

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN PERSEPSI MAHASISWA  
TENTANG PERBANKAN SYARIAH TERHADAP  
KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH  
(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto)**



**IAIN PURWOKERTO**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto Untuk  
Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**

**Oleh:**

**NURNGAENI**

**NIM. 1423203066**

**IAIN PURWOKERTO**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**

**2018**

## PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Nurngaeni**

NIM : **1423203066**

Jenjang : S.1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Islam

Program Studi : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : **Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto)**

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 6 Juni 2018

Saya yang menyatakan,



**Nurngaeni**

**NIM. 1413203066**



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Purwokerto 53126  
Telp. 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

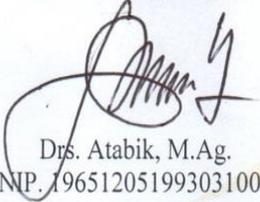
**PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

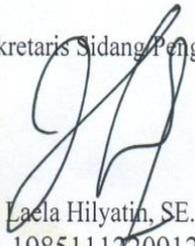
**PENGARUH PENGETAHUAN DAN PERSEPSI MAHASIWA  
TENTANG PERBANKAN SYARIAH TERHADAP  
KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH  
(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto)**

Yang disusun oleh Saudari **Nurngaeni NIM. 1423203066** Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis**, tanggal **02 Agustus 2018** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)** oleh **Sidang Dewan Penguji Skripsi**.

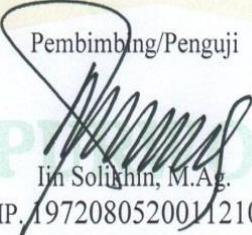
Ketua Sidang/Penguji

  
Drs. Atabik, M.Ag.  
NIP. 196512051993031004

Sekretaris Sidang Penguji

  
Dewi Laela Hilyatin, SE., M.S.I.  
NIP. 19851112209122007

Pembimbing/Penguji

  
Iin Solikhin, M.Ag.  
NIP. 197208052001121002

Purwokerto, Agustus 2018

Mengetahui/Mengesahkan

Dekan



Dr. H. Fathurrahman Aziz, M.M.

NIP. 196804031994031004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada  
Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto  
di  
Purwokerto

**Assalamu'alaikum Wr. Wb.**

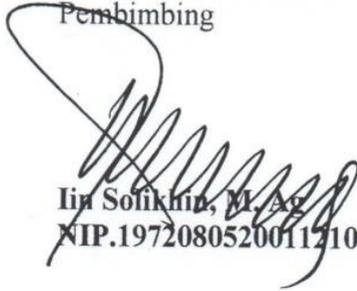
Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Nurngaeni NIM. 1423203066 yang berjudul :

**Pengaruh Pengeatahuan dan Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto)**

saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E.).

**Wassamu'alaikum Wr. Wb.**

Purwokerto, 6 Juni 2018  
Pembimbing



Iin Solikhin, M. Ag  
NIP.197208052001121002

## **MOTTO**

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

QS AL Insyirah 5-6.



**IAIN PURWOKERTO**

## **PERSEMBAHAN**

Buah Karya ini kupersembahkan kepada:  
Kedua orang tuaku tercinta, Aris Prianto dan Nasriyah kepada kalian senantiasa  
kucurahkan semua baktiku. Tanpa do'a, dukungan, serta kasih sayang yang  
seantiasa kalian persembahkan, mungkin skripsi ini tidak kunjung selesai.



**IAIN PURWOKERTO**

## PEDOMAN TRANSILITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	b	Be
ت	ta'	t	Te
ث	sa	ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	Je
ح	ḥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Zal	ẓ	za (dengan titik di atas)
ر	ra'	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	g	Ge
ف	fa'	f	Ef
ق	Qaf	q	Qi

ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	'el
م	Mim	m	'em
ن	Nun	n	'en
و	Waw	w	W
ه	ha'	h	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya'	y	Ye

**Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap**

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

**Ta'marbutah di akhir kata Bila dimatikan tulis h**

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan apada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali, bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diketahui dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

# IAIN PURWOKERTO

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliya</i>
----------------	---------	--------------------------

- b. Bila *ta'marbutah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan *t*.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakāt al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

**B. Vokal Pendek**

◌َ	fathah	Ditulis	A
◌ِ	kasrah	Ditulis	I
◌ُ	d'ammah	Ditulis	U

**C. Vokal Panjang**

1.	Fathah + alif	Ditulis	Ā
	جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyah</i>
2.	Fathah + ya'mati	Ditulis	Ā
	تنسى	Ditulis	<i>Tansā</i>
3.	Kasrah + ya'mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	Ū
	فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

**D. Vokal Rangkap**

1.	Fathah + ya'mati	Ditulis	Ai
	يسم	Ditulis	<i>Banākum</i>
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

**E. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof**

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>

لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>
-----------	---------	------------------------

**F. Kata Sandang Alif + Lam**

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

b. Bila diikuti huruf *syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf / (el)nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

**G. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat**

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawi al- furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

**H. Singkatan**

SWT : *Subhānahūwata'ālā*

SAW : *Sallāhu 'alaihiwasallama*

Q.S : Qur'an Surah

Hlm : Halaman

ES : Ekonomi Syariah

MPS : Manajemen Perbankan Syariah

PS : Perbankan Syariah

ZAWA : Zakat Wakaf

**IAIN PURWOKERTO**

**THE INFLUENCE OF KNOWLEDGE AND PERCEPTION OF STUDENTS  
ABOUT SHARIA BANKING TO DECISION TO BECOME CUSTOMERS IN  
SHARIA BANKS**

(Case Study of Students of the Islamic Faculty of Economics and Business IAIN Purwokerto)

By: Nurngaeni  
NIM. 1423203066  
Email: Goenie87@gmail.com

**ABSTRACT**

Islamic banks are financial institutions whose operations and various products are developed based on Islamic Shari'ah, specifically relating to the prohibition of riba (interest), maisir (speculation), and gharar (obscurity). Consumer knowledge about Islamic banking information will have an impact on consumer behavior. So that someone who has good knowledge and perception about Islamic banking will be more likely to choose to become a customer in Islamic banks.

Knowledge is what is known or the results of the work know. The know-how is the result of being acquainted, aware, aware, understanding, and clever. Thus knowledge is the result of the process of human effort to know. While perception is an interval process carried out to select, evaluate and organize stimuli from the external environment.

This research is quantitative research. Using field research, the researchers went directly to the field by distributing questionnaires to students of the Purwokerto IAIN Faculty of Economics and Business, with the aim of knowing the influence of students' knowledge and perceptions on the decision to become customers in Islamic banks. The analytical method used is a multiple linear regression analysis method.

Based on the results of research processed using the Mixrosoft Exsel and SPSS 16 applications it can be seen that the variables of knowledge and perception have a partial or simultaneous influence on the decision to become a customer in Islamic banks. In the R Square test, explained that the variables of knowledge and perception have an influence on the decision variables to become customers in Islamic banks by 53.9%. While the remaining 46.1% is influenced by other variables not included in this research model.

**Keywords: Knowledge, Perception, Islamic Banking and Decision to Become a Customer**

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN PERSEPSI MAHASISWA  
TENTANG PERBANKAN SYARIAH TERHADAP  
KEPUTUSAN MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH  
(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto)**

Oleh : Nurngaeni  
NIM. 1423203066  
Email: [Goenie87@gmail.com](mailto:Goenie87@gmail.com)

**ABSTRAK**

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang operasionalnya dan berbagai produknya dikembangkan berlandaskan syaria'ah Islam, khususnya berkaitan dengan pelarangan riba (bunga), maisir (spekulasi), dan gharar (ketidakjelasan). Pengetahuan konsumen tentang informasi perbankan syariah akan memberikan dampak terhadap perilaku konsumen. Sehingga seseorang yang memiliki pengetahuan dan persepsi baik tentang perbankan syariah maka akan semakin besar kemungkinannya untuk memilih menjadi nasabah di bank syariah. Pengetahuan adalah apa yang diketahui atau hasil pekerjaan tahu. Pekerjaan tahu tersebut adalah hasil dari kenal, sadar, insaf, mengerti, dan pandai. Dengan demikian pengetahuan merupakan hasil proses dari usaha manusia untuk tahu. Sedangkan persepsi adalah proses interval yang dilakukan untuk memilih, mengevaluasi dan mengorganisasikan rangsangan dari lingkungan eksternal. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu peneliti terjun langsung ke lapangan dengan membagikan kuesioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto dengan tujuan mengetahui pengaruh pengetahuan dan persepsi mahasiswa terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi liner berganda.

Berdasarkan hasil penelitan yang diolah dengan menggunakan Aplikasi Mixrosoft Exsel dan SPSS 16 dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan dan persepsi memiliki pengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Pada uji *R Square*, menjelaskan bahwa variabel pengetahuan dan persepsi memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan menjadi nasabah di bank syariah sebesar 33,9%. Sedangkan sisanya sebesar 46,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

**Kata Kunci : Pengetahuan, Persepsi, Perbankan Syariah Dan Keputusan Menjadi Nasabah**

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum wr.rb.*

Segala puji syukur senantiasa penyusun haturkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya kepada penyusun, sehingga penyusun dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto). Tidak lupa pula shalawat dan salam semoga selalu tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga serta para sahabat Beliau hingga akhir zaman. Aamiin.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat yang harus dipenuhi bagi mahasiswa yang telah menyelesaikan studinya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto untuk program studi Ekonomi Syariah.

Untuk melangkah sampai disini, penulis tidaklah berjalan sendiri tanpa adanya doa dan dukungan serta bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang sangat berjasa dalam penyelesaian Skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati, perkenankanlah penyusun mengucapkan rasa syukur dan terimakasih kepada:

1. Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag selaku Rektor IAIN Purwokerto.
2. Dr. Fathul Aminudin Azis, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.
3. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Purwokerto.
4. Iin Solikhin, M. Ag selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Seluruh Dosen dan Staff Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.
6. Seluruh Staff Perpustakaan IAIN Purwokerto.
7. Kedua orangtuaku Aris Prianto & Nasriyah yang selalu senantiasa mendoakan, memperhatikan, memberi support, memberikan yang terbaik untuk penulis

sehingga dapat melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih baik sampai saat ini. Terimakasih banyak jasa kalian tidak pernah mampu terbalaskan. Peran kalian sungguh berarti bagi penulis. Kepada tiga adikku Nur Kholifah, Nur Ro'ah, Zakiah Nur Adibah. Terimakasih atas kasih sayang dan semangat yang sungguh berharga bagi penulis.

8. Teman-teman seperjuangan satu kelas Ekonomi Syariah B selama 4 tahun menimba ilmu bersama di IAIN Purwokerto.
9. Kepada seluruh responden mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto, terimakasih telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner. Dan juga kepada segenap pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, Terimakasih banyak telah membantu dan memberi masukan serta inspirasi bagi penulis, suatu kebahagiaan telah dipertemukan dengan kalian semua.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penyusun menyadari masih terdapat banyak kekurangan yang dibuat, baik sengaja maupun tidak sengaja penyusun lakukan. Hal tersebut dikarenakan masih terbatasnya kemampuan, ilmu pengetahuan, pengalaman serta wawasan yang penyusun miliki. Untuk itu, penyusun mohon maaf atas segala kekurangan tersebut, serta penyusun tidak menutup diri terhadap saran dan kritik serta masukan yang bersifat membangun bagi penyusun.

Akhir kata, semoga dukungan, bimbingan, dan doa, serta saran maupun masukan yang telah diberikan kepada penyusun selama ini mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT dan kita semua selalu berada dalam berkah dan lindungannya. Aamiin

**IAIN PURWOKERTO**  
*Wassalumu'alaikum wr. wb.*

Purwokerto, 6 Juni 2018



**Nurngaeni**

**NIM. 1423203066**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>PEDOMAN TRANSILITERASI ARAB-INDONESIA.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional .....	8
C. Rumusan Masalah .....	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10
E. Sistematika Pembahasan .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Pengetahuan dan Persepsi Konsumen.....	13
1. Pengertian Pengetahuan Konsumen .....	13
2. Macam-macam Pengetahuan Konsumen .....	14
3. Objek Ilmu dan Cara Memperolehnya .....	16
4. Pengertian Persepsi Konsumen.....	18
5. Faktor-faktor yang Berperan dalam Persepsi .....	19
6. Proses Terjadinya Persepsi .....	20
B. Perilaku Konsumen .....	21

**IAIN PURWOKERTO**

1. Pengertian Perilaku Konsumen .....	21
2. Variabel Perilaku Konsumen .....	21
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	22
C. Perbankan Syariah.....	22
1. Pengertian Bank Syariah .....	22
2. Prinsip-prinsip Bank Syariah.....	23
3. Karakteristik Produk Bank Syariah.....	25
4. Produk-produk Bank Syariah.....	26
D. Model Pengambilan Keputusan Konsumen .....	28
E. Kajian Pustaka .....	29
F. Kerangka Pemikiran.....	34
G. Rumusan Hipotesis .....	35
H. Landasan Teologis .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	39
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	39
C. Populasi dan Sampel.....	39
D. Variabel dan Indikator Penelitian .....	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F. Skala Pengukuran .....	44
G. Uji Kualitas Data.....	44
H. Teknik Analisis Data.....	45
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	49
1. Sejarah Singkat FEBI IAIN Purwokerto .....	49
2. Visi dan Mtsi FEBI IA1N Purwokerto .....	51
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	51
C. Distribusi Tanggapan Responden .....	52
D. Hasil Uji Kualitas Data .....	56
E. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	59
F. Hasil Uji Hipotesis .....	63

G. Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian .....	67
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	68
B. Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	



**IAIN PURWOKERTO**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah Kantor Bank Syariah di Indonesia Tahun 2017 .....	2
Tabel 2 Daftar Mahasiswa IAIN Purwokerto Tahun Akademik 2017/2018 ...	4
Tabel 3 Jumlah Mahasiswa Yang Memiliki Rekening .....	6
Tabel 4 Tingkat Pengetahuan Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto .....	6
Tabel 5 Perbandingan Hasil Kajian Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 6 Indikator Variabel Pengetahuan.....	42
Tabel 7 Indikator Variabel Persepsi.....	43
Tabel 8 Indikator Variabel Keputusan Menjadi Nasabah.....	43
Tabel 9 Interval Skala Likert.....	44
Tabel 10 Karakteristik Responden .....	52
Tabel 11 Distribusi Jawaban Responden Variabel Pengetahuan .....	53
Tabel 12 Distribusi Jawaban Respoden Variabel Persepsi .....	54
Tabel 13 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Menjadi Nasabah.....	55
Tabel 14 Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan .....	57
Tabel 15 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi.....	58
Tabel 16 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menjadi Nasabah.....	58
Tabel 17 Hasil Uji Realibilitas.....	61
Tabel 18 Hasil Uji Normalitas .....	62
Tabel 19 Hasil Uji Multikolenalitas .....	66
Tabel 20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	64
Tabel 21 Hasil Uji t.....	65
Tabel 22 Hasil F.....	66
Tabel 23 Hasil Koefisen Determinasi (R).....	66

**IAIN PURWOKERTO**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas.....	60
Gambar 2 Hasil Uji Heretoskedasitas .....	63



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Daftar Responden
Lampiran 3	Hasil Output
Lampiran 4	Tabel t
Lampiran 5	Tabel r
Lampiran 6	Tabel F
Lampiran 7	Surat Usulan Menjadi Pembimbing
Lampiran 8	Surat Pernyataan Kesiediaan Menjadi Pembimbing
Lampiran 9	Surat Bimbingan Skripsi
Lampiran 10	Surat Keterangan PPL
Lampiran 11	Surat Keterangan Lulus Seminar
Lampiran 12	Surat Keterangan Lulus Komprehensif
Lampiran 13	Surat Keterangan Wakaf
Lampiran 14	Sertifikat PPL
Lampiran 15	Sertifikat KKN
Lampiran 16	Sertifikat Bahasa
Lampiran 17	Sertifikat BTA PPI
Lampiran 18	Sertifikat Aplikom

**IAIN PURWOKERTO**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam, sehingga dalam setiap melakukan aktifitas khususnya dalam bidang ekonomi seharusnya juga menggunakan transaksi yang sesuai dengan prinsip Islam. Salah satunya dengan cara memilih produk dari lembaga keuangan syariah yaitu bank syariah. Bank syariah dikenal dengan bank Islam tanpa riba. Riba disini berarti menetapkan bunga atau melebihi jumlah pinjaman pokok secara bathil, dan riba hukumnya haram. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S Al- Baqarah : 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ  
مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ  
الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ  
وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya : “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”<sup>1</sup>

Bank syariah adalah bank yang menggunakan sistem bagi hasil dalam pembagian nisbah atau keuntungan. Keberadaan perbankan syariah di Indonesia merupakan jawaban dari keresahan masyarakat dengan adanya bunga bank.

<sup>1</sup>Tim Penyusun al-Qur'an Terjemah Agama RI, *Al - Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: PT. Sygma Axamedia Arkanleema, 2009), hlm . 47.

Perbankan syariah adalah salah satu aplikasi sistem ekonomi syariah yang sesuai dengan prinsip Islam baik secara komperhensif maupun universal.<sup>2</sup> Komperhensif berarti mencakup seluruh aspek kehidupan, baik ritual maupun sosial kemasyarakatan yang bersifat universal. Universal bermakna bahwa syariat Islam dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat tanpa memandang ras, suku, golongan dan agama sesuai prinsip Islam sebagai “*Rahmatān lī al alamīn*”.

Dalam Undang-Undang Nomor.7 Tahun 1992 tentang Perbankan, bank syariah diposisikan sebagai bank umum (*commercial bank*) atau bank pengkreditan rakyat syariah (BPRS). Dalam pasal 6 Undang-Undang Nomor. 10 Tahun 1998 tentang perbankan yang merupakan perubahan dari Undang-Undang Nomor.7 Tahun 1992 dipertegas bahwa *pertama*, bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatan usahanya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran; *kedua*, bank perkreditan rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Dengan adanya landasan yuridis di atas, maka keberadaan bank syariah mendapat pijakan yang kokoh untuk beroperasi sekaligus menandai adanya fenomena baru di dunia perbankan di tanah air sehingga memberikan kesempatan luas untuk pengembangan jaringan perbankan syariah. Selain itu, Undang-Undang Nomor. 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia telah menugaskan kepada Bank Indonesia (BI) untuk mempersiapkan perangkat aturan dan fasilitas-fasilitas penunjang lainnya yang mendukung kelancaran operasionalisasi bank berbasis syariah serta penerapan *dual banking system*.<sup>3</sup>

Namun ternyata dengan adanya kebijakan *dual banking system* membuat persepsi dan sikap masyarakat menjadi beragam, sehingga akan memberikan nuansa yang cukup menarik sebagai gambaran tentang pengetahuan, sikap, persepsi serta perilaku masyarakat dalam menyikapi hal tersebut.

---

<sup>2</sup> Muhammad, *Bank Syariah* (Yogyakarta: Ekonisia, 2006), hlm. 55-56.

<sup>3</sup>Muhammad, *Bank Syariah Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hlm. 4.

Di bawah ini tabel 1 menjelaskan tentang jumlah kantor bank syariah yang ada di Indonesia di tahun 2017.

**Tabel 1**  
**Jumlah kantor Bank syariah di Indonesia Tahun 2017**

Kelompok bank	KC	KCP	KK	Total
Bank Umum Syariah	471	1.176	178	1,825
Unit Usaha Syariah	154	139	51	344
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	-	-	-	441
Jumlah	625	1.315	229	2.610

Sumber: Statistik Perbankan Syariah Desember 2017

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah bank syariah sampai pada bulan Desember 2017 adalah 2.610 kantor yang terdiri dari bank umum syariah 1.825, unit usaha syariah 344 dan bank pembiayaan rakyat syariah adalah 441 kantor di Indonesia.

Dari data tersebut menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan saat ini sudah cukup baik, tidak terkecuali kesadaran masyarakat menggunakan layanan jasa keuangan syariah. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya perbankan konvensional yang mendirikan unit syariah. Dengan asumsi bahwa nasabah akan lebih berminat dengan menggunakan layanan secara syariah karena lebih tenang dan mengutamakan kemaslahatan.

Fungsi utama bank syariah adalah sebagai lembaga intermediasi keuangan dimana ada kegiatan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan, menyalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan dan pelayanan jasa-jasa.<sup>4</sup>

Bank syariah memiliki beberapa produk yang menggunakan prinsip syariah seperti *mudārabah*, *musyārahah*, *murābahah*, *wad'iah*, *salām* dan *istishnā*.<sup>5</sup> Sesuai dengan tujuan perbankan syariah, menurut M. Umar Chapra

<sup>4</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Press, 2011), hlm. 11.

<sup>5</sup> Muhammad, *Bank Syariah*, hlm. 18.

yaitu untuk meningkatkan kesempatan kerja dan kesejahteraan masyarakat Islam yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu semua produk yang dikeluarkan bank syariah menggunakan sistem bagi hasil bukan bunga bank. Sebagai lembaga keuangan yang masih tergolong baru keberadaan perbankan syariah merupakan suatu pilihan yang mungkin diminati ataupun tidak. Keputusan konsumen untuk memilih atau mengkonsumsi produk dan jasa akan terdiri atas tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, pembelian dan kepuasan konsumen.<sup>6</sup>

Mahasiswa sebagai salah satu komponen masyarakat adalah pangsa pasar yang layak untuk diperhatikan dalam menambah jumlah nasabah. Institut Agama Islam Negeri Purwokerto adalah perguruan tinggi yang berbasis agama Islam di kota Purwokerto dengan jumlah mahasiswa sebanyak 7.544 mahasiswa pada tahun akademik 2017/2018.<sup>7</sup>

**Tabel 2**  
**Daftar Mahasiswa IAIN Purwokerto**  
**Tahun Akademik 2017/2018.**

No	Nama Fakultas	Jumlah Mahasiswa
1	FADA	1.155
2	FEBI	1.360
3	FTIK	3.359
4	SYARIAH	1.197
5	FUAR	316
	Jumlah	7.544

Sumber: Bidang Akadamik FEBI IAIN Purwokerto

Mahasiswa merupakan sasaran yang tepat bagi pihak bank syariah dalam memperbesar perkembangannya. Produk tabungan di perbankan syariah sangat dibutuhkan untuk kalangan mahasiswa yang hidup jauh di perantauan.

<sup>6</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 357.

<sup>7</sup> Data dari Akademik FEBI IAIN Purwokerto tahun 2017/2018.

Terutama mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Purwokerto yang dianggap jauh lebih mengenal dunia bisnis terutama dibidang perbankan.

Menurut Sidi Gayalba, pengetahuan adalah apa yang diketahui atau hasil pekerjaan tahu. Pekerjaan tahu tersebut adalah hasil dari kenal, sadar, insaf, mengerti, dan pandai. Dengan demikian pengetahuan merupakan hasil proses dari usaha manusia untuk tahu.<sup>8</sup> Pengetahuan mengenai perbankan syariah bisa ditempuh melalui jalur pendidikan formal maupun nonformal.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto telah mengetahui banyak tentang perbankan syariah melalui jalur formal dengan diberikan mata kuliah perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah. Dalam perkuliahan tersebut dibahas mengenai perbedaan bank syariah dan bank konvensional, prinsip-prinsip bank syariah, produk-produk bank syariah, serta keunggulan bank syariah.

Sementara itu, persepsi adalah proses internal yang dilakukan untuk memilih, mengevaluasi dan mengorganisasikan rangsangan dari lingkungan eksternal.<sup>9</sup> Dalam filsafat, persepsi didefinisikan sebagai metode kompleks untuk mendapatkan informasi tentang dunia di lingkungan sekitar, terutama lewat panca indera, serta mengadopsi informasi ini sebagai suatu keyakinan.<sup>10</sup> Dengan pengetahuan dan persepsi yang baik maka sebagai mahasiswa tertarik untuk menggunakan produk-produk di Bank Syariah dan mulai meninggalkan bank yang masih konvensional.

Dari sumber data yang diperoleh, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang tercatat sudah mempunyai rekening pada bank syariah, yaitu sebanyak 716 mahasiswa yang terdiri dari Jurusan Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Program D.III Manajemen Perbankan Syariah, serta Manajemen Zakat

<sup>8</sup> Amsal Bakhtiar, *Filsafat Ilmu*, (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2010), hlm. 85.

<sup>9</sup> Ahmad Sihabudin, *Komunikasi Antarbudaya Satu Perspektif Multidimensi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), hlm. 38.

<sup>10</sup> Philip Carter, *Tes IQ dan Tes Kepribadian*, (Jakarta: PT Indeks, 2009), hlm. 193.

dan Wakaf.<sup>11</sup> Sedangkan untuk jumlah seluruh mahasiswa yang mempunyai rekening di bank syariah dapat dilihat dalam tabel di bawah ini.

**Tabel 3**  
**Jumlah Mahasiswa Yang Memiliki Rekening**

Prodi	Jumlah seluruh mahasiswa FEBI	Mahasiswa yang sudah memiliki rekening bank syariah.	Prosentase
EI	744	417	56%
PS	374	273	73%
MPS	199	105	53%
ZW	43	43	100%
Total	1.360	838	63,7%

Sumber: Survei lapangan

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto telah memiliki pengetahuan lebih tentang bank syariah, semakin banyak pengetahuan tentang bank syariah, maka mahasiswa dapat mempersepsikan bahwa bank syariah lebih baik dan semakin tinggi kemungkinan untuk berhubungan dengan bank syariah.

Dari hasil wawancara dengan 40 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto diperoleh hasil bahwa pengetahuan mahasiswa mengenai perbankan syariah secara umum sudah cukup tinggi. Hal itu bisa dilihat dalam tinjauan tabel di bawah ini.

## IAIN PURWOKERTO

**Tabel 4**  
**Tingkat Pengetahuan Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto.**

No	Uraian	EI	MPS	PS	ZW
1	Definisi umum bank syariah	90%	100%	80%	40%
2	Prinsip dan Produk bank syariah	70%	80%	70%	10%

Sumber: data diolah

<sup>11</sup>Wawancara, Bapak Lukman pegawai pada kantor layanan akademik FEBI IAIN Purwokerto, pada tanggal 5 February 2018, Pukul 10.30 WIB.

Tabel di atas menjelaskan bahwa 90% mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah telah mengetahui definisi umum tentang bank syariah, sedangkan 10% sisanya mereka sama sekali belum mengetahui tentang apa itu bank syariah. Begitupun dengan mahasiswa program studi Manajemen Perbankan Syariah, Perbankan Syariah dan mahasiswa program studi Manajemen Zakat dan Wakaf sesuai dengan yang tertulis dalam tabel.

Sedangkan hasil survai yang dilakukan terhadap mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto tentang bagaimana pandangan mahasiswa tentang bank syariah terkait sistem operasional bank syariah, bank syariah adalah bank tanpa bunga dan kualitas produknya, 20% mahasiswa berpendapat bahwa bank syariah itu sebenarnya sama dengan bank konvensional, 40% mahasiswa berpendapat bank syariah berbeda dengan bank konvensional karena bank syariah menggunakan sistem bagi hasil dan 40% mahasiswa berpendapat bahwa bank syariah itu berbeda dengan bank konvensional walaupun secara sistem operasionalnya belum sepenuhnya sesuai prinsip syariah tetapi masih mengikuti seperti bank konvensional.

Seperti yang dipaparkan mahasiswi Ekonomi Syariah Fitriia Nurul Aziah bahwa “Bank syariah secara operasionalnya berbeda dengan bank konvensional tetapi untuk saat ini masih belum sepenuhnya karena di Indonesia sendiri masih mengikuti sistem yang ada di bank konvensional namun dengan memilih bank syariah masyarakat lebih merasa aman dan tidak terlalu dibebani oleh riba yang terdapat dalam bunga bank”. Kemudian pendapat dari salah satu mahasiswi Perbankan Syariah yaitu Dosila APR B mengatakan lebih tertarik dengan bank syariah karena di bank syariah tidak dibebani biaya administrasi perbulannya.<sup>12</sup>

Dari latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto)”**.

---

<sup>12</sup> Wawancara dengan mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto pada tanggal 26 Februari 2018.

## B. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman tentang penafsiran dan sekaligus memperjelas judul penelitian ini, “Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto), maka akan dijelaskan beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

### 1. Pengetahuan Konsumen

Pengetahuan adalah apa yang diketahui atau hasil pekerjaan tahu. Pekerjaan tahu tersebut adalah hasil dari kenal, sadar, insaf, mengerti, dan pandai. Dengan demikian pengetahuan merupakan hasil proses dari usaha manusia untuk tahu.<sup>13</sup> Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa baik untuk diri sendiri maupun makhluk hidup lain dan konsumen adalah orang yang terpenting dalam dunia usaha/bisnis.<sup>14</sup>

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.<sup>15</sup>

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah adalah informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dan potensi untuk menindaki yang lantas melekat di benak mahasiswa tentang perbankan syariah itu sendiri meliputi pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian.

### 2. Persepsi

Persepsi adalah proses internal yang dilakukan untuk memilih, mengevaluasi dan mengorganisasikan rangsangan dari lingkungan eksternal.<sup>16</sup> Dalam filsafat, persepsi didefinisikan sebagai metode kompleks

<sup>13</sup> Amsal Bakhtiar, *Filsafat Ilmu*, (Jakarta: PT RajaGrafindo, 2010), hlm. 85.

<sup>14</sup> Pendit dan Tata Sudarta, *Psychology of Service (Sebuah Pengantar dalam Memberikan Pelayanan secara Paripurna)*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004), hlm. 23.

<sup>15</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, hlm. 147.

<sup>16</sup> Ahmad Sihabudin, *Komunikasi Antarbudaya*, hlm. 38.

untuk mendapatkan informasi tentang dunia di lingkungan sekitar, terutama lewat panca indera, serta mengadopsi informasi ini sebagai suatu keyakinan.<sup>17</sup>

Persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto tentang perbankan syariah (variabel Independen). Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah adalah proses yang didahului oleh penginderaan yang berwujud diterimanya stimulus mahasiswa tentang bank syariah. Stimulus berupa sistem operasional bank syariah dan Layanan Bank Syariah.

### 3. Perbankan Syariah

Perbankan syariah yaitu segala sesuatu yang berkaitan dengan bank syariah dan unit usaha syariah yang mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, hingga proses pelaksanaan kegiatan usahanya. Sedangkan Bank syariah merupakan bank yang menjalankan aktivitas usahanya dengan menggunakan landasan prinsip-prinsip syariah.<sup>18</sup>

Dengan demikian, yang dimaksud dengan judul “Pengaruh Pengatahuan dan Persepsi Mahasiswa tentang Perbankan Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah(studi kasus mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto) dalam penelitian ini adalah meneliti pengaruh pengetahuan dan persepsi mahasiswa dalam mengambil keputusan menjadi nasabah di Bank Syariah. Keputusan menjadi nasabah merupakan tahap akhir dalam pengambilan keputusan konsumen yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang memiliki rekening di Bank Syariah setelah melalui tahap evaluasi terhadap beberapa alternatif merek atau pilihan yang ada

**IAIN PURWOKERTO**

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang disebutkan di atas, maka penyusun akan merumuskan apa yang menjadi masalah. Adapun yang menjadi rumusan pokok masalahnya adalah bagaimana pengaruh pengetahuan dan

<sup>17</sup> Philip Carter, *Tes IQ*, hlm. 193.

<sup>18</sup> Muhammad, *Bank Syariah Problem dan Prospek Perkembangannya di Indonesia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hlm. 4.

persepsi mahasiswa terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Dari rumusan pokok masalah tersebut dapat diturunkan menjadi beberapa item masalah, antara lain:

1. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah?
2. Apakah terdapat pengaruh persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah?
3. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan dan persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah secara *simultan* terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah?
4. Dari variabel pengetahuan dan persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah?

#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### 1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui apakah pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.
- b. Untuk mengetahui apakah persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.
- c. Untuk mengetahui apakah pengetahuan dan persepsi mahasiswa tentang bank syariah secara *simultan* berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.
- d. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

**IAIN PURWOKERTO**

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Bersifat Ilmiah atau teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan dapat dijadikan sebagai rujukan bagi penelitian yang selanjutnya.

### b. Bersifat terapan atau praktis

Hasil yang diperoleh diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya bagi penyusun, umumnya bagi instansi yang bersangkutan dan lembaga-lembaga yang berkencipung dalam dunia ekonomi dan bisnis Islam.

## E. Sistematika Pembahasan

Untuk lebih memudahkan pemahaman, penjelasan dan penelaahan bahasan pokok permasalahan yang akan dibahas, maka penelitian ini disusun dengan sistematika berikut:

Bab pertama, merupakan pendahuluan yang berisi tentang A. Latar Belakang masalah yang memaparkan latar belakang permasalahan yang menjadi alasan mengapa penyusun melakukan penelitian ini, B. Definisi Operasional yang menjelaskan beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini, C. Rumusan Masalah yaitu hal yang menjadi fokus penelitian yang dilakukan oleh penyusun, D. Tujuan dan Manfaat penulisan yang berisi tentang tujuan dan manfaat yang dapat diperoleh dengan adanya penelitian ini dan terakhir E. Sistematika Pembahasan yang menjelaskan tentang jenis penelitian yang dilakukan oleh penyusun, dimana lokasi dan waktu penelitian ini dilakukan penyusun serta bagaimana metode analisis data atas data yang telah diperoleh tersebut.

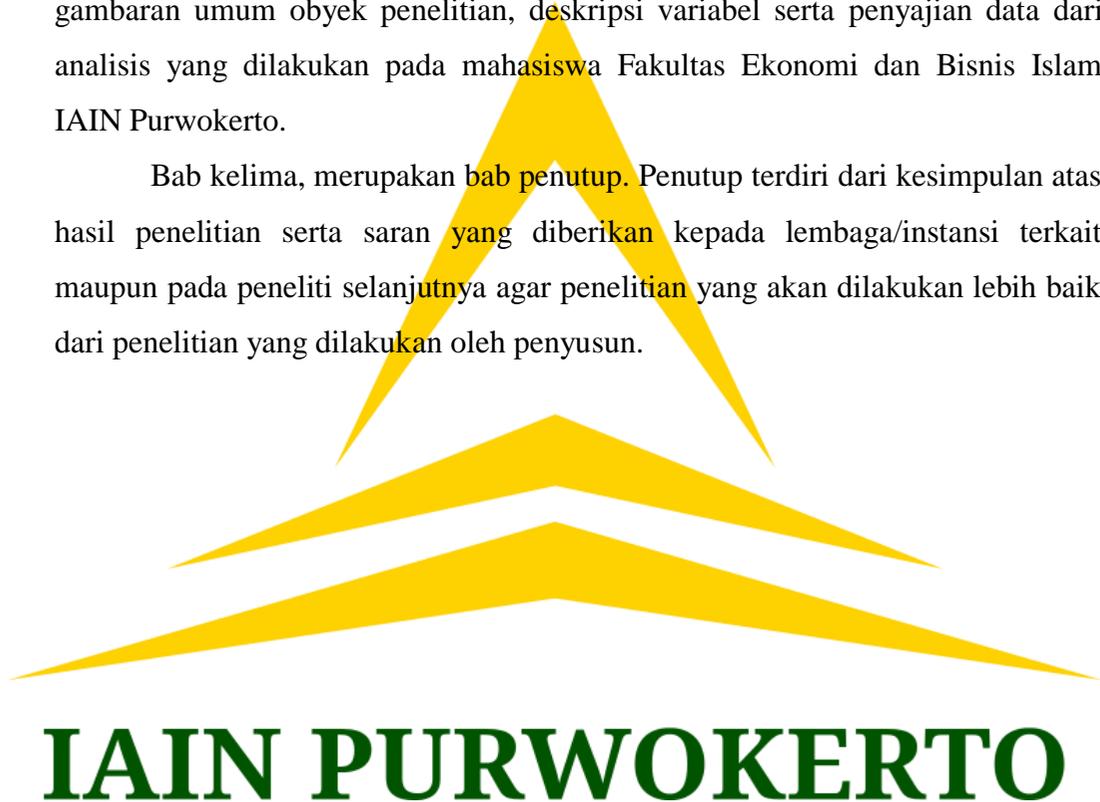
Bab kedua, merupakan kerangka teori terkait dengan pengaruh pengetahuan dan persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah meliputi teori tentang pengetahuan, persepsi, perilaku konsumen, perbankan syariah dan keputusan pembelian, kemudian kajian pustaka yang merupakan studi penelitian terdahulu yang pernah dilakukan peneliti terdahulu yang mempunyai keterkaitan dengan materi yang

akan dibahas sehingga dapat dijadikan sebagai acuan penyusun dalam menyusun skripsi dan terakhir hipotesis yang merupakan dugaan sementara dari hasil penelitian ini.

Bab ketiga, merupakan metode penelitian yang berisi tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variabel dan indikator penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan penyusun dalam penelitian ini.

Bab keempat, membahas tentang hasil penulisan yang berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, deskripsi variabel serta penyajian data dari analisis yang dilakukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.

Bab kelima, merupakan bab penutup. Penutup terdiri dari kesimpulan atas hasil penelitian serta saran yang diberikan kepada lembaga/instansi terkait maupun pada peneliti selanjutnya agar penelitian yang akan dilakukan lebih baik dari penelitian yang dilakukan oleh penyusun.



## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Pengetahuan dan Persepsi Konsumen

#### 1. Pengertian Pengetahuan Konsumen

Secara etimologi pengetahuan berasal dari kata bahasa Inggris yaitu *knowledge*. Dalam *Encyclopedia of Philosophy* dijelaskan bahwa definisi pengetahuan adalah kepercayaan yang benar.<sup>19</sup> Sedangkan dalam bahasa Arab digambarkan dengan istilah *al-'ilm, al-ma'rīfah dan as-syu'ur* (kesadaran). Ilmu atau pengetahuan dalam Islam mencakup dua pengertian; *pertama* sampainya ilmu dari Allah ke dalam jiwa manusia, dan *kedua*, sampainya jiwa manusia terhadap objek ilmu melalui penelitian dan kajian. Dalam QS. al- Alāq: 1-5 dijelaskan bahwa ilmu bisa diperoleh dengan aktivitas *iqra'*, juga bisa diperoleh dengan anugerah Allah SWT secara langsung kepada manusia.<sup>20</sup>

Secara terminologi akan dikemukakan beberapa definisi pengetahuan. Pengetahuan adalah hasil dari aktifitas mengetahui, yakni tersingkapnya suatu kenyataan ke dalam jiwa hingga tidak ada keraguan terhadapnya.<sup>21</sup> Berbeda dengan ilmu atau *science* yang menghendaki penjelasan lebih lanjut dari sekedar apa yang dituntut oleh pengetahuan atau *knowledge*. Ketidakeraguan merupakan syarat mutlak bagi jiwa untuk dapat dikatakan mengetahui.

Menurut Kotler, pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman.<sup>22</sup>

Menurut Sidi Gayalba, pengetahuan adalah apa yang diketahui atau hasil pekerjaan tahu. Pekerjaan tahu tersebut adalah hasil dari kenal, sadar,

---

<sup>19</sup>Amsal Bakhtiar, *Filsafat Ilmu*, ( Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 85.

<sup>20</sup>Adian Huasaini, *Filsafat Ilmu Perspektif Barat dan Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2013), hlm. 61-64.

<sup>21</sup> Mundiri, *Logika*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), hlm. 5.

<sup>22</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhalindo, 2000), hlm. 401.

insaf, mengerti, dan pandai. Dengan demikian pengetahuan merupakan hasil proses dari usaha manusia untuk tahu.<sup>23</sup>

Dari beberapa pengertian pengetahuan di atas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui dan diperoleh seseorang dari persentuhan panca indera terhadap objek tertentu. Sehingga pengetahuan menjadi dasar manusia bersikap dan bertindak.

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Memahami pengetahuan konsumen penting bagi pemasar karena apa yang dibeli, berapa banyak yang dibeli, dimana membeli, dan kapan membeli akan tergantung kepada pengetahuan konsumen mengenai hal-hal tersebut. Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian.<sup>24</sup>

Para ahli psikologi kognitif membagi pengetahuan ke dalam pengetahuan deklaratif dan pengetahuan prosedural. pengetahuan deklaratif adalah fakta subjektif yang diketahui seseorang. Arti subjektif disini adalah pengetahuan seseorang tersebut tidak selalu harus sesuai dengan realitas yang sebenarnya. Sedangkan pengetahuan prosedural adalah pengetahuan bagaimana fakta-fakta tersebut digunakan.

## 2. Macam-macam Pengetahuan Konsumen

Untuk kepentingan pemasaran Engel, Blackwell, dan Miniard membagi Pengetahuan konsumen menjadi tiga macam yaitu 1. Pengetahuan produk, 2. Pengetahuan pembelian, 3. Pengetahuan pemakaian.

### a. Pengetahuan produk

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, yaitu pengetahuan tentang

---

<sup>23</sup> Amsal Bakhtiar, *Filsafat Ilmu*, hlm. 85.

<sup>24</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 147.

karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen.

Pengetahuan produk dibagi dalam tiga jenis, yaitu pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen. Seorang konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan karakteristik atau ciri atau atribut dari produk tersebut. Atribut suatu produk dibedakan kedalam atribut fisik dan atribut abstrak. Atribut fisik menggambarkan ciri-ciri fisik dari suatu produk sedangkan atribut abstrak menggambarkan karakteristik subjektif dari suatu produk berdasarkan persepsi konsumen. Dalam bank syariah suatu produk dikemas dalam berbagai prinsip sesuai syariah Islam.

Konsumen akan merasakan dua jenis manfaat setelah mengkonsumsi suatu produk, yaitu manfaat fungsional dan manfaat psikososial. Manfaat suatu produk dapat dijadikan dasar untuk melakukan segmentasi pasar, disebut sebagai *benefit segmentation*. Pengetahuan tentang manfaat apa yang diketahui oleh konsumen atau yang dicari oleh konsumen dari suatu produk memberikan implikasi penting bagi strategi pemasaran.

#### b. Pengetahuan Pembelian

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard, pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan toko, lokasi produk dalam toko, dan penempatan produk yang sebenarnya di dalam toko tersebut. Perilaku membeli menurut Peter dan Olson memiliki urutan *Store contact, produk contact, dan transaction*. *store contact*, konsumen akan mencari outlet, pergi ke outlet, dan memasuki outlet. Pada *product contact*, konsumen akan mencari lokasi produk, mengambil produk tersebut dan membawanya ke kasir. Sedangkan pada *transaction*, konsumen akan membayar produk tersebut dengan tunai, kartu kredit atau alat pembayaran lainnya.

**IAIN PURWOKERTO**

Keputusan konsumen mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya. Implikasi penting bagi strategi pemasaran adalah memberi informasi kepada konsumen dimana konsumen akan membeli produk tersebut.<sup>25</sup>

c. Pengetahuan Pemakaian

Suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut dengan benar. Produsen berkewajiban untuk memberikan informasi yang cukup agar konsumen mengetahui cara pemakaian suatu produk. Pengetahuan pemakaian suatu produk adalah penting bagi konsumen karena kesalahan dalam menggunakan suatu produk akan menyebabkan produk tidak berfungsi dengan baik.<sup>26</sup>

### 3. Objek Ilmu dan Cara Memperolehnya

Objek ilmu pengetahuan dapat dibagi dalam dua bagian pokok yaitu alam materi dan alam non materi. Sains mutakhir mengarahkan pandangan kepada alam materi, sehingga mereka membatasi ilmu pada bidang tersebut. Bahkan sebagian mereka tidak mengetahui adanya realita yang tidak dapat dibuktikan didalam materi.

Pada dasarnya potensi yang dimiliki oleh manusia untuk mengetahui sesuatu terdiri atas tiga macam, yaitu indra, akal, dan hati.<sup>27</sup> Sebagaimana yang dijelaskan dalam surat an- Nahl : 78.

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ

وَالْأَبْصَرَ وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

<sup>25</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, hlm. 155-156.

<sup>26</sup> *Ibid*, hlm. 158.

<sup>27</sup> Adian Huasaini, *Filsafat Ilmu Perspektif*, hlm. 109.

Artinya: “Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu pun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan, dan hati, agar kamu bersyukur”.<sup>28</sup>

a. Pengamatan Melalui Indera

Al-Qur'an menjelaskan adanya pengetahuan yang diperoleh melalui indera dengan cara mengamati. Dalam surat al-Ankabut : 20, Allah SWT menyuruh manusia untuk berjalan di muka bumi dan memerhatikan penciptaan manusia. Dalam surat Yunus : 101, Allah SWT memerintahkan manusia untuk memerhatikan apa yang ada di langit dan memerhatikan apa yang ada di bumi.

Menurut al-Ghazali, pancaindera merupakan sarana penangkap pertama yang muncul dari dalam diri manusia, disusul dengan daya khayal yang menyusun aneka bentuk susunan, dari partikular-partikular yang ditangkap indera, kemudian *tamyiz* (daya pembeda) yang menangkap sesuatu di atas alam empirik sensual di sekitar usia tujuh tahun, kemudian disusul oleh akal yang menangkap hukum-hukum akal yang tidak terdapat pada fase sebelumnya. Yang paling dominan di antara pancaindera tersebut menurut al-Ghazali adalah indra penglihatan.

Namun tidak semua pengetahuan yang hendak diketahui dapat diperoleh dengan indera. Karena keterbatasan kemampuan inderawi, manusia tidak dapat menjangkau hal-hal yang ada dibalik penangkapan indera tersebut. Karena itu, Allah SWT mengecam orang-orang yang hanya mengandalkan inderanya untuk memperoleh pengetahuan lebih dalam, Allah SWT berfirman :

وَإِذْ قُلْتُمْ يَا مُوسَىٰ لَنْ نُؤْمِنَ لَكَ حَتَّىٰ نَرَىٰ اللَّهَ جَهْرَةً فَأَخَذَتْكُمُ الصَّاعِقَةُ

وَأَنْتُمْ تَنْظُرُونَ ﴿٥٥﴾

---

<sup>28</sup>Tim Penyusun al-Qur'an Terjemah Agama RI, *Al - Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: PT. Sygma Axamedia Arkanleema, 2009), hlm . 275.

Artinya: “Dan ingatlah ketika kamu berkata, “Hai Musa, kami tidak akan beriman kepadamu sebelum kami melihat Allah dengan terang. Karena itu, kamu disambar halilintar, sedang kamu menyaksikannya“. (QS al- Baqarah : 55).<sup>29</sup>

b. Pengamatan Melalui Akal

Keterbatasan dan kelemahan indera disempurnakan oleh akal. Akal dapat mengoreksi kesalahan pengetahuan inderawi sebab akal mempunyai kemampuan untuk mengetahui objek-objek abstrak yang logis. Seperti halnya pengetahuan bahwa Allah SWT itu Maha Kuasa dan Maha Penyayang diperoleh dengan menggunakan akal, bukan dengan menggunakan indera.

c. Pengamatan Melalui Suara Hati

Selain indera dan akal, potensi yang dimiliki manusia untuk mengetahui pengetahuannya adalah potensi hati. Potensi hati ini dapat memberi peluang kepada manusia untuk memperoleh pengetahuan dengan lebih baik. Jika akal hanya dapat mengetahui objek abstrak yang logis, maka potensi hati dapat mengetahui objek abstrak yang supra logis (ghaib).

Menurut al-Ghazali, akal dan hati merupakan entitas yang sama dan berkedudukan di hati (*heart*). *Qalb* diibaratkan sebagai istananya, sedangkan ‘*aql* adalah rajanya.<sup>30</sup>

#### 4. Pengertian Persepsi Konsumen

Secara Etimologis persepsi dalam bahasa Inggris *perception*, diambil dari bahasa latin *perceptio* yang artinya menerima atau mengambil.<sup>31</sup>

Sedangkan secara terminologi persepsi adalah proses mengetahui atau mengenali objek dan kejadian objektif dengan bantuan indera. Dalam filsafat, persepsi didefinisikan sebagai metode kompleks untuk mendapatkan informasi tentang dunia di lingkungan sekitar, terutama lewat pancaindera, serta

<sup>29</sup>Tim Penyusun al-Qur’an Terjemah Agama RI, *Al - Qur’an dan Terjemahnya* (Bandung: PT. Sygma Axamedia Arkanleema, 2009), hlm . 8.

<sup>30</sup>Adian Huasaini, *Filsafat Ilmu Perspektif*, hlm. 107.

<sup>31</sup>Desmita, *Psikologi Perkembangan Peserta Didik* (Bandung; PT Remaja Rosdakarya, 2009), hlm. 117.

mengadopsi informasi ini sebagai suatu keyakinan.<sup>32</sup> Persepsi adalah suatu proses yang didahului oleh proses pengindraan, yaitu merupakan proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indera.<sup>33</sup> Stimulus yang diindra itu kemudian oleh individu diorganisasikan dan diinterpretasikan, sehingga individu menyadari dan mengerti tentang apa yang diindra tersebut.

Mowen menyebut tahap pemaparan, perhatian, dan pemahaman sebagai persepsi. Persepsi ini bersama keterlibatan konsumen dan memori akan mempengaruhi pengolahan informasi. Terdapat lima tahap pengolahan informasi yaitu pemaparan (*exposure*), perhatian (*attention*), pemahaman (*komprehension*), penerimaan (*acceptance*), dan retensi (*retention*).

Pengolahan informasi pada diri konsumen terjadi ketika salah satu panca indera konsumen menerima input dalam bentuk stimulus. Stimulus bisa berbentuk produk, nama merek, kemasan, iklan, dan nama produsen.<sup>34</sup>

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Persepsi Konsumen adalah tanggapan mengenai stimulus yang diterima dari proses pengindraan konsumen yang nantinya diadopsi sebagai keyakinan.

## **5. Faktor-faktor yang Berperan dalam Persepsi**

### **a. Objek yang dipersepsikan**

Objek menimbulkan stimulus yang mengenai alat indera atau reseptor. Sebagian besar stimulus datang dari luar individu, tetapi juga dapat datang dari dalam individu yang berkaitan langsung dengan syaraf penerima yang bekerja sebagai reseptor.

### **b. Alat indera, syaraf, dan pusat susunansyaraf**

Alat indera atau reseptor merupakan alat untuk menerima stimulus. Di samping itu juga harus ada syaraf sensoris sebagai alat untuk meneruskan stimulus yang diterima reseptor ke pusat susunan syaraf, yaitu

---

<sup>32</sup>Philip Carter, *Tes IQ*, hlm. 193.

<sup>33</sup>Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Andi, 2002), hlm.69.

<sup>34</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, hlm.

otak sebagai pusat kesadaran. Sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan syaraf motoris.

c. Perhatian

Langkah pertama untuk mengadakan persepsi diperlukan adanya perhatian, yaitu merupakan pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang diajukan kepada sesuatu atau sekumpulan objek.

Dari hal-hal tersebut dapat dikemukakan bahwa untuk mengadakan persepsi perlu adanya beberapa faktor yang berperan, yaitu 1) objek atau stimulus yang dipersepsikan; 2) alat indra dan syaraf-syaraf serta pusat susunan syaraf, yang merupakan syarat fisiologis; dan 3) perhatian, yang merupakan syarat psikologis.<sup>35</sup>

## 6. Proses Terjadinya Persepsi

Dari segi Psikologi dikatakan bahwa tingkah laku seseorang merupakan fungsi dari cara dia memandang. Oleh karena itu, untuk mengubah tingkah laku seseorang harus mulai dari mengubah persepsinya. Dalam proses persepsi, terdapat tiga komponen utama berikut:

- a. Seleksi, yaitu proses penyaringan oleh indera terhadap rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya bisa banyak ataupun sedikit.
- b. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi dipengaruhi oleh berbagai factor, seperti pengalaman masa lalu, system yang dipakai, motivasi, kepribadian, dan kecerdasan.
- c. Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa proses persepsi adalah melakukan seleksi, interpretasi, dan pembulatan terhadap informasi yang sampai.<sup>36</sup>

---

<sup>35</sup> Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi*, hlm. 70-71.

<sup>36</sup> Alex Sobur, *Psikologi Umum* (Bandung; Pustaka Setia, 2003), hlm. 447.

## **B. Perilaku Konsumen**

### **1. Pengertian Perilaku Konsumen**

James F. Engel mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.<sup>37</sup>

Sedangkan Schiffman dan Kanuk mendefinisikan perilaku konsumen sebagai perilaku yang dipelihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.<sup>38</sup>

Dari definisi yang telah disebutkan di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan.

### **2. Variabel Perilaku Konsumen**

Dalam memahami perilaku konsumen David L. Loudon mengemukakan tiga variabel yang mempengaruhinya yaitu.

#### **a. Variabel Stimulus**

Merupakan variabel yang berada di luar diri individu (faktor external) yang sangat berpengaruh dalam proses pembelian. contohnya, merek dan jenis produk, iklan dan toko

#### **b. Variabel Respons**

Merupakan hasil aktivitas individu sebagai reaksi dari variabel stimulus yang sangat tergantung pada faktor individu dan kekuatan kekuatan stimulus. Contohnya, keputusan membeli barang, pemberian penilaian terhadap barang, perubahan sikap terhadap suatu produk.

---

<sup>37</sup>Pendit dan Tata Sudarta, *Psychology of Service (Sebuah Pengantar dalam Memberikan Pelayanan secara Paripurna)*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004), hlm. 82.

<sup>38</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, hlm. 4.

c. Variabel Intervening

Merupakan variabel antara stimulus dan respons sebagai faktor internal individu, termasuk motif-motif membeli, sikap terhadap suatu peristiwa, dan persepsi terhadap suatu barang.<sup>39</sup>

### 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

a. Perspektif Pengambilan Keputusan

Konsumen melakukan serangkaian aktivitas dalam membuat keputusan pembelian. Perspektif ini mengasumsikan bahwa konsumen memiliki masalah dan melakukan proses pengambilan keputusan rasional untuk memecahkan masalah tersebut.

b. Perspektif Exsperiensial (Pengalaman)

Perspektif ini mengemukakan bahwa konsumen sering kali mengambil keputusan membeli produk tidak berdasarkan proses rasional untuk memecahkan masalah yang mereka hadapi. Konsumen sering membeli suatu produk karena alasan untuk fantasi ataupun emosi yang diinginkan.

c. Perspektif Pengaruh Behavioral

Perspektif ini menyatakan bahwa seorang konsumen membeli suatu produk sering kali bukan alasan rasional atau emosional yang berasal dari dalam dirinya tetapi dipengaruhi oleh faktor luar seperti lingkungan fisik, faktor ekonomi dan undang-undang, serta pengaruh lingkungan yang kuat membuat konsumen melakukan pembelian.<sup>40</sup>

# IAIN PURWOKERTO

## C. Perbankan Syariah

### 1. Pengertian Bank Syariah

Secara bahasa, bank berakar dari bahasa Italia yaitu *banco* yang artinya kepingan papan tempat buku, atau sejenis meja. dalam bahasa Indonesia dan Melayu terdapat istilah yang relatif sama yaitu “bangku”.<sup>41</sup>

---

<sup>39</sup>Pendit dan Tata Sudarta, *Psychology of Service*, hlm. 82-83.

<sup>40</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, hlm. 6.

<sup>41</sup>Ahmad Dahlan, *Bank Syariah Teoritik, Praktik, dan Kritik*, ( Yogyakarta: Teras, 2012), hlm. 98.

Dalam Undang-Undang Nomor. 7 tahun 1992 tentang perbankan disebutkan bahwa pengertian bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan yang disebut bank syariah adalah lembaga keuangan yang operasionalnya dan berbagai produknya dikembangkan berlandaskan syari'ah Islam, khususnya berkaitan dengan pelarangan *riba* (bunga), *maisir* (spekulasi), dan *gharar* (ketidakjelasan).

Bank Syariah, atau biasa disebut dengan *Islamic Bank* berbeda dengan bank konvensional pada umumnya. Perbedaan utamanya terdapat pada landasan operasi yang digunakan. Dalam bank konvensional beroperasi berlandaskan bunga, sedangkan dalam bank syariah beroperasi berlandaskan bagi hasil, ditambah dengan jual beli dan sewa. Hal ini didasarkan pada keyakinan bahwa bunga mengandung unsur riba yang dilarang oleh Islam. Menurut pandangan Islam, di dalam sistem bunga terdapat unsur ketidakadilan karena pemilik dana mewajibkan peminjam untuk membayar lebih dari pada yang dipinjam tanpa memperhatikan apakah peminjam mengalami kerugian atau tidak.

Menurut H.M. Sadeq, bank Islam bukan hanya sebagai tipe yang berbeda dengan bank konvensional tapi keberadaannya sebagai revolusi sebagaimana John Mayned Keynes. Bank Islam tidak sekedar sebagai *Financial Intermediary*, tapi merevolusi dengan partisipasi nyata dalam bisnis dan mobilisasi pendanaan. Revolusi pendanaan dapat dibuktikan dengan prinsip sharing profit and losses yang berbeda dengan bank konvensional yang berbasis bunga. Kehadiran bank syariah diharapkan dapat memberikan alternatif bagi masyarakat dalam memanfaatkan jasa perbankan yang selama ini masih didominasi oleh sistem bunga.

## 2. Prinsip-prinsip Bank Syariah

Visi Perbankan Islam umumnya adalah menjadi wadah terpercaya bagi masyarakat yang ingin melakukan investasi dengan sistem bagi hasil secara adil sesuai prinsip syariah. Memenuhi rasa keadilan bagi semua pihak

dan memberikan maslahat bagi masyarakat luas adalah misi utama perbankan Islam. Dengan landasan falsafah dasar sistem ekonomi Islam dan visi misi tersebut, maka setiap kelembagaan keuangan syariah akan menerapkan ketentuan-ketentuan sebagai berikut.

a. Menjauhkan Diri dari Kemungkinan Adanya Unsur Riba

- 1) Menghindari penggunaan sistem yang menetapkan di muka suatu hasil usaha, seperti penetapan bunga simpanan atau bunga pinjaman yang dilakukan pada bank konvensional.
- 2) Menghindari penggunaan sistem presentasi biaya terhadap utang atau imbalan terhadap simpanan yang mengandung unsur melipatgandakan secara otomatis utang/simpanan tersebut hanya karena berjalannya waktu.
- 3) Menghindari penggunaan sistem perdagangan/ penyewaan barang ribawi dengan imbalan barang ribawi lainnya (barang yang sama dan sejenis, seperti uang rupiah yang masih berlaku) dengan memperoleh, kelebihan baik kuantitas maupun kualitas.

b. Menghindari penggunaan sistem yang menetapkan di muka tambahan atas uang yang bukan atas prakarsa yang mempunyai utang secara sukarela, seperti penempatan bunga pada bank konvensional.

c. Menerapkan Prinsip Sistem Bagi Hasil dan Jual Beli

Dengan mengacu kepada QS. Al-Baqarah : 275 dan surat an-Nisa : 29 yang artinya Allah SWT telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba serta suruhan untuk menempuh jalan perniagaan dengan rasa suka sama suka, maka setiap transaksi kelembagaan ekonomi Islam harus selalu dilandasi atas dasar sistem bagi hasil dan perdagangan atau yang transaksinya didasari oleh adanya pertukaran antara uang dengan barang/jasa.

Dalam operasinya, pada sisi pengerahan dana masyarakat, lembaga ekonomi Islam menyediakan sarana investasi bagi penyimpanan dana dengan sistem bagi hasil dan pada sisi penyaluran dana masyarakat

**IAIN PURWOKERTO**

menyediakan fasilitas pembiayaan dengan sistem bagi hasil serta pembiayaan perdagangan.

d. Prinsip Keadilan

Prinsip ini tercermin dari penerapan sistem bagi hasil dan pengambilan keuntungan berdasarkan hasil kesepakatan dua belah pihak.

e. Prinsip Kesamaan

Prinsip ini tercermin dengan menempatkan posisi nasabah serta bank pada posisi yang sederajat. Kesamaan ini terwujud dalam hak, kewajiban, resiko dan keuntungan yang berimbang di antara nasabah penyimpanan dana, nasabah pengguna dana maupun bank.<sup>42</sup>

### 3. Karakteristik Produk Bank Syariah

Implementasi transaksi yang sesuai dengan paradigma dan asas transaksi syariah harus memenuhi karakteristik dan persyaratan sebagai berikut:

- a. Transaksi hanya dilakukan berdasarkan prinsip saling paham dan saling ridha;
- b. Prinsip kebebasan bertransaksi diakui sepanjang objeknya halal dan *tayib*;
- c. Uang hanya berfungsi sebagai alat tukar dan satuan pengukur nilai, bukan sebagai komoditas;
- d. Tidak mengandung unsur Riba;
- e. Tidak mengandung unsur kezaliman;
- f. Tidak mengandung unsur *maymir*;
- g. Tidak mengandung unsur *gharar*;
- h. Tidak mengandung unsur haram;
- i. Tidak menganut prinsip nilai waktu dari uang (*time value of money*) karena keuntungan yang semua pihak tanpa merugikan pihak lain sehingga tidak diperkenankan menggunakan standar ganda harga untuk satu akad serta tidak menggunakan dua transaksi bersamaan yang berkaitan (*ta'luq*) dalam satu akad;

**IAIN PURWOKERTO**

---

<sup>42</sup> Nafan, *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm. 23-25.

- j. Tidak ada distorsi harga melalui rekayasa permintaan (*najāsyi*), maupun melalui rekayasa penawaran (*ihtikār*);
- k. Tidak mengandung unsur kolusi dengan suap menyuap (*risywah*).<sup>43</sup>

#### 4. Produk-produk Bank Syariah

Produk perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga kategori yaitu produk penyaluran dana, produk penghimpunan dana, produk yang berkaitan dengan jasa yang diberikan perbankan kepada nasabahnya.

##### a. Produk Penyaluran Dana

###### 1) Prinsip Jual Beli

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Prinsip ini dapat dibagi sebagai berikut:

###### a) Pembiayaan *Murābahah*

Imam Syāfi'ī menamakan transaksi sejenis bay' *al-murābahah* dengan *al-amir bissyirā*. Pembiayaan dengan prinsip jual beli diaplikasikan dalam skim *murābahah*, yaitu pembelian barang oleh bank untuk nasabah dalam rangka pemenuhan kebutuhan produksi dengan pembayaran dalam rangka di bawah satu tahun.<sup>44</sup>

###### b) Pembiayaan *Salām*

Jual beli salam merupakan prinsip jual beli suatu barang tertentu antara pihak penjual dan pihak pembeli sebesar harga pokok ditambah dengan nilai keuntungan yang disepakati, dimana waktu penyerahan barang dilakukan kemudian hari sementara penyerahan uang dilakukan di muka (secara tunai).<sup>45</sup>

###### c) Pembiayaan *Istisnā*

Produk *istisnā* menyerupai produk *salām*, tapi dalam *istisnā* pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali

<sup>43</sup>Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 66.

<sup>44</sup>Ahmad Dahlan. *Bank Syariah Teoritik*, hlm. 190.

<sup>45</sup>*Ibid*, hlm. 194-195.

pembayaran. Skim *istisnā* dalam bank syariah umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi.<sup>46</sup>

## 2) Prinsip Sewa (*Ijārah*)

Perjanjian antara pemilik barang dengan penyewa yang memperbolehkan penyewa untuk memanfaatkan barang tersebut dengan membayar sewa sesuai dengan perjanjian antara kedua belah pihak.<sup>47</sup>

## 3) Prinsip Bagi Hasil (*Syirkāh*)

### a) Pembiayaan *Musyārahah*

Transaksi penanaman dana dari dua atau lebih pemilik dana untuk menjalankan usaha tertentu sesuai syariah dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang disepakati, sedangkan pembagian kerugian berdasarkan proporsi modal masing-masing.<sup>48</sup>

### b) Pembiayaan *Mudārabah*

*Al-Mudārabah* yaitu perjanjian antara pemilik modal dengan pengusaha dimana pemilik modal bersedia membiayai sepenuhnya suatu proyek/usaha yang penguasa bersedia untuk mengelola proyek tersebut dengan bagi hasil. Aplikasi dalam bank syariah digunakan dalam bentuk tabungan berjangka dan deposito berjangka.<sup>49</sup>

### b. Produk Penghimpun Dana

Sebagaimana pada lembaga bank secara umum, dalam penghimpun dana bank syariah mempraktikkan produk tabungan, giro dan deposito. Dalam produk tersebut akad dasar yang dikembangkan adalah *wadi'ah* dan *mudārabah*.<sup>50</sup>

<sup>46</sup> Adiwarmam A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2004), hlm. 100.

<sup>47</sup> Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2005), hlm. 10.

<sup>48</sup> Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 81.

<sup>49</sup> Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, hlm. 72.

<sup>50</sup> Ahmad Dahlan. *Bank Syariah Teoritik*, hlm. 124.

c. Produk Pelayanan Jasa

1) *Al Wakālah* (Amanat)

*Wakālah* artinya penyerahan atau pendelagasian atau pemberi mandat satu pihak kepada pihak lain. Mandat ini harus dilakukan sesuai dengan yang telah disepakati oleh si pemberi mandat.

2) *Al-Hawālah*

*Hawālah* merupakan pengalihan hutang dari orang yang berhutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Atau dengan kata lain pemindahan beban hutang dari satu pihak kepada lain pihak. Dalam dunia keuangan atau perbankan dikenal dengan kegiatan anjak piutang atau factoring.

3) *Al-Qafālah* (Garansi)

*Qafālah* merupakan jaminan yang berikan penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. Dalam dunia perbankan dapat dilakukan dalam hal pembiayaan dengan jaminan seseorang.

4) *Ar-Rahn*

*Ar-Rahn* merupakan kegiatan menahan salah satu harta milik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Kegiatan seperti ini dilakukan seperti jaminan utang atau gadai.<sup>51</sup>

D. Model Pengambilan Keputusan Konsumen

# IAIN PURWOKERTO

Proses keputusan konsumen dalam membeli atau mengkonsumsi produk dan jasa akan dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu strategi pemasaran, perbedaan individu, dan faktor lingkungan. Pemahaman terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen akan memberikan pengetahuan kepada pemasar bagaimana menyusun strategi dan komunikasi pemasaran yang baik. Pemahaman yang baik kepada perilaku konsumen akan membantu para manajer

---

<sup>51</sup> Sumar'in, *Konsep Kelembagaan*, hlm. 78.

pemasaran untuk melakukan hal-hal seperti analisis lingkungan, riset pasar, segmentasi, *positioning*, dan bauran pemasaran.

Perbedaan individu menggambarkan faktor-faktor karakteristik individu yang muncul dari dalam diri konsumen dan proses psikologis yang terjadi pada diri konsumen yang sangat berpengaruh terhadap proses keputusan konsumen, yaitu agama, kebutuhan dan motivasi, kepribadian, pengolahan informasi dan persepsi, proses belajar, pengetahuan, dan sikap konsumen.<sup>52</sup>

Dalam buku lain proses pengambilan keputusan konsumen terdapat tiga tahap yaitu tahap masukan (input), tahap proses, dan tahap keluaran (output). Tahap masukan mempengaruhi pengenalan konsumen terhadap kebutuhan atas produk dan terdiri dari dua sumber utama yaitu usaha pemasaran perusahaan dan pengaruh sosiologis eksternal atas konsumen.

Tahap proses memfokuskan pada cara konsumen mengambil keputusan. Berbagai faktor psikologis yang melekat pada setiap individu seperti motivasi, persepsi, pengetahuan, kepribadian, dan sikap dapat mempengaruhi pengenalan konsumen terhadap kebutuhan, pencarian informasi sebelum pembelian, dan evaluasi terhadap berbagai alternatif. Pengalaman yang diperoleh melalui evaluasi berbagai alternatif, pada gilirannya akan mempengaruhi sifat psikologis konsumen yang ada.

Tahap keluaran dalam model pengambilan keputusan konsumen terdiri dari dua macam kegiatan setelah pengambilan keputusan yang berhubungan erat dengan perilaku membeli dan evaluasi setelah membeli.<sup>53</sup>

# IAIN PURWOKERTO

## E. Kajian Pustaka

Sejauh penelusuran dan pengetahuan penyusun, penelitian tentang pengaruh pengetahuan dan persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah, belum pernah dilakukan di Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. Kajian pustaka merupakan kajian

---

<sup>52</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, hlm. 9-10.

<sup>53</sup> Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, hlm.7-8.

tentang teori-teori yang diperoleh dari pustaka yang berkaitan dan yang mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh karena itu, pada bagian ini akan dikemukakan beberapa teori dan hasil penelitian yang relevan dengan penelitian ini.

Dari hasil penelusuran yang telah dilakukan, ditemukan beberapa buku yang membahas tentang teori perilaku konsumen dan teori seputar dunia perbankan. Adapun buku-buku tersebut adalah:

1. Buku Perilaku Konsumen karya Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk. Buku tersebut menjelaskan bahwa dalam proses pengambilan keputusan konsumen harus mempertimbangkan pengaruh berbagai konsep psikologis. Bidang psikologis dalam diri seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, kepribadian dan sikap yang bisa mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen.<sup>54</sup>
2. Buku Perilaku Konsumen karya Ujang Sumarwan, dalam buku tersebut dijelaskan bahwa tingkat kebutuhan teori Maslow yaitu teori motivasi yang mengendalikan bahwa individu berusaha memenuhi kebutuhan mereka menurut susunan tingkat-tingkat yang pokok, dimulai dengan berbagai kebutuhan psikologis, kemudian bergerak ke kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan berprestasi, dan akhirnya kebutuhan penonjolan diri.<sup>55</sup>
3. Buku Manajemen Pemasaran Bank karya Murti Sumarni. Dalam buku tersebut dijelaskan terdapat tiga unsur penting dalam model perilaku konsumen yaitu:
  - a. Perilaku konsumen adalah dinamis
  - b. Terdapat interaksi antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian disekitar
  - c. Hal tersebut melibatkan pertukaran

---

<sup>54</sup> Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, hlm 492-493.

<sup>55</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* , hlm.26-29.

Sehingga bank harus menyusun suatu strategi pemasaran yang dapat mengimbangi perilaku nasabah yang dinamis atau selalu bergerak sepanjang waktu.<sup>56</sup>

Kemudian buku-buku yang mengkaji tentang dunia perbankan syariah antara lain sebagai berikut:

4. Buku Bank Syariah dari Teori ke Praktek Karya Muhammad Syāfi'ī Antonio. Buku tersebut menjelaskan bahwa sejak kelahirannya, Perbankan Syariah dilandasi dengan kehadiran dua gerakan renaissance Islam moderat yaitu neorevivalis dan modernis. Tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan yang berlandaskan etika ini adalah sebagai kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan Al-Quran dan As-Sunnah.
5. Buku Bank Syariah Analisis Kekuatan, Kelemahan dan Ancaman karya Muhammad. Menjelaskan mengenai pengertian bank syariah prinsip dan produk-produk yang ada di Bank Syariah.
6. Buku Konsep Hukum Perbankan Syariah karya Muhamad Sadi. Menjelaskan secara komperhensif bagaimana hukum Perbankan Syariah di Indonesia. Seperti yang diketahui bahwa peraturan tentang Perbankan Syariah seringkali mengalami perubahan cepat.

Selanjutnya penyusun melakukan penelusuran terhadap beberapa karya ilmiah yang relevan dengan penelitian ini.

1. Judul skripsi: *"Pengaruh Persepsi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Mandiri"*

karya Wiwin Khasanah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2015. Hasil penelitian menunjukkan persepsi mahasiswa UIN Sunan Kalijaga tentang perbankan syariah memberikan sumbangan pengaruh terhadap minat menabung di Bank Syariah Mandiri sebesar 63,9% sedangkan 36,1% merupakan pengaruh dari faktor-faktor lain.

---

<sup>56</sup>Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002), hlm. 233.

2. Judul skripsi “*Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Niat Menggunakan Produk Bank Syariah Di Yogyakarta*” karya Diah Tri Kumalasari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2016. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan variabel persepsi santri tentang perbankan syariah signifikan berpengaruh terhadap niat santri menggunakan produk menabung bank syariah di Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,540, dengan nilai signifikan 0,013 lebih besar dari 0,05 ( $0,013 > 0,05$ ) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 11,219. Sedangkan pengetahuan santri tentang perbankan syariah terhadap niat santri menggunakan produk menabung bank syariah di Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dari t hitung sebesar 3,875 dengan nilai signifikan 0,000 lebih besar dari 0,05 dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,333.
3. Jurnal Procceding PESAT vol 5 Oktober 2013 ISSN: 1858-2559 “ *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah*” Karya Anangadipa Abhimantra,dkk Procceding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur, & Teknik Sipil) Bandung tahun 2013. Berdasarkan penelitian yang dihasilkan bahwa faktor-faktor seperti pengetahuan, religiusitas, produk, reputas dan pelayanan di Bank Syariah memiliki pengaruh positif terhadap keputusan memilih menabung di Bank Syariah, meskipun tidak signifikan. Hal ini dibuktikan dengan nilai adjusted R square sebesar 45,5%.
4. Judul skripsi ” *Pengaruh Pengetahuan Warga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Muamalat (Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darunnajah)*” Karya Kautsar Audytra Muhammad Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidaytullah Jakarta tahun 2014. Hasil penelitian yang di peroleh adalah minat warga dipengaruhi secara bersama-sama oleh pengetahuan definisi, pengetahuan lokasi, pengetahuan prinsip-prinsip, dan pengetahuan produk-produk muamalat. Dari keempat faktor tersebut faktor yang dominan adalah faktor pengetahuan lokasi.

**IAIN PURWOKERTO**

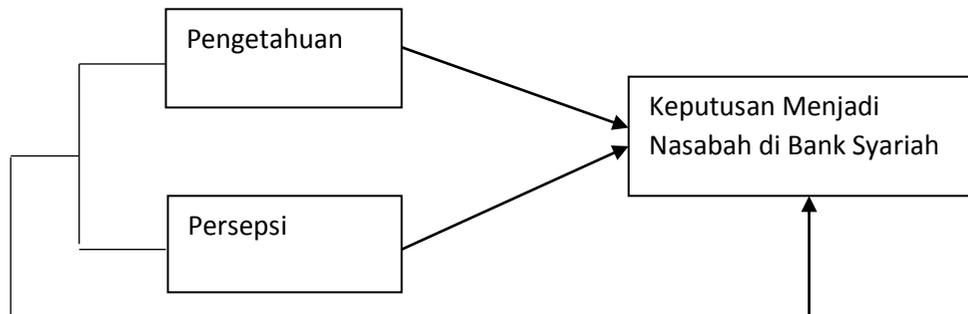
**Tabel 5**  
**Perbandingan Hasil Kajian Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Penulis dan Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Wiwin Khasanah (2015), ”Pengaruh Persepsi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)”	Variabel yang diteliti yaitu Persepsi mahasiswa tentang Perbankan Syariah dan studinya pada mahasiswa FEBI.	Lokasi Penelitian dan terdapat penambahan variabel pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah pada penelitian yang akan dilakukan
2	Diah Tri Kumalasari (2016) “Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Niat Menggunakan Produk Bank Syariah Di Yogyakarta (studi kasus di Pondok Pesantren Al- Luqmaniyah Yogyakarta)”	Terdapat dua variabel yang sama yaitu pengaruh pengetahuan dan persepsi santri tentang perbankan syariah	Studi kasus yang akan dilakukan peneliti adalah pada mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto
3	Abhimantra, dkk Jurnal vol 5 Oktober 2013 ISSN: 1858-2559 “ Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah”	Variabel yang mengacu pada keputusan memilih menabung pada bank syariah	Tempat penelitian dan faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah (Mahasiswa)
4	Kautsar Audytra Muhammad (2014)” Pengaruh Pengetahuan Warga Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Prodak Bank Muamalat (Studi kasus santri Ponpes Darunnajah)”	Variabel yang diteliti yaitu pengetahuan tentang perbankan syariah	Tempat penelitian dan studi kasus yang akan dilakukan pada mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto

#### F. Kerangka Pemikiran

Untuk mengetahui masalah yang akan dibahas, perlu adanya pemikiran yang merupakan landasan dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk

menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu penelitian. Kerangka berfikir yang dapat digambarkan adalah sebagai berikut:



Dalam Undang-Undang Nomor. 7 tahun 1992 disebutkan bahwa pengertian bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan yang disebut bank syariah adalah lembaga keuangan yang operasionalnya dan berbagai produknya dikembangkan berlandaskan syari'ah Islam, khususnya berkaitan dengan pelarangan riba (bunga), maisir (*spekulasi*), dan gharar (ketidakjelasan).

Dalam teori Ekonomi Islam kesejahteraan akan meningkat apabila seseorang mengkonsumsi lebih banyak barang yang bermanfaat dan halal. Kemudian tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan yang berlandaskan etika ini adalah sebagai kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan Al-Quran dan As-Sunnah. Sehingga seseorang yang memiliki pengetahuan dan persepsi baik tentang perbankan syariah maka akan semakin besar kemungkinannya untuk memilih menjadi nasabah di bank syariah.

Pengetahuan konsumen tentang informasi perbankan syariah akan memberikan dampak terhadap perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan dinamis antara pengaruh perilaku dan kejadian disekitar yang meliputi aktivitas individu ataupun kelompok dalam memilih, membeli, memakai sebuah produk atau jasa.

Pengolahan informasi pada diri konsumen terjadi ketika salah satu pancaindera konsumen menerima input dalam bentuk stimulus. Stimulus dapat

berupa produk, nama merek, iklan ataupun kemasan. Ada lima tahap pengolahan informasi, yaitu pemaparan, perhatian, pemahaman, penerimaan, dan retensi. Tahap pemaparan, perhatian, dan pemahaman disebut dengan persepsi. Persepsi ini bersama keterlibatan konsumen dan memori akan mempengaruhi pengolahan informasi. Selanjutnya bagaimana konsumen mengolah informasi dan membentuk persepsi akan mempengaruhi konsumen dalam proses pengambilan keputusan dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa.<sup>57</sup>

Hasil penelitian Diah Tri Kumalasari (2016) “Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Niat Menggunakan Produk Bank Syariah Di Yogyakarta (studi kasus di Pondok Pesantren Al- Luqmaniyyah Yogyakarta)” dari hasil penelitian tersebut dikatakan bahwa pengetahuan dan persepsi santri berpengaruh secara signifikan terhadap niat menggunakan produk Bank Syariah di Yogyakarta.

Kemudian dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Abhimantra, dkk Jurnal vol 5 Oktober 2013 ISSN: 1858-2559 “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah” dihasilkan bahwa faktor-faktor seperti pengetahuan, religiusitas, produk, reputasi dan pelayanan di bank syariah memiliki pengaruh positif terhadap keputusan memilih menabung di bank syariah, meskipun tidak signifikan.

Sehingga model kerangka berfikir di atas menjelaskan bahwa variabel X yaitu pengetahuan dan persepsi mahasiswa tentang Perbankan Syariah berpengaruh pada variabel Y yaitu keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

# IAIN PURWOKERTO

## G. Rumusan Hipotesis

Hipotesis pada dasarnya adalah dugaan sementara dari rumusan masalah terhadap masalah yang diidentifikasi. Dari uraian diatas maka penulis menyusun hipotesis sebagai berikut:

1. Ho : Tidak terdapat pengaruh pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

---

<sup>57</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, hlm.11.

H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

2. Ho : Tidak terdapat pengaruh persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

H<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

3. Ho : Tidak terdapat pengaruh secara *simultan* pengetahuan dan persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

H<sub>3</sub> : Terdapat pengaruh secara *simultan* pengetahuan dan persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

## H. Landasan Teologis

Perbankan syariah yaitu segala sesuatu yang berkaitan dengan bank syariah dan unit usaha syariah yang mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, hingga proses pelaksanaan kegiatan usahanya. Sedangkan Bank syariah merupakan bank yang menjalankan aktivitas usahanya dengan menggunakan landasan prinsip-prinsip syariah.<sup>58</sup> Bank syariah dikenal dengan bank Islam tanpa riba. Riba disini berarti menetapkan bunga atau melebihi jumlah pinjaman pokok secara bathil, dan riba hukumnya haram. Sesuai dengan firman Allah SWT

dalam Q.S Al- Baqarah : 275

**IAIN PURWOKERTO**  
الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ  
مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ  
الرِّبَا فَمَن جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ  
عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

<sup>58</sup>Muhammad, *Bank Syariah Problem dan Prospek Perkembangannya di Indonesia*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), hlm. 4.

Artinya : *“Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”*<sup>59</sup>

Di dalam Islam riba dalam bentuk apa pun dan dengan alasan apa pun juga adalah dilarang oleh Allah SWT. Sehingga, hukum riba itu adalah haram sebagaimana dalil rentang riba dalam firman Allah SWT dalam ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan riba. Ayat al-qur'an yang melarang orang mukmin agar tidak memakan riba terdapat dalam surat Al-Baqarah ayat 278:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَذَرُوْا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَاۤ اِنْ كُنْتُمْ مُّؤْمِنِيْنَ ﴿٢٧٨﴾

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkanlah sisa riba (yang belum dipungut), jika kamu orang yang beriman.”* (Q.S. Al-Baqarah:278)<sup>60</sup>

Kemudian Firman Allah yang akan memberikan siksa atau Azab bagi orang-orang yang memakan riba yaitu :

وَآخَذْنٰهُمُ الرِّبَاۤ اَوْ قَدِّمُوْا عَنْهُ وَاكْلٰهُمُ اَمْوَالِ النَّاسِ بِالْبٰطِلِ ۗ وَاَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِيْنَ مِنْهُمْ عَذَابًا اَلِيْمًا ﴿١٦١﴾

Artinya: *“Dan disebabkan karena mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih.”* (Q.S. An-Nisa: 161)<sup>61</sup>

<sup>59</sup>Tim Penyusun al-Qur'an Terjemah Agama RI, *Al - Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: PT. Sygma Axamedia Arkanleema, 2009), hlm . 47.

<sup>60</sup>Tim Penyusun al-Qur'an Terjemah Agama RI, *Al - Qur'an dan Terjemahnya*. hlm

<sup>61</sup> Ibid, hlm.

Bank syariah adalah bank yang menggunakan sistem bagi hasil dalam pembagian nisbah atau keuntungan. Keberadaan perbankan syariah di Indonesia merupakan jawaban dari keresahan masyarakat dengan adanya bunga bank. Menurut M. Umar Chapra dengan adanya lembaga keuangan perbankan syariah yaitu untuk meningkatkan kesempatan kerja dan kesejahteraan masyarakat Islam yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu semua produk yang dikeluarkan bank syariah menggunakan sistem bagi hasil bukan bunga bank.

Pengetahuan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis sudah cukup tinggi karena mereka telah banyak mempelajari dan dibekali ilmu tentang perbankan syariah dalam pendidikan formal. Pada dasarnya potensi yang dimiliki oleh manusia untuk mengetahui sesuatu terdiri atas tiga macam, yaitu indra, akal, dan hati.<sup>62</sup> Sebagaimana yang dijelaskan dalam surat an-Nahl : 78.

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَرَ  
وَالْأَفْئِدَةَ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: “Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu pun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan, dan hati, agar kamu bersyukur”.<sup>63</sup>

Semakin tinggi tingkat pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah maka semakin baik pula persepsi mengenai bank syariah. Sehingga dengan pengetahuan dan persepsi yang baik maka akan semakin besar keyakinannya untuk menjadi nasabah di bank syariah.

# IAIN PURWOKERTO

---

<sup>62</sup> Adian Huasaini, *Filsafat Ilmu Perspektif*, hlm. 109.

<sup>63</sup> Tim Penyusun al-Qur'an Terjemah Agama RI, *Al - Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: PT. Sygma Axamedia Arkanleema, 2009), hlm . 275.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), dimana penulis akan mengumpulkan data dengan melakukan studi mendalam tentang pengaruh pengetahuan dan persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah dengan studi kasus yang diteliti yaitu Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.<sup>64</sup>

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

IAIN Purwokerto adalah salah satu kampus yang mengembangkan ilmu pengetahuan dibidang ekonomi Islam yang lebih luas dibandingkan dengan kampus lain di kota Purwokerto, mahasiswa diajarkan tentang lembaga keuangan syariah dan perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah. Mengambil program studi Perbankan Syariah, Ekonomi Syariah, Manajemen Perbankan Syariah program D.III, maupun Manajemen Zakat dan Wakaf menjadikan mereka lebih kompeten dalam memahami dunia perbankan syariah. Sehingga pengetahuan dan persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto tentang perbankan syariah lebih unggul dibanding dengan mahasiswa kampus lain.

Penelitian ini dilakukan dalam waktu tiga bulan, dimulai pada bulan Maret sampai bulan Mei 2018.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi merupakan keseluruhan pengamatan yang ingin diteliti atau yang menjadi perhatian kita.<sup>65</sup> Objek yang diambil dalam penelitian ini

---

<sup>64</sup> Sumadi Suryabata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1994), hlm. 22-23.

<sup>65</sup> Boediono & wayan Koster, *Statistika dan Probabilita*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), hlm. 363.

adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto yang terdiri dari 4 program studi yaitu Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah, Manajemen Zakat dan Wakaf dan Manajemen Perbankan Syariah. Menurut data yang diperoleh dari Fakultas jumlah seluruh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto yang masih aktif pada tahun 2017 adalah 1.360 mahasiswa. Sedangkan mahasiswa yang sudah menjadi nasabah di Bank Syariah sebesar 838 mahasiswa.

## 2. Sampel

Sampel merupakan bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci.<sup>66</sup> Sampel yang diambil dari penelitian ini adalah sebesar 90 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto yang diperoleh dari penghitungan jumlah seluruh populasi.

Menurut Slovin, untuk menentukan ukuran sampel, dapat dengan

$$\text{rumus: } n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Dimana :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : persen (%) kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, 10%.<sup>67</sup>

Sehingga jumlah sampel yang diteliti berjumlah:

$$n = \frac{838}{1 + 838 \cdot 0,1^2} = \frac{838}{1 + 8,38} = \frac{838}{9,38} = 89,34 = \text{dibulatkan } 90 \text{ Mahasiswa}$$

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik penarikan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik yang ditetapkan terhadap elemen populasi target yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian.<sup>68</sup> Dalam *purposive sampling* pemilihan diseleksi oleh peneliti berdasarkan ciri-ciri khusus yang

<sup>66</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm 162.

<sup>67</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, hlm. 180.

<sup>68</sup> Hendri Tanjung & Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Bekasi: Gramata Publishing, 2013), hlm. 117.

dimiliki sampel tersebut yang dipandang mempunyai sangkut paut erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya.<sup>69</sup> Dalam penelitian ini penulis menilai mahasiswa yang sudah mempunyai rekening di bank syariah dan sudah mengikuti mata kuliah tentang perbankan syariah.

#### **D. Variabel dan Indikator Penelitian**

Variabel adalah sebuah fenomena yang bervariasi dalam bentuk, kualitas, mutu dan standar.<sup>70</sup> Dalam penelitian ini terdapat dua variabel penelitian, yaitu:

##### **1. Variabel Independen (Variabel Bebas)**

Variabel independen yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel dependen (terikat).<sup>71</sup> Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen, antara lain: Pengetahuan (X1), Persepsi (X2).

Dalam buku perilaku konsumen karya Ujang Sumarwan Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Pengetahuan konsumen terbagi kedalam tiga macam yaitu: pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian.

Sedangkan Persepsi adalah proses internal yang kita lakukan untuk memilih, mengevaluasi, dan mengorganisasikan rangsangan dari lingkungan eksternal.<sup>72</sup> Pengolahan informasi pada diri konsumen terjadi ketika salah satu pancaindera konsumen menerima *input* dalam bentuk stimulus. Stimulus bisa berbentuk produk, nama merek, kemasan, iklan dan nama produsen.

---

<sup>69</sup>Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 175.

<sup>70</sup>Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2013), hlm. 69.

<sup>71</sup>Muhammad, *Metodologi Penelitian*, hlm. 69.

<sup>72</sup>Ahmad Sihabudin, *Komunikasi Antarbudaya Satu Perspektif Multidimensi*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011), hlm. 38.

Konsumen akan mengolah informasi yang di dapatkan kemudian membentuk sebuah persepsi yang mempengaruhi konsumen dalam proses pengambilan keputusan dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa. di dalam konteks pemasaran, maka persepsi konsumen bisa berupa persepsi produk, persepsi toko, persepsi merek, persepsi layanan, persepsi harga, persepsi kualitas produk, persepsi toko atau persepsi terhadap produsen.<sup>73</sup>

Dalam penelitian ini persepsi yang ingin diteliti adalah mengenai persepsi operasional bank syariah, dan pelayanan bank syariah.

## 2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam hal ini Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Y) menjadi variabel dependen.

**Tabel 6**  
**Indikator Variabel Pengetahuan Konsumen**

Variabel	Uraian	Indikator	Pengukuran
Pengetahuan Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah (X1)	Pengetahuan Produk bank syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wadiah</li> <li>• Murobahah</li> <li>• Musyarakah</li> <li>• Mudharabah</li> <li>• Ijarah</li> <li>• Produk Jasa</li> </ul>	Skala Likert
	Pengetahuan Instansi Perbankan Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lokasi</li> <li>• Jumlah bank syariah</li> </ul>	Skala Likert
	Pengetahuan Prinsip Perbankan Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prinsip bagi hasil</li> <li>• Prinsip jual beli</li> <li>• Prinsip keadilan</li> <li>• Prinsip kesamaan</li> <li>• Investasi halal</li> </ul>	Skala Likert

<sup>73</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), hlm. 11.

**Tabel 7**  
**Indikator Variabel Persepsi**

Variabel	Uraian	Indikator	Pengukuran
Persepsi Konsumen Tentang Perbankan Syariah(X2)	Operasional Bank Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menggunakan sistem bagi hasil</li> <li>Kejelasan dalam transaksi</li> </ul>	Skala Likert
	Pelayanan Di Bank Syariah	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mendapatkan kepuasan dalam bertransaksi</li> </ul>	Skala Likert

**Tabel 8**  
**Indikator Variabel Keputusan Menjadi Nasabah**

Variabel	Uraian	Indikator	Pengukuran
Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Y)	Perspektif Pengambilan Keputusan	Faktor dari dalam diri individu	Skala Likert
	Perspektif Eksperiensial	Faktor emosional	Skala Likert
	Perspektif Pengaruh Behavioral	Faktor motif sosial	Skala Likert

### E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara interview pada satu atau beberapa orang yang bersangkutan. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dilakukan dengan cara melalui tatap muka. Dalam penelitian ini wawancara yang digunakan jenis wawancara terstruktur yaitu jenis wawancara yang sebagian besar jenis-jenis pertanyaannya telah ditentukan sebelumnya termasuk urutan yang ditanya dan materi pertanyaannya.<sup>74</sup> Wawancara dilakukan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

<sup>74</sup> Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Penerbit Teras, 2009), hlm.62-63.

2. Kuesioner (Angket) adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>75</sup> Teknik ini digunakan untuk mengetahui secara pasti variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang diharapkan responden. Angket diberikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto yang dipilih sebagai sampel penelitian.
3. Dokumentasi yaitu mengumpulkan data dengan melihat atau mencari suatu laporan yang sudah tersedia. Metode ini digunakan untuk melihat dokumen-dokumen resmi seperti monografi, catatan-catatan dan serta buku-buku peraturan yang ada.<sup>76</sup>

#### F. Skala Pengukuran

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial.<sup>77</sup> Interval skala likert tersebut yang digunakan menunjukkan nilai atau skor sebagai berikut:

**Tabel 9**  
**Interval Skala Likert**

No	Item	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	4
2	Setuju (S)	3
3	Tidak Setuju (TS)	2
4	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

#### G. Uji Kualias Data

##### 1. Pengujian Validitas

Uji Validitas bertujuan untuk melihat ketepatan instrument penelitian. Validitas adalah ukuran yang sebenarnya, untuk mengukur apa yang akan

<sup>75</sup> Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, hlm.64.

<sup>76</sup> *Ibid*, hlm. 66.

<sup>77</sup> Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, (Bandung: PT. Refika Aditama, 2012), hlm. 229.

diukur yaitu ketepatan dan kecermatan tes dalam menjalankan fungsi pengukurannya.<sup>78</sup> Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi antara skor jawaban instrument dengan skor total instrument dikatakan valid jika nilai korelasi lebih besar dari  $r$ - *Tabel Product Moment*, atau juga dapat dilihat dari nilai  $r$  (signifikansi), dikatakan valid jika  $r \leq 0,1$ .<sup>79</sup> Jadi, validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner dalam penelitian yang dibuat sudah betul-betul dapat mengukur apa yang dapat diukur. Dengan kata lain, sebuah kuesioner penelitian dinyatakan valid berarti kuesioner mampu memperoleh data yang tepat dari yang hendak diteliti.

## 2. Pengujian Reliabilitas

Uji Reabilitas artinya adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reabilitas tinggi yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (*reliabel*). Hasil penelitian dikatakan reliabel apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Untuk menghitung reabilitas menggunakan rumus alpha cronbach dengan criteria nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,6 atau 60% maka dapat dikatakan semua instrument tersebut sudah reliable.<sup>80</sup>

## H. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Uji normalitas menjadi hal penting karena salah satu syarat pengujian *parametric –test* (uji parametik) yaitu data harus memiliki distribusi normal.<sup>81</sup> Jika asumsi ini di langgar, maka uji statistik

---

<sup>78</sup>Eti rochiyati, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi Spss*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007), hlm. 57.

<sup>79</sup> Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian*, hlm. 73.

<sup>80</sup>*Ibid*, hlm. 74.

<sup>81</sup> Haryadi Sarjono & Winda Julianita, *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, ( Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 53.

menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.<sup>82</sup>

**b. Uji Multikolinearitas**

Multikolinearitas adalah adanya suatu hubungan linear yang sempurna (mendekati sempurna) antara beberapa atau semua variabel bebas. Bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas=0.<sup>83</sup> Uji ini perlu dilakukan jika jumlah variabel independen lebih dari satu, cara untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas yaitu dengan melihat nilai VIF (*variance-inflating factor*). Jika  $VIF < 10$ , tingkat kolinearitas dapat ditoleransi.<sup>84</sup>

**c. Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan/observasi. Jika pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homokedastisitas dalam model, atau dengan kata lain tidak terjadi heterokedastisitas. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik *scatterplot*.<sup>85</sup>

# IAIN PURWOKERTO

**2. Uji Hipotesis**

Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan model regresi berganda. Analisis regresi ganda adalah satu teknik statistik yang dapat digunakan untuk menganalisa hubungan antara satu variabel dependen

---

<sup>82</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta:UPP STIM YKPN, 2007), hlm. 94.

<sup>83</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif Teori*, hlm. 98.

<sup>84</sup> Haryadi Sarjono & Winda Julianita, *SPPS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, hlm. 70.

<sup>85</sup> Haryadi Sarjono & Winda Julianita, *SPPS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, hlm. 66.

tunggal dan beberapa variabel-variabel independen.<sup>86</sup> Teknik analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu pengetahuan dan persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah terhadap variabel terikat yaitu keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Menjadi Nasabah

$b_0, b_1, b_2$  : Koefisien Regresi

$X_1$  : Variabel Pengetahuan

$X_2$  : Variabel Persepsi

e : Variabel Error<sup>87</sup>

#### a. Uji Parsial ( Uji t )

Uji Parsial bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (*parsial*) terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan adalah menentukan  $H_0 : H_a = 0$ , berarti tidak terdapat pengaruh yang nyata antara variabel independen dengan variabel dependen. Pada tingkat signifikan 10% dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

**IAIN PURWOKERTO** Jika nilai probabilitas lebih kecil dari pada atau sama dengan nilai probabilitas atau dengan nilai  $Sig \geq 0,1$  maka  $H_0$  diterima ( $H_a$  ditolak). Artinya, tidak signifikan.

Jika nilai nilai probabilitas lebih besar dari pada atau sama dengan nilai probabilitas atau dengan nilai  $Sig \leq 0,1$  maka  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima). Artinya, signifikan.<sup>88</sup>

<sup>86</sup> Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, hlm.430.

<sup>87</sup> Ulber Silalahi, *Metode Penelitian Sosial*, hlm.431.

<sup>88</sup> Haryadi Sarjono & Winda Julianita, *SPPS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, hlm. 112.

**b. Uji simultan (Uji F)**

Uji simultan F digunakan untuk mencari apakah semua variabel Independen yang digunakan dalam model regresi secara bersama sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Pada tingkat signifikan 10% dengan kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

Apabila  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  atau nilai  $Sig \leq 0,1$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen secara nyata.

Apabila  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  atau nilai  $Sig \geq 0,1$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima artinya variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen secara nyata.

**c. Uji Determinasi ( $R^2$ )**

Uji Determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dimana kontribusi variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen dan sisanya dapat dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Uji deteminasi dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS dengan kaidah hipotesis yang digunakan jika nilai signifikansi  $\geq 0,1$  maka  $H_o$  diterima, dan sebaliknya jika nilai signifikansi  $\leq 0,1$  maka  $H_o$  ditolak.

**IAIN PURWOKERTO**

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Singkat FEBI IAIN Purwokerto**

Paparan sejarah keberadaan kampus perguruan tinggi yang sekarang menjadi IAIN Purwokerto ini menunjukkan bahwa kampus ini memiliki perjalanan yang sudah cukup panjang, berdiri sejak tahun 1962 atas inisiatif dan dukungan yang sangat besar dari tokoh masyarakat yang berasal dari kalangan yang beragama. Dukungan tersebut sampai sekarang terus bertambah besar sejalan dengan dinamika perkembangan masyarakat Purwokerto dan sekitarnya.

Keniscayaan perubahan status kelembagaan kampus ini dari bentuknya sebagai Sekolah Tinggi menjadi Institut tidak hanya didasarkan pada tilikan regulasi pendidikan tinggi yang berlaku di Indonesia, akan tetapi didasarkan pula pada dinamika akademis kajian Islam (*Islamic Studies*) dan diversifikasi fungsi sosial yang terejawantah dalam diversifikasi profesi yang dibutuhkan dalam rangka mengikuti perkembangan dinamika sosial yang sangat cepat, termasuk dalam bidang kehidupan yang terkait dengan agama.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan salah satu Fakultas yang dimiliki IAIN Purwokerto, di samping Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Kependidikan, Fakultas Syari'ah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi serta Fakultas Ushuludin, Adab dan Humaniora. Hal ini terjadi setelah terjadi proses transformasi STAIN Purwokerto menjadi IAIN Purwokerto ditandai dengan diterbitkannya Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 139 Tahun 2014 tanggal 17 Oktober 2014, kemudian seremonial peresmian transformasi institusi tanggal 19 Desember 2014 diresmikan oleh Presiden Jokowi di Istana Negara Jakarta dilanjutkan dengan Launching IAIN Purwokerto dihadiri Menteri Agama Republik Indonesia H. Lukman Hakim Saifuddin pada tanggal 26 Mei 2015 dibuktikan dengan penandatanganan prasasti peresmian gedung rektorat IAIN Purwokerto sebagai lambang pusat

tata kelola institusi. Pada proses transformasi ini IAIN Purwokerto terdapat lima fakultas penyangga institusi yaitu Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Kependidikan, Fakultas Dakwah dan komunikasi Islam, Fakultas Syari'ah dan Hukum Islam, Fakultas Ushuludin, Adab dan Humaniora, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki jurusan Ekonomi Syari'ah, Perbankan Syari'ah untuk strata satu dan untuk program Manajemen Perbankan Syari'ah merupakan program Diploma tiga. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki tanggungjawab untuk menerjemahkan ilmu keislaman dan sosial pada tatanan praktis (humanisasi ilmu-ilmu Keislaman). Hal ini mendorong Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membenahi soft skill mahasiswanya dengan melakukan upaya sistematis praktis dan integralistis melalui penguasaan ilmu ekonomi dan bisnis Islam secara teoritis dan praktis. Hal ini bertujuan untuk memberikan kontribusi pemikiran serta mampu memberikan problem solving pada permasalahan ekonomi, sosial dan kemasyarakatan.

Pendirian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tidak dapat dilepaskan dari pesatnya pertumbuhan sektor ekonomi yang berbasis syari'ah seperti perbankan syari'ah, asuransi syari'ah (takaful), lembaga keuangan mikro syariah, perhotelan, dan bisnis lainnya yang pengelolaannya dilakukan secara syari'ah. Industri perbankan syariah yang ditargetkan mencapai market share lima persen membuat pengembangan pendidikan Ekonomi Islam harus selaras dengan kebutuhan masyarakat. Target tersebut harus didukung pula oleh Sumber Daya Manusia yang berkualitas, sehingga diperlukan banyak penambahan SDM baru.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membuat ajang *intellectual exercise* dan berusaha berkontribusi terhadap ilmu pengetahuan yang bisa diakses secara luas oleh masyarakat dengan menerbitkan jurnal El-Jizya yang memfokuskan kajian pada bidang ekonomi syari'ah dan perbankan syari'ah. Lahirnya jurnal tersebut, diharapkan menjadi eksplorasi bagi sivitas

**IAIN PURWOKERTO**

akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto sehingga keunggulan intelektual mampu menjadi agen of change.<sup>89</sup>

## 2. Visi dan Misi FEBI IAIN Purwokerto

Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto adalah: Unggul, Islami, dan Berbudi Luhur.

Untuk mewujudkan Visi sebagaimana dirumuskan di atas, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto menetapkan Misi sebagai berikut:

- a. Menyelenggarakan pendidikan ekonomi dan bisnis Islam yang unggul, profesional dan pelayanan prima.
- b. Menjadikan riset center dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- c. Menyelenggarakan Pengabdian pada masyarakat melalui program kemitraan dan kerjasama.
- d. Mencetak lulusan yang mandiri dengan bekal ilmu pengetahuan, hard skill dan soft skill.
- e. Menghasilkan sarjana yang berintegritas dan Islami.<sup>90</sup>

## B. Deskripsi Karakteristik Responden

Untuk mendapatkan gambaran umum mengenai latar belakang sampel penelitian, maka pada sub bab ini akan disampaikan beberapa gambaran karakteristik responden yang dijadikan sampel penelitian. Karakteristik pada penelitian ini meliputi pada jenis kelamin, Angkatan, dan Jurusan. Berdasarkan tanggapan responden dari data kusioner yang terkumpul, maka hasil dari identifikasi karakteristik responden ialah sebagai berikut:

---

<sup>89</sup><http://febi.iainpurwokerto.ac.id/>. Diakses pada tanggal 10 Mei 2018, Pukul 06.45 WIB.

<sup>90</sup><http://febi.iainpurwokerto.ac.id/>. Diakses pada tanggal 10 Mei 2018, Pukul 06.45 WIB.

**Tabel 10**  
**Karakteristik Responden**

Variabel	Klasifikasi	Jumlah Responden	
		Nominal	(%)
Jumlah kuesioner	Disebar	100	100%
	Tidak kembali	4	2%
	Tidak dapat diolah	6	6%
	Dapat diolah	90	90%
Jenis kelamin	Pria	16	16%
	Wanita	74	74%
	Total	90	90%
Jurusan	Ekonomi Syariah	39	39%
	Manajemen Perbankan Syariah	26	26%
	Perbankan Syariah	25	25%
	Total	90	90%

Data penelitian diperoleh dari hasil kuesioner yang telah disebar kepada seluruh responden yang berjumlah 90 mahasiswa. Hasil kuesioner dapat di lihat pada tabel 10. Berdasarkan tabel 10 dapat diketahui bahwa responden perempuan lebih banyak dari pada responden laki-laki. Responden perempuan sebanyak 74% sedangkan responden laki-laki hanya sebesar 16%. Ditinjau dari jurusan responden, nampak bahwa jurusan Ekonomi Syariah adalah responden terbanyak dengan nilai prosentase 39% yang kemudian diikuti jurusan Manajemen Perbankan Syariah sebesar 26% dan selanjutnya jurusan Perbankan Syariah sebesar 25%.

### **C. Distribusi Tanggapan Responden**

Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi mahasiswa terhadap bank syariah akan dilihat dari masing-masing variabel. Berikut ini adalah hasil tanggapan responden berdasarkan kuesioner yang disebar.

1. Variabel Independen

**Tabel 11**  
**Variabel Pengetahuan Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				Total
		STS	TS	S	SS	
		1	2	3	4	
1	Produk Wadiah dalam bank syariah digunakan untuk tabungan.	0	2	45	43	90
2	Produk Murobahah digunakan untuk transaksi jual beli.	0	0	45	45	90
3	Di bank syariah terdapat produk pembiayaan dengan akad musyarakah.	1	5	56	28	90
4	Produk Mudharabah dalam penyaluran dana bank syariah digunakan untuk deposito.	4	15	51	20	90
5	Di bank syariah terdapat produk pembiayaan sewa menyewa dengan akad ijarah.	0	4	41	45	90
6	Di bank syariah terdapat produk jasa dengan akad wakalah.	0	5	62	23	90
7	Lokasi bank syariah mudah dijangkau oleh mahasiswa.	1	29	35	25	90
8	Lokasi ATM bank syariah dekat dengan area kampus.	1	11	41	37	90
9	Di Indonesia terdapat bank syariah (Muamalat, Bank Mandiri Syariah, Bank BRI Syariah, Bank BNI Syariah dll).	3	3	34	53	90
10	Saya mengetahui bahwa produk di bank syariah tidak mengandung unsur riba.	0	7	65	18	90

**IAIN PURWOKERTO**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				Total
		STS	TS	S	SS	
		1	2	3	4	
11	Saya mengetahui bahwa produk di bank syariah tidak mengandung unsur spekulasi.	0	14	58	18	90
12	Bank syariah hanya bersedia membiayai investasi yang halal.	0	1	43	46	90
13	Transaksi bank syariah didasarkan prinsip saling ridho.	0	7	38	45	90
14	Uang hanya sebagai satuan nilai dan alat tukar bukan sebagai komoditas.	0	6	52	32	90
15	Bank syariah menerapkan prinsip jual beli.	1	7	49	33	90
16	Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil.	1	0	47	42	90
17	Bank syariah mengedepankan prinsip keadilan.	0	1	51	38	90

Sumber : Pengolahan Data Primer

Tabel 12

Variabel Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				Total
		STS	TS	S	SS	
		1	2	3	4	
1	Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil dalam pembagian nisbah.	0	1	48	41	90
2	Menurut saya sistem operasional di bank syariah tidak sama dengan bank konvensional	0	7	52	31	90

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				Total
		STS	TS	S	SS	
		1	2	3	4	
3	Akad transaksi dibank syariah dijelaskan sejak diawal	0	1	44	45	90
4	Pelayanan di bank syariah ramah	0	7	48	35	90
5	Karyawan di bank syariah menggunakan bahasa yang sopan	0	2	57	31	90
6	Fasilitas Atm di bank syariah mudah didapatkan	0	39	43	8	90

Sumber : Pengolahan Data Primer

## 2. Variabel Dependen

**Tabel 13**  
**Variabel Keputusan Menjadi Nasabah**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				Total
		STS	TS	S	SS	
		1	2	3	4	
1	Dengan pengetahuan perbankan syariah yang saya miliki, saya memutuskan untuk menjadi nasabah di bank syariah	0	3	59	28	90
2	Menabung di bank syariah tidak dikenakan biaya administrasi perbulannya	2	5	52	21	90
3	Saya berminat menjadi nasabah dibank syariah karena tidak menggunakan sistem bunga	0	2	48	40	90
4	Sistem bagi hasil yang diterapkan dalam bank syariah memberikan saya kenyamanan	0	0	66	24	90

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				Total
		STS	TS	S	SS	
		1	2	3	4	
5	Saya memilih menggunakan produk yang ada di bank syariah karena lebih amanah dalam mengelola dana nasabah	0	2	58	30	90
6	Saya memilih bank syariah karena lebih menguntungkan	1	24	48	17	90
7	Menjadi nasabah di bank syariah merupakan kebutuhan saya sebagai mahasiswa	2	22	51	15	90
8	Menggunakan produk yang ada di bank syariah memudahkan kepentingan administrasi kuliah.	1	31	48	10	90

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

#### D. Hasil Uji Kualitas Data

##### 1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu butir pernyataan dikatakan valid jika nilai dari tiap butir pernyataan atau  $r$  hitung tersebut positif lebih besar dari  $r$  tabel. Peneliti menggunakan rumus  $df = N - 2$  untuk mencari nilai  $r$  tabel. Jumlah responden dikurangi 2, jadi  $90 - 2 = 88$  dan didapati nilai 0,1745 sebagai  $r$  tabel. Berikut ini adalah hasil uji validitas pada variabel penelitian.

**IAIN PURWOKERTO**

a. Variabel Independen

**Tabel 14**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah**

Pertanyaan	R Hitung	R tabel	Keterangan
P1	0,572	0,1745	Valid
P2	0,596	0,1745	Valid
P3	0,426	0,1745	Valid
P4	0,425	0,1745	Valid
P5	0,572	0,1745	Valid
P6	0,594	0,1745	Valid
P7	0,590	0,1745	Valid
P8	0,562	0,1745	Valid
P9	0,471	0,1745	Valid
P10	0,553	0,1745	Valid
P11	0,625	0,1745	Valid
P12	0,630	0,1745	Valid
P13	0,598	0,1745	Valid
P14	0,539	0,1745	Valid
P15	0,694	0,1745	Valid
P16	0,661	0,1745	Valid
P17	0,678	0,1745	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

**IAIN PURWOKERTO**

Tabel 14 menunjukkan variabel pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah mempunyai kriteria valid untuk semua item pernyataan dengan nilai R hitung lebih besar dari R tabel. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan pada variabel pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah dapat diandalkan dan layak sebagai penelitian.

**Tabel 15**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah**

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
PR1	0,600	0,1745	Valid
PR2	0,704	0,1745	Valid
PR3	0,747	0,1745	Valid
PR4	0,784	0,1745	Valid
PR5	0,817	0,1745	Valid
PR6	0,536	0,1745	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Pada tabel 15 dapat dilihat bahwa dari 6 pernyataan yang diberikan kepada 90 responden memiliki nilai R hitung yang lebih besar dari R tabel sebesar 0,1745 yang berarti semua item pernyataan dinyatakan valid.

b. Variabel Dependen

**Tabel 16**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah**

Pernyataan	R Hitung	R tabel	Keterangan
P1	0,654	0,1745	Valid
P2	0,630	0,1745	Valid
P3	0,756	0,1745	Valid
P4	0,723	0,1745	Valid
P5	0,743	0,1745	Valid
P6	0,747	0,1745	Valid
P7	0,718	0,1745	Valid
P8	0,672	0,1745	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel 16 menunjukkan variabel keputusan menjadi nasabah di bank syariah mempunyai kriteria valid untuk semua item pernyataan dengan nilai R hitung lebih besar dari R tabel. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing pernyataan pada variabel keputusan menjadi nasabah di bank

syariah di nyatakan valid serta dapat diandalkan dan layak sebagai penelitian.

## 2. Uji Realibilitas

Uji Realibilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Suatu variabel atau konstruk dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's alpha* diatas 0,60. Hasil uji realibilitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 17**  
**Hasil Uji Realibialitas**

No Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0,771	Reliabel
X2	0,774	Reliabel
Y	0,746	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel 17 menunjukkan nilai *cronbach's alpha* atas variabel pengetahuan sebesar 0,771, variabel persepsi sebesar 0,774, dan variabel keputusan menjadi nasabah 0,746. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai lebih dari 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pernyataan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

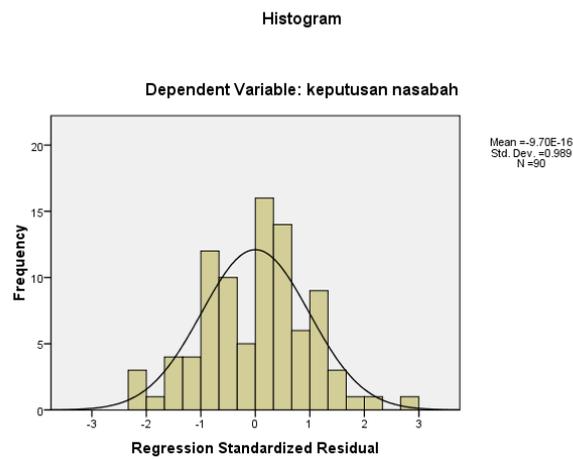
## E. Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi nirmal atau tidak. Data berdistribusi normal jika data akan mengikuti arah garis diagonal dan menyebar disekitar garis diagonal. Nilai residual dikatakan berdistribusi

normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji normalitas dengan analisis grafik dan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Berikut adalah hasil dari uji normalitas dengan menggunakan pengolahan SPSS 16 for windows:

**Gambar 1**  
**Uji Normalitas Histogram**



Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

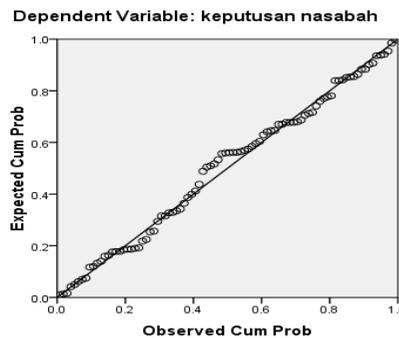
Berdasarkan gambar di atas, histogram *Regression Standardized Residual* membentuk kurva seperti lonceng, maka nilai residual tersebut dinyatakan normal atau data berdistribusi normal.

**Gambar 2**  
**Uji Normalitas P-Plot**

IAII

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

IO



Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan Gambar di atas, terlihat bahwa penyebaran data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang berarti bahwa data berdistribusi normal atau model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Adapun hasil perhitungan normalitas secara statistik yang dilihat berdasarkan uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebagai berikut:

**Tabel 18**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.29570461
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.055
	Negative	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		.754
Asymp. Sig. (2-tailed)		.621
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Pada tabel 18 diperoleh hasil output uji *Kolmogorov Smirnov*. Nilai Sig. 0,621. Nilai signifikan masing-masing variabel lebih dari 0,1 yang berarti bahwa nilai tersebut berdistribusi secara normal.

2. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas, mengacu pada nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance > 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10.

Untuk melihat hasil multikolinieritas, berikut peneliti sajikan dalam tabel 19 :

**Tabel 19**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.930	2.420		.384	.702		
	persepsi	.568	.150	.394	3.778	.000	.488	2.048
	Pengetahuan	.231	.060	.399	3.834	.000	.488	2.048

a. Dependent Variable: keputusan nasabah  
Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Dapat dilihat dari tabel 19 di atas, nilai *tolerance* pada pengetahuan (x1) dan persepsi (x2) sebesar 0,488 lebih besar dari 0,10. Kemudian nilai VIF keduanya sebesar 2,048 seluruhnya kurang dari nilai VIF 10. Maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

### 3. Hasil Uji Heteroskedasitas

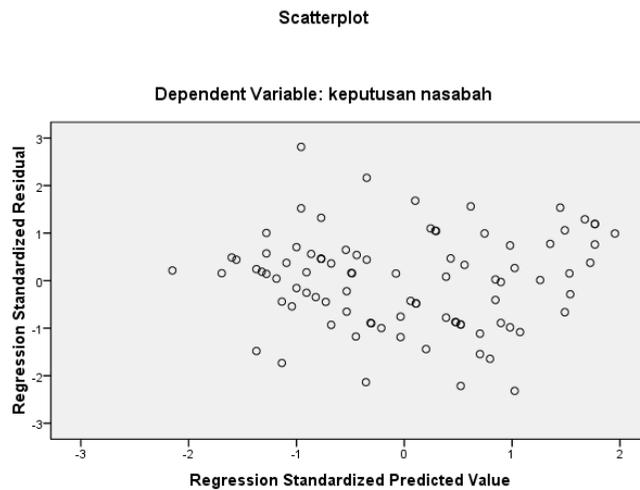
Uji heteroskedasitas bertujuan apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

**IAIN PURWOKERTO**

Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedasitas. Dasar analisisnya jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk melihat hasil uji heterokedastisitas penelitian ini, berikut peneliti sajikan dalam gambar 3:

**Gambar 3**  
**Hasil Uji Heroskedastisitas**



Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan gambar 3, grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa data tersebut di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi keputusan menjadi nasabah berdasarkan variabel yang mempengaruhinya, yaitu pengetahuan dan persepsi.

## **IAIN PURWOKERTO**

### **F. Hasil Uji Hipotesis**

Pengujian Hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Untuk mempermudah dalam menganalisis data, semua pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 16. Adapun hasil regresi dari data primer yang diolah dapat dilihat pada tabel 20 sebagai berikut:

**Tabel 20**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.930	2.420		.384	.702
	pengetahuan (x1)	.231	.060	.399	3.834	.000
	persepsi (x2)	.568	.150	.394	3.778	.000

a. Dependent Variable: keputusan nasabah (y)

Sumber : Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh model regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,930 + 0,231X_1 + 0,568X_2 + e$$

Dari hasil pengujian regresi linier berganda menunjukkan bahwa koefisien regresi bertanda positif. Apabila variabel pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah terpenuhi maka keputusan menjadi nasabah di bank syariah akan semakin meningkat, begitupun sebaliknya jika bertanda negatif. Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

1. Uji t (Parsial)

Hasil uji statistik dapat dilihat pada tabel 20, jika nilai probability t lebih kecil dari 0,1 maka  $H_a$  diterima dan menolak  $H_0$ , sedangkan jika probability t lebih besar dari 0,1 maka  $H_0$  diterima dan menolak  $H_a$ .

**Tabel 21**  
**Hasil Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.930	2.420		.384	.702
	pengetahuan (x1)	.231	.060	.399	3.834	.000
	persepsi (x2)	.568	.150	.394	3.778	.000

a. Dependent Variable: keputusan nasabah (y)

Sumber : Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel 21 di atas dapat diketahui nilai t hitung dari setiap variabel.

a. Variabel pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah diperoleh nilai t hitung sebesar 3,834 dengan nilai Sig. 0,000. Secara statistik menunjukkan hasil bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel yakni sebesar 1,666 dan nilai Sig. lebih kecil dari 0,1. Maka Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dibank syariah.

b. Variabel persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah diperoleh nilai t hitung sebesar 3,778 dengan nilai Sig. 0,000. Secara statistik menunjukkan hasil bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel yakni sebesar 1,666 dan nilai Sig. lebih kecil dari 0,1. Maka Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah dibank syariah.

## 2. Uji F (Simultan)

Adapun pengujian dalam uji F ini yaitu dengan menggunakan suatu tabel yang disebut dengan tabel ANNOVA (*Analysis of Variance*). Berikut adalah hasil dari uji F:

**Tabel 22**  
**Hasil Uji F**

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	548.769	2	274.385	50.893	.000 <sup>a</sup>
	Residual	469.053	87	5.391		
	Total	1017.822	89			

a. Predictors: (Constant), persepsi (x2), pengetahuan (x1)

b. Dependent Variable: keputusan nasabah (y)

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel 22 diatas nilai F- hitung sebesar 50.893 dengan nilai tingkat signifikan 0,000. Karena nilai signifikan lebih kecil dari  $0,000 < 0,1$ . Maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan dan persepsi mahasiswa berpengaruh secara simultan (secara bersama-sama) terhadap variabel keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

### 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti mendekati variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

**Tabel 23**

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.734 <sup>a</sup>	.539	.529	2.32194

a. Predictors: (Constant), persepsi (x2), pengetahuan (x1)

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel 23 menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0, 539 atau 53,9%, ini menunjukkan bahwa variabel keputusan menjadi nasabah yang dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan dan persepsi adalah sebesar 53,9%.

Sedangkan sisanya sebesar 0,461 atau sebesar 46,1% variabel yang lain atau variabel yang tidak diteliti oleh penulis.

## G. Analisis dan Interpretasi Hasil Penelitian

Adapun interpretasi penulis terhadap hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pada hasil uji kualitas data dapat dilihat bahwa semua instrumen pada penelitian ini dapat dijadikan alat penelitian yang layak. Hal ini didasarkan pada keterangan yang menyatakan VALID dan RELIABEL pada setiap item pernyataan yang telah diuji pada software SPSS.
2. Pada hasil uji asumsi klasik, uji normalitas dilakukan dengan melihat grafik normal *probability plot* dan uji *Kologorov- Smirnov*. Berdasarkan hasil dari keduanya, data dalam penelitian ini dapat dikatakan terdistribusi secara normal. Sedangkan pada uji multikolinearitas yang menggunakan nilai tolerance dan VIF menyatakan bahwa model persamaan regresi berganda tidak terdapat gejala multikolinearitas dan dapat digunakan dalam penelitian. Dan pada uji heteroskedastisitas, grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa model persamaan regresi berganda layak digunakan untuk memprediksi keputusan menjadi nasabah di bank syariah berdasarkan variabel pengetahuan dan persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah.
3. Pada hasil uji hipotesis, peneliti menggunakan uji t, uji F dan uji  $R^2$ . Dari hasil uji t, diketahui bahwa hasil t hitung pada variabel pengetahuan sebesar 3,834 dan variabel persepsi sebesar 3,778 yang berarti memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Untuk uji F, diketahui bahwa nilai F hitung 50,893 lebih besar dari F tabel 2,36 sehingga pengetahuan dan persepsi mahasiswa secara bersamaan mempunyai pengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Sedangkan pada uji  $R^2$ , menjelaskan bahwa variabel pengetahuan dan persepsi memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan menjadi nasabah di bank syariah sebesar 53,9%.

## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil hipotesis yang telah diajukan dengan model analisis regresi linier berganda maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel pengetahuan mahasiswa berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 3,834 dengan nilai Sig. sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel yakni sebesar 1,666 dengan tingkat Sig. lebih kecil dari pada 0,1, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah secara parsial berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.
2. Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel persepsi mahasiswa berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 3,778 dengan nilai Sig. sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel sebesar 1,666 dengan tingkat Sig. lebih kecil dari pada 0,1, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah secara parsial berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.
3. Berdasarkan uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel pengetahuan dan persepsi mahasiswa secara bersama-sama terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Dalam penelitian ini diperoleh nilai F hitung sebesar 50,893 dengan nilai Sig sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel 2,36 dan nilai Sig lebih kecil dari 0,1. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini diartikan bahwa pengetahuan dan persepsi mahasiswa secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

**IAIN PURWOKERTO**

4. Dari hasil penelitian yang diperoleh variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah adalah variabel pengetahuan dengan nilai t hitung sebesar 3,834.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa pengetahuan dan persepsi mahasiswa berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Namun peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan di dalamnya. Untuk itu, peneliti memberikan saran agar mendapat gambaran sebagai bahan pertimbangan dan penyempurnaan penelitian selanjutnya terkait dengan penelitian yang serupa. Maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

### 1. Bagi Lembaga Perbankan Syariah

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pengetahuan dan persepsi mahasiswa tentang perbankan syariah berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Oleh karena itu penulis menyarankan kepada semua bank umum syariah untuk menambahkan beberapa kantor cabang unit syariah di wilayah yang strategis dan terus meningkatkan sosialisasi terkait perbankan syariah dengan cara penyuluhan, pemberian beasiswa, penyelenggaraan seminar, membuka peluang karir atau magang kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi di setiap Universitas khususnya di Sekolah-sekolah Tinggi Agama Islam agar menjadi peluang segmentasi yang luas.

### 2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu tambahan referensi mengenai keputusan menjadi nasabah di bank syariah dan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti dengan topik yang sama, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan cara menambah variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis atau menambahkan teori dan metode yang baru sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Dalam penelitian ini diketahui terdapat 46,1% faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah di bank syariah.

**IAIN PURWOKERTO**

## DAFTAR PUSTAKA

- Bakhtiar, Amsal. *Filsafat Ilmu*. PTRaja Grafindo. Jakarta, 2010.
- Bugin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kencana. Jakarta, 2013.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta, 2012.
- Carter, Philip. *Tes IQ Dan Tes Kepribadian*. PT Indeks. Jakarta, 2009.
- Dahlan, Ahmad. *Bank Syariah Teoritik Pratik, Dan Kritik*. Teras. Yogyakarta, 2012.
- Desmita, *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung, 2012.
- G. Schiffman, Leon Dan Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku Konsumen*. PT Indeks. Jakarta Barat, 2008.
- Husaini, Adian. *Filsafat Ilmu Persepektif Barat Dan Islam*. Gema Insani. Jakarta, 2013.
- Karim, Adiwarman A. *Bank Islam Analisis Fiqh Dan Keuangan*. Raja Grafindo. Jakarta, 2014.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Rajawali Press. Jakarta, 2011.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta, 2005.
- Muhamad, Bank Syariah Ekonsista. Yogyakarta, 2005.
- IAIN PURWOKERTO**
- Muhamad. *Bank Syariah Problem dan Prospek Perkembanganya di Indonesia*. Graha Ilmu. Yogyakarta, 2005.
- Muhamad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta, 2008.
- Mundiri. *Logika*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta, 2008.
- Naf'an. *Pembiayaan Musyarakah Dan Mudharabah*. Graha Ilmu. Jogjakarta, 2012.
- Rochiyati, Eti dkk. *Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Aplikasi Spss*. Mitra Wacana Media. Jakarta, 2011.

Sihabudin, Ahmad. *Komunikasi Antar Budaya Satu Perspektif Multidimensi*. PT Bumi Aksara. Jakarta, 2011.

Sillahi, Ulber. *Metode Penelitian Sosial*. PT Refika Aditama. Bandung 2010.

Sobur, Alex. *Psikologi Umum*. Pustaka Setia. Bandung, 2003.

Sugiyono. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D)*. ALFABETA. Bandung, 2012.

Sumar'in. *Konsep Kelembagaan Bank Islam*. Graha Ilmu. Yogyakarta, 2002.

Sumarni, Murti. *Manajemen Pemasaran Bank*. Liberty Yogyakarta. Yogyakarta 2002.

Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia. Bogor, 2011.

Suryabata, Sumandi. *Metodologi Penelitian*. Raja Grafindo Persada. Jakarta, 1994.

Tanjung, Hendri dan Abrista Devi. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Gramata publisng. Bekasi, 2013.

Tanzeh, Ahmad. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Penerbit Teras. Yogyakarta, 2009.

Tata Sudarta Dan Pedit. *Psychology of Service (Sebuah Pengantar Dalam Memeberikan Pelayanan Secara Parnipura)*. Graha Ilmu. Yogyakarta, 2004

Tim Penyusun al-Quran Terjemah Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahnya*, PT. Sygama Axamedia Arkan Lema. Bandung, 2009.

Wangito, Binto. *Pengantar Psikologi Umum*. Andi Wayan. Yogyakarta, 2002

Wayan Koster, Boediono. *Statistika dan Probabilitia*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung, 2001.

<http://febi.iainpurwokerto.ac.id/>