SKRIPSI

PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMILIH LEMBAGA KEUANGAN DI INDONESIA STUDI KASUS: MAHASISWA UNIVERSITAS KH ABDUL CHALIM MOJOKERTO

Azzam Tyzhom Hablilah

NIM: 20211700231006

Dosen Pembimbing

Amir Ambyah Zakaria,S.E.M.SE

NIY.2021.01.136

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM

MOJOKERTO

2025

ABSTRAK

Hablilah, Azzam Tyzhom. 2025. **Perilaku Konsumen Dalam Memilih Lembaga Keuangan di Indonesia Studi Kasus: Universitas KH Abdul Chalim.** Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Syariah. Universitas KH. Abdul Chalim Mojokerto. Pembimbing Amir Ambyah Zakaria,S.E.M.SE

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Lembaga Keuangan, *Simple Additive Weighting*

Fenomena ketimpangan antara dominasi bank konvensional dengan potensi besar bank syariah menjadi latar belakang penting penelitian ini. Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia seharusnya memiliki tingkat penggunaan bank syariah yang signifikan. Namun, kenyataannya penetrasi bank syariah masih sangat rendah jika dibandingkan dengan bank konvensional. Rendahnya masyarakat menggunakan bank syariah,. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan akademik mengenai bagaimana perilaku konsumen, khususnya kalangan mahasiswa, dalam memilih lembaga keuangan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam memilih antara lembaga keuangan konvensional dan syariah. Fokus penelitian diarahkan pada mahasiswa Universitas KH. Abdul Chalim sebagai objek studi, mengingat kelompok ini merupakan generasi terdidik yang diharapkan memiliki tingkat kesadaran tinggi terhadap sistem keuangan. Selain itu, penelitian ini juga berusaha untuk mengidentifikasi kriteria dominan yang menjadi dasar pengambilan keputusan konsumen.

Metodologi penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Simple Additive Weighting (SAW)* untuk menentukan tingkat kepentingan faktor-faktor dalam pemilihan lembaga keuangan. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden mahasiswa, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kelayakan instrumen penelitian.. Hasil perhitungan bobot dijadikan dasar untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap alternatif lembaga keuangan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa memiliki pengetahuan dasar mengenai lembaga keuangan syariah, preferensi mereka masih cenderung lebih tinggi terhadap lembaga keuangan konvensional. Hal ini dipengaruhi oleh faktor kemudahan akses, ketersediaan layanan digital, serta reputasi yang sudah mapan pada bank konvensional. Sementara itu, faktor kesesuaian prinsip syariah menjadi nilai tambah namun belum menjadi faktor dominan dalam pengambilan keputusan. Temuan ini menegaskan perlunya revitalisasi strategi pemasaran, peningkatan literasi keuangan syariah, serta inovasi layanan digital agar bank syariah mampu bersaing secara signifikan dengan bank konvensional di kalangan generasi muda.

ABSTRACT

Hablilah, Azzam Tyzhom. 2025. **An Consumer Behavior in Selecting Financial Institutions in Indonesia: A Case Study of Universitas KH Abdul Chalim.** *Sharia Banking Study Program Thesis of the Faculty of Sharia. KH Abdul Chalim University Mojokerto. Adv Amir Ambyah Zakaria,S.E.M.SE*

Keywords : *Consumer Behavior, Financial Institutions, , SAW*

The phenomenon of the imbalance between the dominance of conventional banks and the great potential of Islamic banks serves as an important background for this research. Indonesia, as the country with the largest Muslim population in the world, should ideally have a significant level of Islamic bank usage. However, in reality, the penetration of Islamic banks remains very low compared to conventional banks. The low level of public use of Islamic banks raises an academic question regarding consumer behavior, particularly among students, in choosing financial institutions.

study aims to analyze the factors that influence consumer behavior in choosing between conventional and Islamic financial institutions. The research focuses on students of Universitas KH. Abdul Chalim as the study object, considering that this group represents an educated generation expected to have a high level of awareness regarding the financial system. In addition, the study also seeks to identify the dominant criteria that serve as the basis for consumer decision-making.

The research methodology employs a quantitative approach using the Simple Additive Weighting (SAW) method to determine the significance level of factors influencing the selection of financial institutions. Data were collected through questionnaires distributed to student respondents and subsequently analyzed using validity and reliability tests to ensure the feasibility of the research instruments. The weighting calculation results were then used as the basis for identifying consumer preferences toward alternative financial institutions.

The results of the study indicate that although students possess a basic understanding of Islamic financial institutions, their preference still tends to lean more toward conventional financial institutions. This tendency is influenced by factors such as ease of access, availability of digital services, and the well-established reputation of conventional banks. Meanwhile, compliance with sharia principles serves as an added value but has not yet become the dominant factor in decision-making. These findings highlight the need for revitalizing marketing strategies, enhancing Islamic financial literacy, and innovating digital services in order for Islamic banks to compete more significantly with conventional banks among the younger generation.

مستخلص البحث

هبلله، عزام تيزوم. ٢٠٢٥ .**تحليل سلوك المستهلك في اختيار المؤسسات المالية في إندونيسيا: دراسة حالة في جامعة الشيخ عبد الخالق شاليم** .رسالة جامعية في برنامج دراسات المصارف الإسلامية، كلية الشريعة، جامعة الشيخ عبد الخالق شاليم، موجوكيرتو. بإشراف: أمير أمبيا زكريا، بكالوريوس وماجستير في الاقتصاد.

الكلمات المفتاحية: سلوك المستهلك، المؤسسات المالية، طريقة الوزن الجمعي البسيط (SAW)

يهدف هذا البحث إلى تحليل سلوك المستهلكين في اختيار المؤسسات المالية في إندونيسيا، مع التركيز على طلاب جامعة KH عبد الحليم في موجوكرتو. وقد نشأ هذا البحث من ظاهرة التفاوت بين هيمنة البنوك التقليدية والإمكانات الكبيرة التي تملكها البنوك الإسلامية كمؤسسات مالية قائمة على القيم الإسلامية. استخدم البحث المنهج الكمي، وتم جمع البيانات من خلال استبيانات وزعت على ٩٣ مشاركاً تم اختيارهم بطريقة هادفة .(Purposive Sampling) وقد تم تحليل البيانات باستخدام طريقة الترجيح الإضافي البسيط (Simple Additive Weighting – SAW) لتقييم تفضيلات المستهلكين بناءً على أربعة عوامل: الثقافية، الاجتماعية، الشخصية، والنفسية .أظهرت نتائج الدراسة أن الطلاب يميلون أكثر إلى اختيار البنوك التقليدية مقارنة بالبنوك الإسلامية. وكان العامل النفسي هو الأكثر تأثيراً، حيث حصل على أعلى درجة وهي ٠,٢١١٢٩٨٥٠٧، مما يعكس توافق الطلاب مع خدمات وسهولة الوصول والراحة التي توفرها البنوك التقليدية. بينما تفوقت البنوك الإسلامية في العامل الثقافي، بحصولها على قيمة ٠,١٨٤٤٨٠٧٧، مما يشير إلى أن القيم الثقافية والدينية تشكل دافعاً رئيسياً لاختيارهم.وفي الختام، لا تزال هيمنة البنوك التقليدية قوية بين أوساط الطلاب، إلا أن البنوك الإسلامية تملك إمكانات كبيرة إذا استطاعت تعزيز خدماتها واقتراح مقاربات أكثر عملية وشخصية تستند إلى القيم الشرعية. ويقدم هذا البحث توصيات استراتيجية للمؤسسات المالية لتطوير نهج يعتمد على فهم سلوك المستهلكين.

UNIVERSITAS KH. ABDUL CHALIM