, berupa pertanyaan tertutup, dengan pilihan jawaban YA dan TIDAK.

Lambang A1, A2, A3 dan seterusnya, merupakan lambang dari masing-masing atribut. A1 adalah atribut pertama (Keragaman Produk) dan seterusnya.

Tabel 5. Rekapitulasi Hasil Penelitian

A T R I B U T	Lambang	Jawab YA	Jawab TIDAK
Keragaman Produk	A1	78	22
Pelayanan	A2	88	12

Prosedur	A3	73	27
Kecamatan	A4	93	7
ATM	A5	70	30
Bunga/Bagi Hasil	A6	7	93
Promosi	A7	46	54
Lokasi Strategis	A8	71	29
Transportasi	A9	72	28
Kantor Cabang	A10	62	38

dengan melalui beberapa tahap pengujian, sampai diperoleh atribut-atribut yang dominan memperoleh jawaban YA.

Hipotesis yang dipergunakan dalam Pengujian ini adalah sebagai berikut :

Ho : semua atribut yang diuji memiliki proporsi jawaban YA yang sama

Ha : semua atribut yang diuji memiliki proporsi jawaban YA yang berbeda

Dengan menggunakan data di atas, Cochran Q-Test dilakukan. Maksud yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui atribut yang valid, yang menggambarkan asosiasi nasabah terhadap Bank Muamalat Indonesia Cabang Bogor. Atribut-atribut tersebut akan diproses

PENGUJIAN I

Untuk keperluan pengujian tahap I, data hasil penelitian di atas diolah, sehingga menghasilkan tabel sebagai berikut :

Tabel 6. Tampilan Data untuk Pengujian I

Ci	ATRIBUT										Ri	Ri ²
	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10		
78	88	73	93	70	7	46	71	72	62	660	4846	
Ci ²	6084	7744	5329	8649	4900	49	2116	5041	5184	3844	48940	

Dengan data Tabel 6, diketahui :

C = 10

$$\sum_{i=1}^{100} Ri = 660$$

$$\sum_{i=1}^{100} Ri^2 = 4846$$

$$\sum_{i=1}^8 Cj = 660$$

$$\sum_{i=1}^8 Cj^2 = 48.940$$

dengan demikian, Q hitung dapat ditentukan sebagai berikut :

$$Q = \frac{(10 - 1) [10(48.940) - 660^2]}{10(660) - 4846}$$

Q = 276,05473 = 276,0547

Dengan α = 0,05, dk = 10 - 1 = 9, diperoleh Q Tabel (Q_{Tab}) (0,05 ; 9) = 14,0671.

Keputusan Pengujian I :

Tolak Ho karena Q hitung (276,055) > Q Tab (14,0671).

Dari perhitungan tersebut, dapat dinyatakan pada Pengujian I, yang melibatkan 10 atribut, belum terdapat kesamaan pendapat nasabah tentang atribut-atribut tersebut secara bersamaan.

PENGUJIAN II

Dengan demikian, perlu dilakukan Pengujian II dengan membuang atribut yang memiliki proporsi jawaban YA paling kecil, yaitu atribut “Bunga/Bagi Hasil” (A6).

Tabel 7. Tampilan Data untuk Pengujian II

Ci	ATRIBUT									Ri	Ri ²
	A1	A2	A3	A4	A5	A7	A8	A9	A10		
78	88	73	93	70	46	71	72	62	653	4749	

Ci²	6084	7744	5329	8649	4900	2116	5041	5184	3844	48891	
-----------------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	--------------	--

Setelah membuang satu atribut yang memiliki jawaban YA paling kecil, maka data akan terlihat seperti di atas. Dan dapat diketahui :

$$C = 9$$

$$\sum_{i=1}^{100} Ri = 653 \quad \sum_{i=1}^{100} Ri^2 = 4749$$

$$\sum_{j=1}^7 Cj = 653 \quad \sum_{j=1}^7 Cj^2 = 48.891$$

dengan demikian, Q hitung dapat ditentukan sebagai berikut :

$$Q = \frac{(9-1)[9(48.891) - 653^2]}{9(653) - 4749}$$

$$Q = 96,52482 = 96,5248$$

Dengan $\alpha = 0,05$, $dk = 9 - 1 = 8$, diperoleh Q Tabel (Q_{Tab}) (0,05 ; 8) = 15,5073.

Keputusan Pengujian II:

Tolak Ho karena Q hitung (96,525) > Q Tab (15,507).

PENGUJIAN III

Karena Ho masih tertolak, artinya masih terdapat atribut yang memiliki jawaban dominan TIDAK. Maka kembali dilakukan pengujian. Pada Pengujian III ini, dibuang atribut "Promosi (A7)", sehingga tampilan data nampak sebagai berikut :

Tabel 8. Tampilan Data untuk Pengujian III

	ATRIBUT								Ri	Ri ²
	A1	A2	A3	A4	A5	A8	A9	A10		
Ci	78	88	73	93	71	72	62		607	4071
Ci²	6084	7744	5329	8649	4900	5041	5184	3844	46775	

Dari data di atas diketahui :

$$C = 8$$

$$\sum_{i=1}^{100} Ri = 607 \quad \sum_{i=1}^{100} Ri^2 = 4071$$

$$\sum_{j=1}^6 Cj = 607 \quad \sum_{j=1}^6 Cj^2 = 46.775$$

dengan demikian, Q hitung dapat ditentukan sebagai berikut :

$$Q = \frac{(8-1)[8(46.775) - 607^2]}{8(607) - 4071}$$

$$Q = 51,28280 = 51,2828$$

Dengan $\alpha = 0,05$, $dk = 8 - 1 = 7$, diperoleh Q Tabel (Q_{Tab}) (0,05 ; 7) = 14,0671.

Keputusan Pengujian III:

Tolak Ho karena Q hitung (51,283) > Q Tab (14,067).

PENGUJIAN IV

Pada Pengujian III, Ho masih tertolak. Untuk itu diperlukan pengujian kembali. Kita namakan pengujian berikut ini adalah Pengujian IV, yang terlebih dahulu harus dibuang satu atribut yang proporsi jawaban respondennya mayoritas TIDAK. Pada Pengujian IV ini, atribut yang dibuang adalah atribut "Kantor Cabang" (A10).

Tabel 9. Tampilan Data untuk Pengujian IV

	ATRIBUT							Ri	Ri ²
	A1	A2	A3	A4	A5	A8	A9		
Ci	78	88	73	93	70	71	72	545	3223
Ci²	6084	7744	5329	8649	4900	5041	5184	42931	

Dari data di atas diketahui :

$$C = 7$$

$$\sum_{i=1}^{100} Ri = 545 \quad \sum_{i=1}^{100} Ri^2 = 3223$$

$$\sum_{i=1}^5 C_j = 545 \quad \sum_{i=1}^5 C_j^2 = 42.931$$

dengan demikian, Q hitung dapat ditentukan sebagai berikut :

$$Q = \frac{(7-1)[7(42.931) - 545^2]}{7(545) - 3223}$$

$$Q = 80,57143 = 80,5714$$

Dengan $\alpha = 0,05$, $dk = 7 - 1 = 6$, diperoleh Q Tabel (Q_{Tab}) ($0,05 ; 6$) = 12,5916.

Keputusan Pengujian IV :

Tolak Ho karena Q hitung (80,571) > Q Tab (12,592). Ho masih tertolak. Pengujian masih perlu dilakukan.

PENGUJIAN V

Dalam proses Pengujian V, atribut "ATM" (A5) dibuang. Tampilan data terlihat seperti di bawah ini :

Tabel 10. Tampilan Data untuk Pengujian V

	ATRIBUT						Ri	Ri ²
	A1	A2	A3	A4	A8	A9		
Ci	78	88	73	93	71	72	475	2417
Ci²	6084	7744	5329	8649	5041	5184	38031	

Dari data di atas diketahui :

$$C = 6$$

$$\sum_{i=1}^{100} Ri = 475$$

$$\sum_{i=1}^{100} Ri^2 = 2417$$

$$\sum_{i=1}^4 C_j = 475$$

$$\sum_{i=1}^4 C_j^2 = 38.031$$

dengan demikian, Q hitung dapat ditentukan sebagai berikut :

$$Q = \frac{(6-1)[6(38.031) - 475^2]}{6(475) - 2417}$$

$$Q = 29,57275 = 29,573$$

Dengan $\alpha = 0,05$, $dk = 6 - 1 = 5$, diperoleh Q Tabel (Q_{Tab}) ($0,05 ; 5$) = 11,0705.

Keputusan Pengujian V :

Tolak Ho karena Q hitung (29,573) > Q Tab (11,071).

PENGUJIAN VI

Dalam proses Pengujian VI, atribut "Lokasi Strategis" (A8) dibuang. Tampilan data terlihat seperti di bawah ini :

Tabel 11. Tampilan Data untuk Pengujian VI

	ATRIBUT					Ri	Ri ²
	A1	A2	A3	A4	A9		
Ci	78	88	73	93	72	404	1730
Ci²	6084	7744	5329	8649	5184	32990	

Dari data di atas diketahui :

$$C = 5$$

$$\sum_{i=1}^{100} Ri = 404$$

$$\sum_{i=1}^{100} Ri^2 = 1730$$

$$\sum_{i=1}^4 C_j = 404$$

$$\sum_{i=1}^4 C_j^2 = 32.990$$

dengan demikian, Q hitung dapat ditentukan sebagai berikut :

$$Q = \frac{(5-1)[5(32.990) - 404^2]}{5(404) - 1730}$$

$$Q = 23,91724 = 23,917$$

Dengan $\alpha = 0,05$, $dk = 5 - 1 = 4$, diperoleh Q Tabel (Q_{Tab}) ($0,05 ; 4$) = 9,4877.

Keputusan Pengujian V :

Tolak Ho karena Q hitung (23,917) > Q Tab (9,488).

PENGUJIAN VII

Dalam proses Pengujian VII, atribut “Transportasi” (A9) dibuang. Tampilan data terlihat seperti di bawah ini :

Tabel 12. Tampilan Data untuk Pengujian VII

	ATRIBUT				Ri	Ri ²
	A1	A2	A3	A4		
Ci	78	88	73	93	332	1164
Ci²	6084	7744	5329	8649	27806	

Dari data di atas diketahui :

$$C = 4$$

$$\sum_{i=1}^{100} Ri = 332 \quad \sum_{i=1}^{100} Ri^2 = 1164$$

$$\sum_{i=1}^4 Cj = 332 \quad \sum_{i=1}^4 Cj^2 = 27.806$$

dengan demikian, Q hitung dapat ditentukan sebagai berikut :

$$Q = \frac{(4-1) [4(27.806) - 332^2]}{4(332) - 1164}$$

$$Q = 18,29268 = 18,293$$

Dengan $\alpha = 0,05$, $dk = 4 - 1 = 3$, diperoleh Q Tabel (Q_{Tab}) ($0,05 ; 3$) = 7,8147.

Keputusan Pengujian V :

Tolak Ho karena Q hitung ($18,293$) > Q Tab ($7,815$).

PENGUJIAN VIII

Dalam proses Pengujian VIII, atribut “Prosedur” (A3) dibuang. Tampilan data terlihat seperti di bawah ini :

Tabel 11. Tampilan Data untuk Pengujian VIII

	ATRIBUT			Ri	Ri ²
	A1	A2	A4		
Ci	78	88	93	259	705
Ci²	6084	7744	8649	22477	

Dari data di atas diketahui :

$$C = 3$$

$$\sum_{i=1}^{100} Ri = 259 \quad \sum_{i=1}^{100} Ri^2 = 705$$

$$\sum_{i=1}^4 Cj = 259 \quad \sum_{i=1}^4 Cj^2 = 22.477$$

dengan demikian, Q hitung dapat ditentukan sebagai berikut :

$$Q = \frac{(3-1) [3(22.477) - 259^2]}{3(259) - 705}$$

$$Q = 9,72222 = 9,722$$

Dengan $\alpha = 0,05$, $dk = 3 - 1 = 2$, diperoleh Q Tabel (Q_{Tab}) ($0,05 ; 2$) = 5,9915.

Keputusan Pengujian V :

Tolak Ho karena Q hitung ($9,722$) > Q Tab ($5,992$).

PENGUJIAN IX

Dalam proses Pengujian IX, atribut “Keragaman Produk” (A1) dibuang. Tampilan data terlihat seperti di bawah ini :

Tabel 12. Tampilan Data untuk Pengujian IX

	ATRIBUT		Ri	Ri ²
	A2	A4		
Ci	88	93	181	347
Ci²	7744	8649	16393	

Dari data di atas diketahui :

$$C = 2$$

$$\sum_{i=1}^{100} Ri = 181 \quad \sum_{i=1}^{100} Ri^2 = 347$$

$$\sum_{i=1}^4 Cj = 181 \quad \sum_{i=1}^4 Cj^2 = 16.393$$

dengan demikian, Q hitung dapat ditentukan sebagai berikut :

$$Q = \frac{(2-1) [2(16.393) - 181^2]}{2(181) - 347}$$

$$Q = 1,66667 = 1,667$$

Dengan $\alpha = 0,05$, dk = 2 - 1 = 1, diperoleh Q Tabel (Q_{Tab}) (0,05 ; 1) = 3,8415.

Keputusan Pengujian IX :

Terima Ho karena Q hitung (1,667) < Q Tab (3,842).

Dengan diperolehnya Q hitung 1,667 dan ini lebih kecil dari Q Tabel (3,842), maka Ho dinyatakan **diterima**. Artinya terdapat bukti untuk menyatakan bahwa kedua atribut di atas memiliki kemungkinan jawaban YA yang sama untuk setiap atribut. Maka pengujian pun dihentikan sampai dengan Pengujian IX ini.

Kedua atribut di atas secara bersama-sama membentuk *Brand Association* dari Bank Muamalat Indonesia Cabang Bogor. Dengan demikian Pelayanan dan Keamanan secara bersama-sama mampu membentuk *Brand Association* bagi Bank Muamalat Indonesia Cabang Bogor. Kedua atribut itulah yang tertanam dalam benak nasabah untuk menggambarkan Bank Muamalat Indonesia Cabang Bogor.

Bank Muamalat Indonesia cabang Bogor sebagai Bank syariah, dianggap secara pasti oleh nasabah sebagai Bank syariah yang memiliki Pelayanan yang memuaskan nasabah. Sapaan oleh petugas bank kepada nasabah di saat nasabah masuk ke kantor cabang Bank Muamalat Indonesia memberikan kepuasan yang tak terlupakan pada benak nasabah. Termasuk pelayanan pemberian bantuan di kala nasabah mengalami kesulitan dalam mengisi atau melakukan proses perbankan di Bank Muamalat Indonesia Cabang Bogor. Dan yang paling penting adalah antrian nasabah yang tidak lama sehingga nasabah tidak merasa kesal dan jenuh akibat menunggu.

Atribut kedua yang dinyatakan oleh nasabah Bank Muamalat Indonesia cabang

Bogor adalah keamanan melakukan transaksi perbankan di Bank Muamalat Indonesia Cabang Bogor. Keamanan dalam berinvestasi yang disediakan oleh Bank Muamalat Indonesia Cabang Bogor pada dasarnya memiliki standar yang sama dengan bank lainnya. Keamanan yang dimaksud nasabah di sini adalah dalam hal keamanan yang dipegang teguh oleh pihak Bank Muamalat Indonesia di samping sistem bagi hasil yang lebih membuat nasabah merasa nyaman dalam melakukan penyimpanan dananya di Bank Muamalat Indonesia, karena dengan sistem bagi hasil tersebut, nasabah merasa terhindar dari sistem ribawi yang menjadikan status dana yang diterimanya tidak halal.

Manajemen Bank Muamalat Indonesia cabang Bogor dalam mengembangkan strategi pemasarannya, bisa menggunakan kedua atribut ini sebagai fokus utama. Dengan harapan, akhirnya dapat diperoleh peningkatan jumlah nasabah dan pengembangan Bank Muamalat Indonesia cabang Bogor menjadi alternatif sistem perbankan yang kredibel dan dapat diminati oleh seluruh masyarakat di Bogor. Namun satu hal yang perlu diingat, sekalipun kedua atribut ini menjadi fokus, sebaiknya manajemen Bank Muamalat Indonesia cabang Bogor tetap mengembangkan atribut-atribut lainnya sehingga Nasabah yang mengharapkan atribut-atribut lainnya tersebut dapat menghimpun dananya di Bank Muamalat Indonesia cabang Bogor.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan uraian analisis menggunakan alat analisis Cochran Q Test, yang telah diungkapkan di atas, maka Penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- a. Para konsumen memiliki pandangan tersendiri terhadap Bank Muamalat Indonesia cabang Bogor sebagai sebuah Bank Syariah.
- b. Kelompok Nasabah mayoritas di Bank Muamalat Indonesia cabang Bogor memiliki jenis pekerjaan sebagai Karyawan Swasta/ Negeri, dengan jumlah nasabah 60.000 orang. Kecenderungan yang dimiliki oleh konsumen yang bekerja sebagai

- karyawan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah adalah keinginan masyarakat sebagai alternatif pengganti sistem bunga.
- c. Setelah dilakukan pengujian menggunakan Cochran Q Test, sampai dengan 9 (sembilan) tahap Pengujian, Peubah atau atribut yang dominan dan berpeluang untuk dikembangkan adalah Atribut A2 (Pelayanan) dan atribut A4 (Keamanan).
 - d. Dalam benak nasabah, Bank Muamalat Indonesia cabang Bogor adalah Bank Syariah yang memiliki pelayanan yang ramah dan santun terhadap nasabahnya, nasabah juga merasakan keamanan dalam menyimpan dananya.

DAFTAR PUSTAKA

- Engel, James F., et. al., 1994. *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam, Jilid 1, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Faisal S., 1989, *Penelitian Sederhana*, Yayasan Asih Asah Asuh, Malang.
- J. Supranto, 1993, *Metode Riset : Aplikasinya dalam Pemasaran*, LP-FEUI, Jakarta.
- Kotler, Phillip, 1995, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Buku Satu, Edisi Kedelapan, Salemba Empat, Jakarta.
- _____, 1995, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Buku Dua, Edisi Kedelapan, Salemba Empat, Jakarta.
- Loudon, D.L. dan Albert J. D. Bitta, 1993, *Consumer Behavior*, Fourth Edition, MCGraw Hall, Inc., New Jersey.
- Rangkuti, Freddy, 1996. *Riset Pemasaran*, PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Rangkuti, Freddy, 2003. *Measuring Customer Satisfaction*, PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Santoso, Singgih, 2001. *Aplikasi Excel Pada Marketing & Riset Konsumen*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta
- Setiadi, J. Nugroho, 2003. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Prenada Media, Jakarta
- Simamora, Bilson, 2002, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Sumarwan, Ujang, 2003. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Umar, Husein, 2000. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- <http://www.mars-e.com/x-col-38.htm>, 2003, *Kelola Ekspektasi Pelanggan Anda*
- http://www.muamalatbank.com/index.php/home/news/media_expose/715, BMI Cabang Bogor Gelar Strategi Himpun Dana Murah