

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN SIKAP TERHADAP  
PREFERENSI PRODUK-PRODUK PERBANKAN SYARIAH**

**(Studi Kasus Karyawan 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:  
**IAIN PURWOKERTO**  
WANIMAH

**NIM. 1617202041**

**JURUSAN PERBANKAN SYARI'AH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PURWOKERTO**

**2020**

## PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Yang Bertanda Tangan Dibawah Ini:

Nama : **Wani'mah**

NIM : **1617202041**

Jenjang : S.1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Terhadap  
Preferensi Produk- Produk Perbankan Syariah (Studi  
Kasus Karyawan IAIN Purwokerto)**

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

**IAIN PURWOKERTO** Purwokerto, 10 Agustus 2020

Saya yang menyatakan,



*[Handwritten Signature]*  
Wani'mah

NIM. 1617202041



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 SIKAP TERHADAP PREFERENSI PRODUK-PRODUK PERBANKAN SYARIAH (STUDI KASUS PADA KARYAWAN IAIN PURWOKERTO)

Yang disusun oleh Saudari **Wani'mah** NIM. **1617202041** Jurusan/Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis** tanggal **10 September 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.  
NIP. 19741217 200312 1 006

Sekretaris Sidang/Penguji

Yoiz Shofwa Saifrani, SP., M.Si.  
NIP. 19781231 200801 2 027

Pembimbing/Penguji

Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si.  
NIP. 19780716 200901 2 006

Purwokerto, 22 September 2020



Mengetahui/Mengesahkan

Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 1957030921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Purwokerto

di-

Purwokerto.

*Assalamu'alikum wr. wb*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Wani'mah NIM. 1617202041 yang berjudul :

**Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Terhadap Preferensi Produk-Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus Karyawan IAIN Purwokerto)**

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

*Waassalamu'alikum wr.wb*  
**IAIN PURWOKERTO**

Purwokerto, 10 Agustus 2020

Pembimbing



Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si

NIP. 19780716 200901 2 006

## **MOTTO**

Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.

Q.S Al Insyirah 5-6

**SYUKURI, JALANI DAN NIKMATI**



## **PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT, skripsi ini kupersembahkan kepada kedua orang tuaku tercinta, Ibu Satinem dan Bapak Sutrisno yang telah bersabar dan ikhlas memberikan dukungan serta doa.



## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berdasarkan pedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. 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	Ṡa	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	ḏal	Ḑ	za (dengan titik diatas)
ر	ra	R	re
ز	zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	ḏad	ḏ	de (dengan titik dibawah)

ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	'ain	‘	koma terbaik di atas
غ	gain	G	ge
ف	fa'	F	ef
ق	qof	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 yang mempunyai syaddah ditulis dengan

عَدَّة	Ditulis	idgh
--------	---------	------

Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	Hikmah	جزية	ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	karâmah al-auliyâ'
----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan h.

زكاة لفطر	Ditulis	zakât al-fitr
-----------	---------	---------------

### B. Vokal pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

### C. Vokal panjang

1.	fathah + alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	Jâhiliyah
2.	fathah + ya' mati	Ditulis	A
	تنس	Ditulis	Tansa
3.	kasrah + ya' mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	Karîm
5.	dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	Furûd

### D. Vokal rangkap

1	fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
2	fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

### E. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أأنتم	Ditulis	a'antum
أعدت	Ditulis	u'iddat

### F. Kata sandang alif + lam

- a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

- b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan harus syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

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

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوى الفروض	Ditulis	Zawi al-furûd
------------	---------	---------------



# THE INFLUENCE OF KNOWLEDGE AND ATTITUDES ON PRODUCT PREFERENCES OF ISLAMIC BANKING

(Case Study Of IAIN Purwokerto Employees)

By : Wani'mah

NIM. 161720204

Email : [wanimah327@gmail.com](mailto:wanimah327@gmail.com)

## ABSTRACT

Sharia banks are financial institutions that carry out their business activities based on sharia principles. Preferences on islamic banks arise when there is knowledge of islamic banks, so that is where there is an attitude towards islamic bank preferences, especially islamic bank products that exist in every bank.

This type of research is field research, namely research that goes directly to the field by distributing questionnaires to IAIN Purwokerto employees with the aim of influencing knowledge and attitudes on the preferences of sharia bandage products. The method of analysis used is multiple liniear regression analysis.

Based on the results of research processed using SPSS Statistics 25 tools, it can be seen that the knowledge variable has a partial and simultaneous and insignificant effect on sharia bank product preferences while the attitude variable has a partial and simultaneous and significant effect on islamic bank product preferences, in the R square test, it explains that the variables of knowledge and attitudes have an influence on the preference variables of islamic banking product by 55,4%. While the remaining 44,6% is influenced by other variables that are not included in this research model.

**Keywords :** *Knowledge, Attitudes, Preferences And Islamic Banking Products*

# **PENGARUH PENGETAHUAN DAN SIKAP TERHADAP PREFERENSI PRODUK-PRODUK PERBANKAN SYARIAH**

**(Studi Kasus Karyawan IAIN Purwokerto)**

Oleh: Wani'mah

NIM: 1617202041

Email: [wanimah327@gmail.com](mailto:wanimah327@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Preferensi pada bank syariah muncul ketika adanya pengetahuan terhadap bank syariah, sehingga disitulah adanya sikap terhadap preferensi bank syariah khususnya produk-produk bank syariah yang ada pada setiap bank.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian terjun secara langsung ke lapangan dengan membagikan kuisioner kepada karyawan IAIN Purwokerto dengan tujuan pengaruh pengetahuan dan sikap terhadap preferensi produk-produk perbankan syariah. Metode analisis yang digunakan menggunakan metode analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian yang diolah menggunakan alat bantu SPSS Statistics 25 dapat diketahui bahwa pada variabel pengetahuan berpengaruh secara parsial dan simultan dan tidak signifikan terhadap preferensi produk perbankan syariah sedangkan variabel sikap berpengaruh secara parsial dan simultan dan signifikan terhadap preferensi produk bank syariah. Pada uji *R Square*, menjelaskan bahwa variabel pengetahuan dan sikap memiliki pengaruh terhadap variabel preferensi produk-produk perbankan syariah sebesar 55,4%. Sedangkan sisanya sebesar 44,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

**Kata kunci :** *Pengetahuan, Sikap, Preferensi dan Produk Perbankan Syariah*

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum wr.wb*

Segala puji syukur senantiasa penyusun hanturkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya kepada penyusun, sehingga penyusun dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Terhadap Preferensi Produk-Produk Bank Syariah (Studi Kasus Karyawan IAIN Purwokerto). Tidak lupa pula shalawat dan salam semoga selalu tercurah kepa 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 Perbankan Syariah.

Untuk melangkah sampai disini, penulis tidaklah berjalan sendiri tanpa adanya doa dan dukungan serta bantuan dari berbagai pihak baik seara 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. Moh. Roqib, M.Ag selaku Rektor IAIN Purwokerto.
2. Dr. H. Jamaluddin Aziz, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.
3. Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah IAIN Purwokerto.
4. Sofia Yustiani Suryandari, S.E., M.Si 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 orang tuaku Ibu Satinem dan Bapak Sutrisno yang selalu mendoakan, memberi support, dan selalu memberikan yang terbaik untuk penulis sehingga dapat melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih baik

sampai saat ini. Terimakasih banyak atas jasa yang tidak pernah mampu terbalaskan. Kepada adikku Dimas Saputra, Paman Tartim dan Toyib yang selalu memberikan yang terbaik juga dan seluruh keluarga besar, terima kasih atas sayang dan doa yang sungguh berharga bagi penulis.

8. Seluruh keluarga besar Pondok Pesantren Darul Falah terutama untuk Ayah Supani Dan Bunda Enung. Terima kasih atas bimbingan dan ilmu yang telah diberikan.
9. Teman-teman seperjuangan satu kelas Perbankan Syariah A selama 4 tahun menimba ilmu bersama di IAIN Purwokerto. Dan para sahabat-sahabatku yang selalu mendoakan dan berjuang bersama.
10. Kepada seluruh responden Karyawan IAIN Purwokerto, terimakasih telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner. Dan kepada segenap pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, karena telah banyak membantu dan memberi masukan serta inspirasi bagi penulis, suatu kebahagiaan telah dipertemukan dengan kalian semua.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penyusun menyadari banyak kekurangan, baik sengaja maupun tidak disengaja. Hal tersebut dikarenakan terbatasnya kemampuan, ilmu pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Untuk itu, penyusun mohon maaf atas segala kekurangan. Akhir kata, semoga dukungan, bimbingan dan doa serta saran maupun masukan yang telah diberikan kepada penyusun mendapatkan balasan yang sempurna dari Allah SWT dan kita semua dalam lindungan-Nya. Aamiin.

*Wassalamu 'alikum wr.wb*

Purwokerto, 10 Agustus 2020



Wani'mah

NIM. 1617202041

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN .....	i
PENGESAHAN .....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iii
MOTTO .....	iv
PERSEMBAHAN .....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	vi
ABSTRACT .....	x
ABSTRAK .....	xi
KATA PENGANTAR .....	xii
DAFTAR ISI .....	xi
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan dan Manfaat .....	6
D. Sistematika Pembahasan .....	6
<b>BAB II : LANDASAN TEORI</b>	
A. Perilaku Konsumen	
1. Pengertian Perilaku Konsumen .....	8
2. Faktor Perilaku Konsumen .....	8
3. Variabel Perilaku Konsumen .....	9
B. Pengetahuan Konsumen	
1. Pengertian Pengetahuan Konsumen .....	10
2. Macam-macam Pengetahuan Konsumen .....	10

C. Sikap Konsumen	
1. Pengertian Sikap Konsumen .....	12
2. Komponen sikap konsumen .....	12
3. Faktor Sikap Konsumen .....	13
4. Fungsi Sikap Konsumen .....	14
5. Pengukuran Sikap Konsumen .....	15
D. Karyawan	
1. Pengertian karyawan .....	16
2. Jenis-jenis karyawan .....	16
3. Tenaga kependidikan .....	16
4. Tugas dan tanggung jawab tenaga kependidikan.....	16
E. Preferensi Konsumen	
1. Pengertian Preferensi Konsumen .....	19
2. Faktor Preferensi Konsumen.....	19
F. Perbankan Syariah	
1. Pengertian Perbankan Syariah.....	20
2. Produk-Produk Perbankan Syariah .....	21
G. Kajian Pustaka.....	25
H. Kerangka Pemikiran.....	29
I. Hubungan Variabel .....	31
J. Hipotesis.....	32
K. Landasan Teologis .....	33

# IAIN PURWOKERTO

## BAB III : METOD E PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	32
B. Tempat Dan Waktu Penelitian .....	32
C. Populasi Dan Sampel Penelitian .....	32
D. Variabel Dan Indikator Penelitian.....	32
E. Pengumpulan Data Penelitian .....	40
F. Skala Pengukuran.....	41
G. Uji Kualitas Data.....	41

H. Teknik Analisis Data.....	41
------------------------------	----

#### **BAB IV : PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

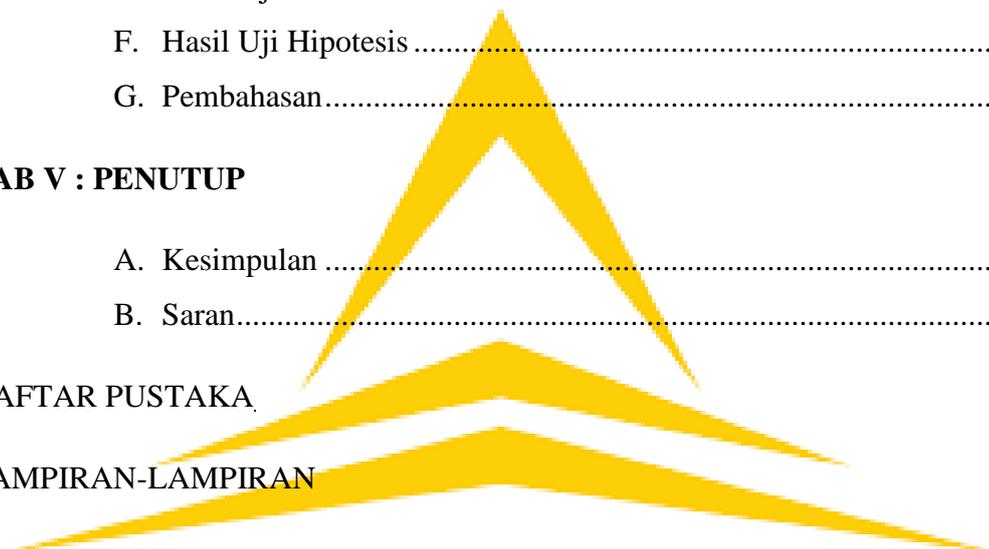
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	
1. Sejarah Singkat IAIN Purwokerto .....	44
2. Visi Dan Misi IAIN Purwokerto .....	46
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	46
C. Distribusi Tanggapan Responden .....	48
D. Hasil Uji Kualitas Data .....	52
E. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	55
F. Hasil Uji Hipotesis .....	59
G. Pembahasan.....	63

#### **BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	67
B. Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



# **IAIN PURWOKERTO**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perbandingan Hasil Kajian Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 2 Variabel Dan Indikator Penelitian.....	38
Tabel 3 Skala Likert .....	40
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	46
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	47
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan .....	47
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	48
Tabel 9 Karakteristik Responden Penggunaan Jasa Bank Syariah .....	48
Tabel 10 Karakteristik Responden Jenis Produk Yang Digunakan .....	48
Tabel 11 Variabel Pengetahuan Karyawan Tentang Perbankan Syariah.....	49
Tabel 12 Variabel Sikap Karyawan Tentang Perbankan Syariah .....	51
Tabel 13 Variabel Preferensi Produk-Produk Bank Syariah.....	51
Tabel 14 Hasil Uji Validitas Pengetahuan .....	53
Tabel 15 Hasil Uji Validitas Sikap .....	53
Tabel 16 Hasil Uji Validitas Preferensi .....	54
Tabel 17 Hasil Uji Reabilitas .....	55
Tabel 18 Hasil Uji Normalitas .....	57
Tabel 19 Hasil Uji Multikoinearitas.....	58
Tabel 20 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	60

**IAIN PURWOKERTO**

Tabel 21 Hasil Uji T.....	61
Tabel 22 Hasil Uji F.....	67
Tabel 23 Hasil Uji Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	67

### DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	56
Gambar 2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	56
Gambar 3 Hasil Uji Heteroskedisitas.....	59

### DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner
Lampiran 2	Daftar Responden
Lampiran 3	Daftar Jawaban Responden
Lampiran 4	Hasil output
Lampiran 5	Sertifikat PPI
Lampiran 6	Sertifikat KKN
Lampiran 7	Sertifikat Bahasa
Lampiran 8	Sertifikat BTA PPI
Lampiran 9	Sertifikat Aplikom

**IAIN PURWOKERTO**

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Sebagai negara dengan penduduk muslim ke-2, sudah selayaknya indonesia menjadi pelopor dan kiblat pengembangan keuangan syariah di dunia. Hal ini merupakan bukan impian yang mustahil karena potensi indonesia untuk menjadi global player keuangan syariah itu yang sangat besar. (Wahyuni, Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syari'ah, 2017)

Dalam perkembangannya, khususnya untuk masyarakat perbankan menyambut hangat lahirnya sebuah bank syariah. Hal ini ditunjukkan oleh keterbukaan Bank Indonesia dengan mengeluarkan kebijakan “*dual banking system*”, dimana bank konvensional ini diijinkan membuka unit usaha syariah dalam beroperasi (UU No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan). Namun ternyata dengan adanya sebuah kebijakan dual banking system ini membuat persepsi dan sikap masyarakat menjadi beragam, hal tersebut akan memberikan nuansa yang cukup menarik sebagai gambaran tentang pengetahuan bagi hasil terhadap perilaku masyarakat dalam menyikapi hal tersebut. Bank adalah sebuah lembaga perusahaan yang bergerak di dalam bidang keuangan, artinya sebuah aktivitas perbankan yang selalu berkaitan dengan bidang keuangan (Kasmir, 2016)

Tantangan yang dipandang dan menjadi kunci sebuah keberhasilan bisnis perbankan adalah kepercayaan masyarakat, sebagai lembaga keuangan tentu faktor keamanan, bunga, kredibilitas para pegawai dan reputasi bank akan mempengaruhi preferensi nasabah. Kepercayaan akan terbentuk dalam waktu yang lama ketika nasabah merasakan kepuasan atas layanan perbankan. (Suryani, 2017)

Menurut Blackwell dan Miniard menggambarkan sebuah pengetahuan sebagai informasi yang disimpan oleh seseorang di dalam memori otaknya, sebagian informasi tersebut berfungsi bagi konsumen untuk mengenali pasar, hal ini disebut sebagai pengetahuan konsumen. Pengetahuan dapat diartikan sebagai informasi yang di kombinasikan dengan pengalaman, konteks, interpretasi dan refleksi. Pengetahuan mengenai perbankan syariah dapat di dapatkan dengan berbagai jalur untuk saat ini seperti jalur formal ataupun non formal, ketika masyarakat mendapatkan pengetahuan tentang perbankan syariah lebih banyak, maka hal ini dapat mempengaruhi dalam mengambil sebuah keputusan.

Sikap konsumen terhadap produk Islam dan jasa keuangan perusahaan bisnis sangat beragam, sebagian masyarakat masih menerima sistem bunga, sebagian menerima sistem bagi hasil dan tetap menerima sistem bunga, dan sebagian lagi menolak sistem bunga sehingga dari berbagai sikap ini cukup menarik mengenai gambaran tentang pengetahuan, dan sikap terhadap preferensi masyarakat mengenai perbankan syariah. Di IAIN Puwokerto ini bagaimana para karyawan melihat fenomena yang terjadi apakah sesuai dengan prinsip syariah atau sebatas argumen saja.

Bank syariah memiliki beberapa produk yang menggunakan prinsip syariah seperti *murabahah*, *musyarakah*, *murabahah wadiah*, *salam* dan *istishna* dan lainnya. Dengan perkembangan bank syariah diharapkan mampu meningkatkan kontribusi dalam memperkuat stabilitas perekonomian nasional. (Muhammad, 2011).

Sesuai dengan tujuan perbankan syariah, menurut M. Umar Chapra yaitu untuk meningkatkan kesempatan kerja dan kesejahteraan masyarakat islam sesuai dengan nilai-nilai islami. Oleh karena itu produk yang dikeluarkan bank syariah menggunakan sistem bagi hasil bukan dengan bunga bank. Perbankan syariah sebagai lembaga yang masih tergolong baru keberadaannya merupakan suatu pilihan yang diminati atupun tidak.

Keputusan suatu konsumen untuk memilih atau mengkonsumsi produk dan jasa terdiri atas tahap pengenalan kebutuhan, pencairan informasi, evaluasi alternatif, pembelian dan kepuasan konsumen. (Nurngaeni, Skripsi, 2018: 3-4)

Preferensi dan selera (*taste*) terkait dengan psikologi manusia, maka beberapa ahli mengembangkan teori perilaku konsumen dengan memasukan elemen-elemen psikologi dalam pengambilan keputusan konsumen. Elemen psikologi yang dimaksud yaitu kognisi, afeksi dan perilaku (*psikomotorik*) (Setyabudi, 2014). Sebuah preferensi ini terbentuk dari persepsi seorang konsumen terhadap sebuah produk, persepsi yang melekat dalam pikiran menjadi sebuah preferensi. Preferensi pada bank syariah muncul ketika adanya pengetahuan terhadap bank syariah, adanya fasilitas yang mendukung sehingga para konsumen menjadi lebih tertarik terhadap bank syariah, sehingga disitulah adanya sikap terhadap preferensi bank syariah khususnya produk-produk bank syariah yang ada pada setiap bank. Preferensi masyarakat dalam memilih produk pembiayaan syariah biasanya sangat bervariasi. Dikarenakan setiap individu dalam hal ini adalah nasabah yang memiliki keinginan yang berbeda-beda. Pemahaman perilaku nasabah terkait dengan pembiayaan syariah secara baik merupakan suatu yang sangat penting untuk keputusan permasaan yang tepat. Untuk menghadapi sebuah persaingan maka perilaku nasabah berhubungan dengan preferensi seseorang untuk memutuskan menjadi nasabah atau memilih produk-produk perbankan syariah. (Khairul Amri, 2018)

Proses keputusan pembelian suatu produk mengikuti urutan yang ada, peran seseorang dalam proses pengambilan keputusan pembelian produk perlu diketahui oleh marketer karena diantara mereka menjadi faktor pendorong yang sangat kuat bagi pengambilan keputusan pembelian. Keterlibatan psikologis dalam sebuah proses pengambilan keputusan pembelian itu berbeda-beda, sesuai dengan sifat keputusan itu

sendiri, yaitu pengambilan keputusan yang kompleks (*extended decision making*), pengambilan keputusan yang terbatas (*limited decision making*), dan pengambilan keputusan berdasarkan kebiasaan (*habitual decision making*). Proses pengambilan keputusan pembelian berakhir pada tahap perilaku purnabeli, dimana tingkat kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan akan mempengaruhi perilaku berikutnya. (Hasan, 2010)

Institut Agama Islam Negeri Purwokerto adalah salah satu perguruan tinggi islam negeri di Purwokerto dibawah naungan Kementrian Agama RI dengan paradigma *Arsy Al-Ulum Wa Al-Din (The Throne Of Science And Religion)* sehingga dalam proses pembelajarannya dengan memadukan kekuatan nalar ilmiah-akademik dengan nalar moral-spiritual.

Sumber daya manusia merupakan aset utama dalam sebuah organisasi, sumber daya manusia dalam instansi/organsasi adalah karyawan. Karyawan sangat penting bagi instansi/organisasi karena karyawan merupakan pelaksana atau yang menjalankan operasional organisasi. Sumber daya manusia di IAIN Purwokerto meliputi Dosen dan tenaga kependidikan. Tenaga kependidikan merupakan unsur yang sangat dibutuhkan bagi peningkatan profesionalisme dan pelayanan karena segala sesuatu berkaitan dengan mereka, tenaga kependidikan memberikan pelayanan atas kebutuhan terhadap dosen maupun mahasiswa.

## **IAIN PURWOKERTO**

Dilingkungan terlekat IAIN Purwokerto saat ini belum tersedia Bank Syariah namun pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terdapat mini Bank Syariah seperti BMT yaitu IBIL yang dapat dijadikan suatu pilihan untuk menabung di lembaga keuangan mikro syariah.

Peneliti mengambil objek karyawan yang merupakan tenaga kependidikan Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. Semua tenaga kependidikan di IAIN Purwokerto saat ini sudah menggunakan perbankan syariah karena sistem gaji dan tunjangan yang diterimanya melalui perbankan syariah yaitu BRI Syariah sebagai providernya, tenaga

kependidikan di IAIN Purwokerto terdapat 169 tenaga kependidikan yaitu 79 PNS dan 90 Kontrak. Tenaga kependidikan IAIN Purwokerto objek yang menarik untuk diteliti dan melihat apakah tenaga kependidikan mempunyai tingkat pengetahuan dan pemahaman tentang produk perbankan syariah.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengambil judul **“Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Terhadap Preferensi Produk-Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus Karyawan IAIN Purwokerto)”**

#### **B. Rumusan masalah**

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan karyawan IAIN Purwokerto terhadap preferensi produk perbankan syariah ?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara sikap karyawan IAIN Purwokerto terhadap preferensi produk perbankan syariah ?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan dan sikap karyawan IAIN Purwokerto terhadap preferensi produk perbankan syariah ?

#### **C. Tujuan dan manfaat**

## **IAIN PURWOKERTO**

1. Tujuan
  - a. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan karyawan IAIN Purwokerto terhadap preferensi produk perbankan syariah.
  - b. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara sikap karyawan IAIN Purwokerto terhadap preferensi produk perbankan syariah.

- c. Untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan dan sikap karyawan IAIN Purwokerto terhadap preferensi produk perbankan syariah.

## 2. Manfaat

- a. Bersifat ilmiah atau teoritis

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

- b. Bersifat terapan atau praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya bagi penyusunan, umumnya bagi institusi yang bersangkutan dan lembaga-lembaga yang ada dalam dunia ekonomi islam.

## D. Sistematika pembahasan

Untuk lebih memudahkan pemahaman, penjelasan dan penelaahan bahasa pokok permasalahan yang akan dibahas, maka peneliti disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, merupakan pendahuluan yang berisi tentang A. Latar belakang masalah yang memaparkan latar belakang permasalahan yang menjadi alasan mengapa melakukan penelitian ini, B. Rumusan masalah yaitu hal yang menjadi fokus penelitian yang dilakukan oleh penyusun, C. Tujuan dan manfaat penulisan yang berisi tentang tujuan dan manfaat yang dapat diperoleh dengan adanya penelitian ini dan terakhir. D. Sistematika pembahasan.

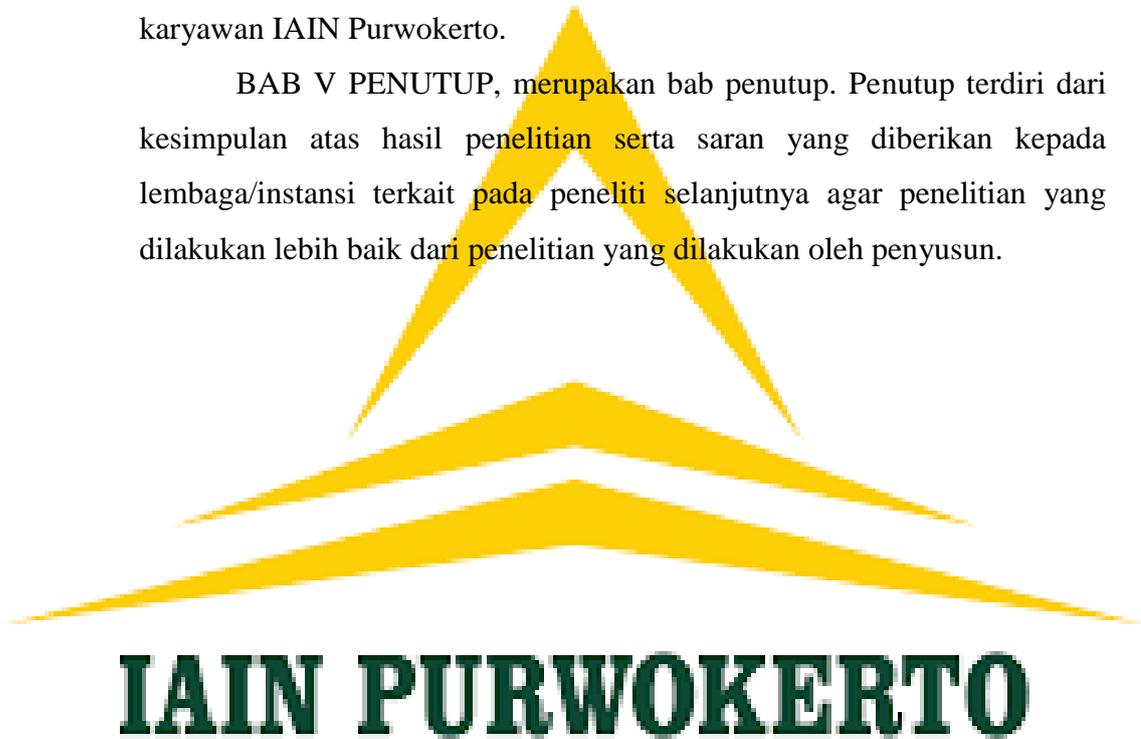
Bab II LANDASAN TEORI, merupakan kerangka teori terkait dengan pengaruh pengetahuan dan sikap terhadap preferensi produk-produk bank syariah meliputi teori tentang perilaku konsumen, pengetahuan konsumen, sikap konsumen, preferensi konsumen, bank syariah serta produk-produk bank syariah, kemudian kajian pustaka yang merupakan studi penelitian terdahulu yang mempunyai keterkaitan dengan

materi yang akan dibahas dan terakhir hipotesis beserta hubungan antar variabel yang merupakan dugaan sementara dari hasil penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN, merupakan metode penelitian yang berisi tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variabel dan indikator penelitian, teknik pengumpulan data dan analisis data yang digunakan.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN, membahas tentang hasil penelitian yang berisi gambaran umum objek penelitian, deskripsi variabel serta penyajian data dari analisis yang dilakukan pada karyawan IAIN Purwokerto.

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



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Perilaku Konsumen

##### 1. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen terdiri dari dua kata yaitu perilaku dan konsumen. Secara bahasa perilaku berarti tingkah atau tindakan. Secara terminologi perilaku adalah kegiatan atau aktivitas manusia yang bersangkutan. (harahap, 2015)

Perilaku Konsumen adalah sebuah kegiatan yang berkaitan erat dengan proses pembelian suatu barang atau jasa dan hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Beberapa definisi mengenai perilaku konsumen menurut para ahli yaitu sebagai berikut:

a. Menurut Engel, Blackwell dan Miniard perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan produk dan jasa, termasuk didalamnya proses keputusan yang mengawali serta mengikuti tindakan pembelian tersebut.

b. Menurut Mowen perilaku konsumen adalah aktivitas ketika seseorang mendapatkan, mengkonsumsi atau membuang barang atau jasa pada saat proses pembelian.

c. Menurut Kotler Dan Keller perilaku konsumen adalah sebagai studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

##### 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Menurut Kotler dan Amstrong faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain sebagai berikut:

a. Faktor Budaya

Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen. Selain itu seorang pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh budaya, subbudaya, dan kelas sosial.

b. Faktor Sosial

Faktor ini akan dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status sosial dari konsumen.

c. Faktor Pribadi

Sebuah keputusan seorang pembeli akan dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur, tahap siklus pembeli, pekerjaan, lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri pembeli yang bersangkutan.

d. Faktor Psikologis

Pilihan pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain motivasi konsumen, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap sebagai evaluasi perasaan emosional.

3. Variabel Perilaku Konsumen

Dalam memahami perilaku konsumen menurut Loudon dan Della Bitta mengemukakan tiga variabel yang mempengaruhinya:

a. Variabel Stimulus

Variabel Stimulus merupakan variabel yang berada diluar diri individu (faktor eksternal) yang sangat berpengaruh dalam proses pembelian.

b. Variabel Respon

Variabel Respon merupakan hasil aktivitas individu sebagai reaksi dari variabel stimulus. Variabel respon sangat tergantung pada faktor individu dan kekuatan stimulus.

c. Variabel Intervening

Variabel Intervening merupakan variabel antara stimulus dan respon, merupakan faktor internal individu, termasuk motif-motif

**IAIN PURWOKERTO**

membeli, sikap terhadap peristiwa dan persepsi terhadap suatu barang.  
(syafрил, 2019)

## **B. Pengetahuan Konsumen**

### **1. Pengertian Pengetahuan Konsumen**

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 para pemasar karena apa yang dibeli, berapa banyak yang dibeli, dimana membeli, dan kapan membeli akan tergantung pada pengetahuan konsumen mengenai hal tersebut. Pengetahuan konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian.

Para ahli psikologi kognitif membagi pengetahuan ke dalam pengetahuan deklaratif dan pengetahuan prosedur. Pengetahuan deklaratif adalah fakta subjektif yang diketahui oleh seseorang. Arti subjek disini adalah pengetahuan orang tersebut mungkin tidak selalu harus sesuai dengan realitas yang sebenarnya. Sedangkan pengetahuan prosedur adalah pengetahuan mengenai bagaimana fakta-fakta tersebut digunakan.

## **IAIN PURWOKERTO**

### **2. Macam-Macam Pengetahuan Konsumen**

Untuk kepentingan pemasaran maka pengetahuan konsumen dibagi menjadi tiga macam yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian.

#### **a. Pengetahuan Produk**

Pengetahuan produk adalah kemampuan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan produk ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk.

Pengetahuan produk ada 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. Atribut suatu produk dibedakan ke dalam atribut fisik dan atribut abstrak. Atribut fisik menggambarkan ciri-ciri fisik dari suatu produk. Atribut abstrak menggambarkan karakteristik objektif dari suatu produk berdasarkan persepsi konsumen.

Konsumen akan merasakan dua jenis manfaat adalah mengkonsumsi suatu produk yaitu manfaat fungsional dan manfaat psikososial. Manfaat suatu produk dapat dijadikan dasar untuk melakukan segmentasi pasar, disebut *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

Pengetahuan pembelian meliputi berbagai informasi yang diproses oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang toko, lokasi produk dan penempatan produk. Perilaku pembeli memiliki urutan *store contact, product contact dan transaction*. *Store contact* meliputi tindakan mencari outlet, pergi ke outlet dan memasuki outlet. Pada *product contact*, konsumen akan mencari lokasi produk, mengambil produk dan membawanya ke kasir. Sedangkan pada *transaction*, konsumen akan membayar produk dengan tunai, kartu kredit, kartu debit atau alat pembayaran lainnya.

Keputusan konsumen mengenai pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya. Implikasi yang penting bagi strategi pemasaran adalah memberikan informasi kepada konsumen dimana bisa membeli produk tersebut.

### c. Pengetahuan Pemakaian

Suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen, jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk dapat memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka konsumen harus menggunakan atau mengonsumsi produk dengan benar. Produsen berkewajiban untuk memberikan informasi yang cukup agar konsumen mengetahui cara pemakaian produk. Pengetahuan pemakaian suatu produk adalah penting bagi konsumen.

## C. Sikap konsumen

### 1. Pengertian sikap konsumen

Sikap (*attitudes*) konsumen adalah faktor yang berpengaruh dalam keputusan konsumen karena konsep sikap yang berkaitan dengan konsep kepercayaan (*belief*) dan perilaku (*behavior*). Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek dalam menyukai suatu objek atau dapat kepercayaan konsumen terhadap berbagai manfaat dari suatu produk.

Menurut Schiffman dan Kanuk sikap adalah kecenderungan yang dipelajari dalam berperilaku dengan cara menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu objek tertentu.

Menurut Sangadji dan Sobian sikap adalah tanggapan perasaan konsumen yang bisa berupa perasaan suka atau tidak suka terhadap objek tertentu.

Menurut Gordon Allpor sikap adalah mempelajari kecenderungan memberikan tanggapan pada suatu objek baik disenangi maupun tidak disenangi secara konsisten.

### 2. Komponen-Komponen Sikap

Hal yang penting dalam memahami peran sikap dalam perilaku konsumen adalah pengertian mengenai struktur dan berperilaku

komposisi sikap, terdapat tiga komponen utama pembentuk sikap, yaitu:

a. **Komponen Kognitif**

Komponen ini terdiri dari kepercayaan konsumen dan pengetahuan tentang objek. Kepercayaan atribut tentang suatu produk biasanya dievaluasi secara alami. Kepercayaan merek, evaluasi merek bermaksud untuk membeli merupakan tiga komponen sikap. Kepercayaan merek adalah komponen kognitif dari sikap, evaluasi merek adalah komponen afektif atau perasaan, dan maksud untuk membeli adalah komponen konatif atau tindakan.

b. **Komponen Afektif**

Merupakan emosi atau perasaan konsumen mengenai produk atau merek tertentu. Perasaan emosi ini mencakup penilaian seseorang terhadap suatu objek dengan sikap yang secara langsung dan menyeluruh.

c. **Komponen Perilaku**

Komponen ini adalah respon dari seseorang terhadap objek atau aktivitas, seperti keputusan untuk membeli atau tidaknya suatu produk akan memperlihatkan komponen behavioral.

## **IAIN PURWOKERTO**

### **3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembentukan Sikap**

Beberapa faktor yang berperan penting dalam pembentukan sikap, yaitu:

a. **Pengaruh Keluarga**

Keluarga adalah lingkungan yang paling dekat karena konsumen melakukan interaksi lebih intensif dibandingkan dengan lingkungan lainnya. Beberapa penelitian mengungkapkan sikap konsumen terhadap produk tertentu

memiliki hubungan yang kuat dengan sikap orang tuanya terhadap produk.

b. Pengalaman Langsung

Pengalaman individu mengenai objek sikap dari waktu ke waktu akan membentuk sikap tertentu pada individu.

c. Kelompok Teman Sebaya (*Peer Group Influences*)

Adanya kecenderungan untuk mendapatkan penerimaan dari teman-teman sebayanya, mendorong para remaja mudah dipengaruhi oleh kelompoknya dibandingkan sumber-sumber lainnya.

d. Pemasaran Langsung

Perusahaan banyak menggunakan pemasaran langsung atas produk yang ditawarkan secara tidak langsung berpengaruh dalam pembentukan sikap konsumen.

e. Tayangan Media Masa

Media masa ini penting dalam pembentukan sikap, maka pemasar perlu mengetahui apa yang biasanya dikonsumsi oleh pasar, melalui media tersebut dengan rancangan pesan yang tepat, sikap positif akan dibentuk. (firmansyah, 2018)

4. Fungsi Sikap

Menurut Daniel Katz fungsi sikap terdapat empat macam yaitu sebagai berikut:

a. Fungsi Utilitarian

Fungsi ini berhubungan dengan prinsip-prinsip dasar imbalan dan hukuman. Sikap konsumen yang menyenangkan atau mengecewakan pada produk yang akan menjadi perkembangan sikap. Oleh karena itu iklan pada suatu produk harus berisi manfaat yang bisa diperoleh oleh konsumen.

b. Fungsi Ekspresi Nilai

Sikap yang dikembangkan oleh konsumen terhadap suatu merek produk yang didasarkan oleh kemampuan merek produk akan mengekspresikan nilai-nilai yang ada pada dirinya.

c. Fungsi Mempertahankan Ego

Sikap yang dikembangkan oleh konsumen cenderung untuk melindunginya dari tantangan eksternal maupun perasaan internal. Sehingga membentuk fungsi mempertahankan ego.

d. Fungsi Pengetahuan

Konsumen memilah-milah informasi yang relevan dan tidak relevan dengan kebutuhannya. Fungsi pengetahuan juga bisa membantu mengurangi ketidakpastian dan kebingungan konsumen dalam membeli.

5. Pengukuran Sikap

Berbagai riset dan teori dikembangkan oleh para ahli untuk meneliti bagaimana sesungguhnya seorang manusia berinteraksi dengan produk (barang/jasa) yang ada disekitarnya.

Ada dua faktor untuk mempengaruhi perilaku seseorang dalam mengkonsumsi barang dan jasa yaitu:

a. Faktor Eksternal

**IAIN PURWOKERTO** Faktor ini ada diluar diri seseorang, seperti kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi dan sebagainya.

b. Faktor Internal

Faktor ini ada di dalam diri seseorang, seperti persepsi, pembelajaran, sikap, motivasi, konsep diri dan sebagainya. Jika seseorang mempunyai motivasi kuat untuk menampilkan citra dirinya sebagai seorang yang sukses dan berhasil dalam hidupnya, maka ia akan cenderung mengonsumsi barang mahal dan mewah. (santoso, 2005)

## D. Karyawan

### 1. Pengertian karyawan

Menurut undang-undang nomor 13 tahun 2003 tentang ketenaga kerjaan pasal 1 ayat 2 menyebutkan bahwa karyawan atau tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun untuk masyarakat, baik di dalam maupun diluar hubungan kerja.

Menurut Payaman Simanjutak tenaga kerja adalah penduduk yang sedang bekerja mencari pekerjaan, dan yang melaksanakan kegiatan lain. (Agusmidah, 2010)

### 2. Jenis-jenis karyawan

Menurut Hasibuan, karyawan terbagi menjadi 2 jenis yaitu:

#### a. Karyawan kontrak

Karyawan kontrak merupakan penyerahan pekerjaan tertentu suatu perusahaan kepada pihak ketiga yang dilakukan dengan tujuan membagi resiko dan mengurangi beban perusahaan yang didasari adanya kontrak.

#### b. Karyawan tetap

**IAIN PURWOKERTO** Karyawan tetap merupakan aset utama perusahaan yang menjadi perencana dan pelaku aktif dari aktifitas organisasi. Karyawan tetap memiliki hak yang jauh lebih besar dibandingkan dengan karyawan kontrak. (bagus, 2020)

### 3. Tenaga kependidikan

#### a. Pengertian tenaga kependidikan

Menurut Undang-Undang No. 20 tahun 2003 pasal 1 ayat (5) yang dimaksud tenaga kependidikan adalah anggota

masyarakat yang mengabdikan diri dan diangkat untuk menunjang penyelenggaraan pendidikan.

Sedangkan dalam Undang-Undang sistem pendidikan nasional nomor 20 tahun 2004 pasal (39) tenaga kependidikan bertugas melaksanakan administrasi, pengelolaan, pengembangan, pengawasan dan pelayanan teknis untuk menunjang proses pendidikan pada satuan pendidikan.

Menurut peraturan pemerintahan republik indonesia nomor 17 tahun 2010 pasal (171) tentang pengelolaan dan penyelenggaraan pendidikan menyatakan bahwa tenaga kependidikan mencakup pengelolaan satuan pendidikan, pemilik, pengawas, peneliti, pengembang, tenaga perpustakaan, tenaga laboratorium, teknisi sumber belajar, tenaga administrasi, psikolog, pekerja sosial, terapis, tenaga kebersihan dan keamanan, serta tenaga dengan sebutan lain yang bekerja pada satuan pendidikan.

Dari definisi diatas dijelaskan bahwa tenaga kependidikan memiliki ruang lingkup profesi yang luas, mencakup tenaga pendidik, puskawan, staf administrasi, laboran dan keamanan. (Ana Widyastuti, 2020)

b. Tugas dan tanggung jawab tenaga kependidikan

**IAIN PURWOKERTO** Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 pasal 173 Tentang Pengelolaan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Tenaga Kependidikan mempunyai tugas dan tanggungjawab sebagai berikut:

- 1) Pengelola satuan pendidikan pada pendidikan formal atau non formal.
- 2) Penilik melakukan pemantauan, penilaian dan pembinaan pada satuan pendidikan non formal.

- 3) Pengawas melakukan pemantauan, pembinaan dan penilaian pada satuan pendidikan formal anak usia dini, pendidikan dasar dan pendidikan menengah.
- 4) Peneliti melakukan penelitian di bidang pendidikan pada satuan pendidikan anak usia dini, pendidikan dasar, pendidikan menengah dan pendidikan tinggi serta pendidikan nonformal.
- 5) Pengembang atau rekayasa melakukan pengembangan atau perancangan di bidang pendidikan dasar, pendidikan menengah, pendidikan tinggi serta pendidikan non formal.
- 6) Tenaga perpustakaan melaksanakan pengelolaan perpustakaan pada satuan pendidikan.
- 7) Tenaga laboratorium membantu pendidik mengelola kegiatan praktikum di laboratorium satuan pendidikan.
- 8) Teknisi sumber belajar mempersiapkan, merawat, memperbaiki sarana dan prasarana pembelajaran. (Erni Susiyawati, <http://ernisusiyawati.wordpress.com/tag/tenaga-kependidikan/>, diakses 14 september 2020)

## E. Preferensi Konsumen

### 1. Pengertian Preferensi Konsumen

**IAIN PURWOKERTO** Preferensi Konsumen (consumer preference) adalah kemampuan konsumen dalam memilih barang mana yang lebih disukai dan melakukan ordering dari himpunan barang yang tersedia bagi konsumen untuk dipilih. Preferensi konsumen dapat berubah karena faktor selera, pengalaman atau dipengaruhi promosi, sehingga fungsi utility dapat berubah. (kiptiyah, 2011)

### 2. Faktor-Faktor Preferensi

Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi terhadap barang dan jasa yaitu:

- a. Faktor-Faktor Kebudayaan
- 1) Kebudayaan yaitu faktor yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang dan menjadi faktor penentu.
  - 2) Sub budaya yaitu faktor yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang spesifik untuk para anggotanya terdiri dari sub budaya yang lebih kecil. Sub budaya dapat dibedakan menjadi kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras dan area geografis.
  - 3) Kelas sosial yaitu kelompok masyarakat keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan perilaku serupa.
- b. Faktor-Faktor Sosial
- 1) Kelompok referensi, kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.
  - 2) Keluarga, keluarga dapat dibedakan menjadi dua yaitu keluarga orientasi atau orang tua dan keluarga prokreasi atau pasangan hidup dan anak-anak.
  - 3) Peran dan status, bentuk partisipasi seseorang terhadap kelompok selama dalam hidupnya, keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

## **IAIN PURWOKERTO**

- c. Faktor Pribadi
- 1) Umur dan tahapan dalam siklus hidup, konsumsi seseorang bisa dibentuk dari tahapan siklus hidup keluarga.
  - 2) Pekerjaan, para pekerja memiliki minat diatas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu menjadi sasaran oleh pemasar untuk diidentifikasi berdasarkan kelompok kerja.
  - 3) Gaya hidup, hal ini dapat mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang dan bisa menggambarkan seseorang secara keseluruhan.

4) Kepribadian dan konsep diri yaitu karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten.

d. Faktor-Faktor Psikologis

1) Motivasi yaitu kebutuhan biogenik yang timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu seperti rasa lapar, haus, resah dan tidak nyaman. Terdapat beberapa unsur yang terlibat dalam proses motivasi yaitu:

a) Kebutuhan

Setiap orang mempunyai berbagai macam kebutuhan antar individu dapat berbeda-beda. Kebutuhan ada yang bersifat fisiologis dan tidak dipelajari tapi ada juga yang bersifat dipelajari.

b) Perilaku

Sebuah perilaku dapat diamati dalam bentuk pengambilan keputusan, pemilihan merek dan penolakan terhadap suatu produk

c) Tujuan

Tujuan adalah sesuatu yang akan dicapai oleh konsumen sebagai hasil atas tindakan yang dilakukan.

2) Persepsi

**IAIN PURWOKERTO** Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih mengorganisasikan, mengartikan, masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.

3) Proses belajar

Proses belajar adalah perubahan dalam perilaku seseorang yang bisa timbul dari pengalaman.

4) Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan adalah suatu gagasan yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu. (J.Setiadi, 2013)

## F. Perbankan Syariah

### 1. Pengertian Bank Syariah

Secara umum, pengertian bank islam (islamic bank) adalah bank yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat islam. Penyebutan bank islam mempergunakan istilah resmi “*bank syariah*” atau secara lengkap disebut “*bank berdasarkan prinsip syariah*”.

Pengertian bank syariah atau bank islam adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah islam. Bank cara pengoperasiannya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Quran dan Hadist.

Sesuai UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah atau prinsip hukum islam yang diatur dalam Fatwa Majelis Ulama Indonesia seperti prinsip keadilan dan keseimbangan (‘*adl wa tawazun*), kemaslahatan (*maslahah*), universalisme (*alamiyah*), serta tidak mengandung *gharar*, *maysir*, *riba*, *zalim dan haram*. (firmansyah a. d., 2019)

Sedangkan dalam pasal 1 angka 7 undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, bank syariah adalah berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank perkreditan rakyat syariah. (hartono, 2019)

### 2. Produk Perbankan Syariah

Secara garis besar, pengembangan produk bank syariah dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana dan produk yang berkaitan dengan jasa yang diberikan perbankan kepada nasabahnya. (muhammad, 2011)

#### a. Produk Penghimpun Dana

##### 1) *Titipan (Al-Wadiah)*

**IAIN PURWOKERTO**

Merupakan titipan murni yang setiap saat dapat diambil jika pemiliknya menghendaki. Secara umum terdapat dua jenis al-wadiah yaitu:

- a) *Wadiah Yad Al-Amanah* yaitu harta atau benda yang dititipkan tidak boleh dimanfaatkan dan digunakan oleh penerima titipan.
- b) *Wadiah Yad Adh-Dhomanah* yaitu harta atau benda yang dititipkan diperbolehkan untuk dimanfaatkan oleh penyimpanan.

## 2) *Investasi (Mudharabah)*

Merupakan kerjasama antara pemilik dana (shahibul mal) dan pengelola dana (mudharib) atau bank. Secara garis besar mudharabah terbagi menjadi dua jenis yaitu:

### a) *Mudharabah Mutlaqah*

Dalam prinsip ini shahibul maal tidak memberikan batasan-batasan atas dana yang diinvestasikannya, mudharib diberi wewenang penuh mengelola dana terikat waktu, tempat, jenis, usaha dan jenis pelayanannya. Pengaplikasian dalam perbankan adalah tabungan dan deposito berjangka.

### b) *Mudharabah Muqayyadah*

Dalam akad ini shahibul maal memberikan batasan atas dana yang diinvestasikannya. (firmansyah A. d., 2019)

**IAIN PURWOKERTO**

## b. Produk Penyaluran Dana

### 1) Prinsip *Jual Beli*

Prinsip ini adalah suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian barang atas nama bank, kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah

harga beli ditambah keuntungan (*margin*). Prinsip ini dapat dibagi sebagai berikut:

a) *Pembiayaan Murabahah*

Murabahah adalah akad jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati.

b) *Pembiayaan Salam*

Salam adalah akad jual beli barang dengan syarat-syarat tertentu dan pembayaran sesuai dengan kesepakatan.

c) *Pembiayaan Istishna*

Istishna adalah jual beli barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati dengan pembayaran sesuai dengan kesepakatan.

2) Prinsip Bagi Hasil

a) *Pembiayaan Mudharabah*

Mudharabah adalah penanaman modal dari pemilik dana (*shahibul maal*) kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu, dengan pembagian dengan metode bagi hasil untung dan rugi (*profit and loss sharing*) atau metode bagi pendapatan (*revenue sharing*) antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati. Akad mudharabah dibedakan menjadi dua macam yaitu mudharabah mutlaqah yaitu dimana pihak mudharib diberikan kebebasan untuk mengelola usaha dana yang diberikan, mudharabah muqayyadah yaitu dimana pihak mudhariab hanya dapat dikelola untuk kegiatan usaha tertentu yang telah ditentukan baik jenis maupun ruang lingkungannya.

b) *Pembiayaan Musyarakah*

**IAIN PURWOKERTO**

Musarakah adalah penanaman dana dari pemilik dana/modal untuk mencampurkan dana/modal pada suatu usaha tertentu, dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang telah disepakati, sedangkan kerugian ditanggung oleh semua pemilik dana/modal berdasarkan bagian dana/modal masing-masing.

### 3) Prinsip Sewa-Menyewa

#### a) *Ijarah/Sewa Murni*

Ijarah adalah transaksi sewa-menyewa atas suatu barang atau upah mengupah atas suatu jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau imbalan jasa.

#### b) *Ijarah Wa Iqtina/Ijarah Muntahiya Bi Tamlik (IMBT)*

IMBT adalah akad jual beli, akad ini merupakan kombinasi antara sewa-menyewa dan jual beli atau hibah diakhir masa sewa. (anshori, 2018)

#### c. Produk Pelayanan Jasa

##### 1) *Al-Wakalah (Amanat)*

Wakalah atau wakilah artinya penyerahan atau pendelegasian atau pemberian mandat dari satu pihak kepada pihak lain. Mandat ini harus dilakukan sesuai dengan yang telah disepakati oleh si pemberi mandat.

##### 2) *Al-Hawalah*

Al-hawalah merupakan pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Atau dengan kata lain pemindahan beban hutang dari satu pihak ke pihak lain. Dalam dunia keuangan atau perbankan dikenal dengan kegiatan anjak piutang atau *factoring*.

##### 3) *Al-Kafalah (Garansi)*

Kafalah merupakan jaminan yang diberikan penanggung kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang

**IAIN PURWOKERTO**

ditanggung. Dalam dunia perbankan dapat dilakukan dalam 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 ini dilakukan seperti jaminan utang atau gadai. (Kasmir, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya, 2014)

### G. Kajian pustaka

Penelitian yang dilakukan oleh Khairul Amri, Intan Qurratul'ain, Julianty, Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis, Vol 9 No 1 Januari 2018 yang mengangkat judul tentang “Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah Di Kota Banda Aceh”. Dalam jurnal tersebut menyimpulkan bahwa lingkungan menjadi preferensi paling dominan bagi nasabah dalam memilih produk pembiayaan bank aceh syariah sedangkan kesesuaian dengan keyakinan dan lokasi bank diurutan kedua. Dan untuk manfaat ekonomi berada diurutan terakhir. Hasil uji Man-Whitney mengindikasikan perbedaan jenis kelamin, umur, status perkawinan dan tingkat pendidikan tidak menyebabkan adanya preferensi nasabah dalam memilih produk pembiayaan bank aceh syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Sri Fadilah, Yuni Rosdiana dan Mey Matemunah, Jurnal Kajian Akuntansi, Vol. 18, No. 2, September 2017 yang mengangkat judul tentang “Analisis Preferensi Masyarakat Akademis Pada Produk-Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Dosen Perguruan Tinggi Islam Di Bandung Raya)”. Dalam jurnal tersebut menyimpulkan bahwa preferensi masyarakat akademis perguruan tinggi islam terhadap produk-produk perbankan syariah menunjukkan telah memiliki preferensi yang baik dari pengetahuan responden terhadap produk perbankan syariah, pemilihan produk perbankan syariah responden saat ini dan pemilihan responden akan produk perbankan syariah ada masa akan datang.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Andriani Dan Azuar Juliandi Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Vol. 8 No. 2 September 2008 yang mengangkat judul tentang “Preferensi Masyarakat Kota Medan Terhadap Bank Syariah (Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)”. Dalam jurnal tersebut menyimpulkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara pengetahuan dan sikap dengan keputusan penerimaan terhadap perbankan syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Miko Andi Wardana Jurnal Forum Manajemen Vol. 14, No. 1 Tahun 2016 yang mengangkat Judul tentang “Pengaruh Pertimbangan, Pengetahuan, Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Bank Syariah Di Kota Denpasar”. Dalam jurnal tersebut menyimpulkan bahwa pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap nasabah, pertimbangan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap nasabah, pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk bank syariah, pertimbangan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk bank syariah dan sikap nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk bank syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Agus Irwani jurnal Penelitian Vol. 12, No. 1, Mei 2015 yang mengangkat judul “Pengaruh Sikap Mahasiswa Muslim Terhadap Minat Pada Bank Syariah”. Dalam jurnal tersebut menyimpulkan bahwa variabel sikap dan norma subyektif adalah signifikan, dan variabel sikap dengan minat antar variabel norma subyektif dengan minat mempunyai tingkat keeratan cukup tinggi.

Penelitian yang dilakukan oleh Fashilatul Hasanah Jurnal Vol. 4 No. 1 Juni 2019 yang mengangkat judul tentang “Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah”. Dalam jurnal tersebut dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh religiusitas terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada

bank syariah dan signifikan. Tidak ada pengaruh pengetahuan terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada bank syariah dan signifikan. Tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada bank syariah dan tidak signifikan. Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada bank syariah dan signifikan. Adanya pengaruh religiusitas, pengetahuan, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap preferensi produk menabung mahasiswa UMP pada bank syariah dan signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Yudhistira Adi Seputra Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi Vol. 3 No. 2 Tahun 2019 yang mengangkat judul tentang “Pengaruh Pengetahuan Dan Komitmen Ke Islaman Nasabah Bank Konvensional Terhadap Preferensi Bank Syariah Di Kota Blora”. Dalam jurnal ini menyimpulkan bahwa variabel pengetahuan produk bank syariah berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap preferensi masyarakat. Variabel komitmen ke Islaman berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap preferensi masyarakat.

Tabel 1

Perbandingan Hasil Kajian Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Amri, Intan Qurratul'ain, Julianty, 2018, journal	Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah Kota Banda Aceh	preferensi nasabah dalam memilih pembiayaan syariah	dan studi kasus yang dilakukan pada karyawan IAIN Purwokerto
2	Sri Fadilah,	Analisis	Preferensi	Lokasi penelitian

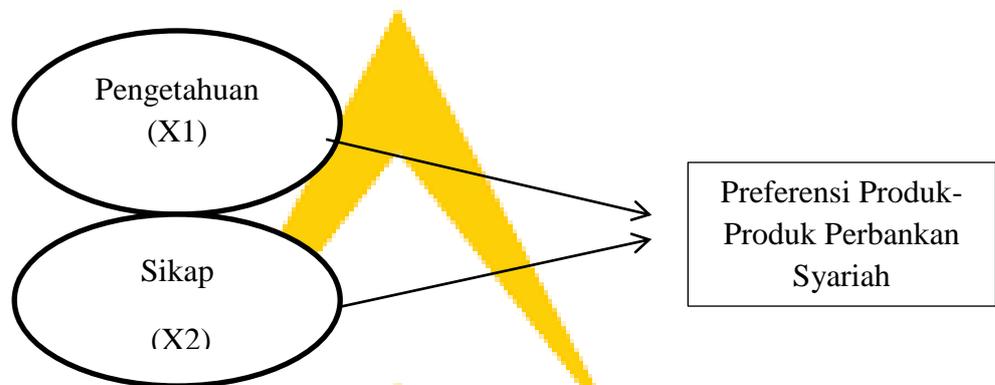
	Yuni Rosdiana dan Mey Maemunah 2017, journal	Preferensi Masyarakat Akademis pada Produk-Produk Perbankan Syariah (Studi Pada Dosen Perguruan Tinggi Islam di Bandung Raya)	masyarakat pada produk-produk perbankan syariah	dan terdapat penambahan variabel pengaruh pengetahuan dan sikap
3	Dewi Andriani Dan Azuar Juliandi 2008, journal	Preferensi Masyarakat Kota Medan Terhadap Bank Syariah (Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)	Terdapat dua variabel yang sama yaitu pengaruh pengetahuan sikap masyarakat terhadap keputusan memilih produk perbankan syariah	Studi kasus yang akan dilakukan peneliti pada karyawan IAIN Purwokerto
4	Miko Andi Wardana 2016, journal	Pengaruh Pertimbangan, Pengetahuan, Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Bank Syariah Di	Terdapat variabel yang sama yaitu pengaruh pengetahuan dan sikap terhadap keputusan memilih produk bank syariah	Terdapat variabel yang tidak ada di peneliti dan tempat penelitian yang berbeda

		Kota Denpasar		
5	Agus Arwani 2015, journal	Pengaruh Sikap Mahasiswa Muslim Terhadap Minat Pada Bank Syariah	Terdapat variabel yang sama yaitu variabel sikap	Hanya terhadap satu variabel saja yaitu sikap
6	Fadhilatul hasanah 2019, journal	Pengaruh Tingkat Religiutas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah	Satu variabel yang sama yaitu variabel pengetahuan terhadap preferensi	Ada beberapa variabel yang mempengaruhi preferensi
7	Yudhistira Adi Seputra 2019 , journal	Pengaruh Pengetahuan Dan Komitmen Ke Islaman Nasabah Bank Konvensional Terhadap Preferensi Bank	Satu variabel yang sama yaitu variabel pengetahuan terhadap preferensi	Variabel komitmen ke islaman tidak ada dalam penelitian yang penulis teliti

		Syariah Di Kota Blora		
--	--	--------------------------	--	--

## H. Kerangka pemikiran

Untuk mengetahui masalah yang akan dibahas, maka perlu adanya pemikiran yang melandasi masalah yang bertujuan untuk menemukan, dan mengkaji kebenaran dalam suatu penelitian. Kerangka befikir yang dapat digambar adalah sebagai berikut.



Bank syariah merupakan sistem perbankan dimana dalam pelaksanaan operasional tidak menggunakan sistem bunga (*riba*), ketidakpastian atau ketidakjelasan (*gharar*), dan spekulasi (*maisir*).

Tujuan dari mendirikannya lembaga keuangan syariah ini adalah sebagai dasar kalim muslimin untuk mendasari segala aspek kehidupan ekonominya berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah untuk menciptakan kesejahteraan umat manusia.

Preferensi pada bank syariah muncul ketika adanya pengetahuan terhadap bank syariah, adanya fasilitas yang mendukung sehingga para konsumen menjadi lebih tertarik terhadap bank syariah, sehingga disitulah adanya sikap terhadap preferensi bank syariah khususnya produk-produk bank syariah yang ada pada setiap bank. Preferensi masyarakat dalam memilih produk pembiayaan syariah biasanya sangat bervariasi. Dikarenakan setiap individu dalam hal ini adalah nasabah yang memiliki

keinginan yang berbeda-beda. Pemahaman perilaku nasabah terkait dengan pembiayaan syariah secara baik merupakan suatu yang sangat penting untuk keputusan pemasaran yang tepat. Untuk menghadapi sebuah persaingan maka perilaku nasabah berhubungan dengan preferensi seseorang untuk memutuskan menjadi nasabah atau memilih produk-produk perbankan syariah.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi Andriani Dan Azuar Juliandi Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Vol. 8 No. 2 September 2008 yang mengangkat judul tentang “Preferensi Masyarakat Kota Medan Terhadap Bank Syariah (Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)”. Dalam jurnal tersebut menyimpulkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara pengetahuan dan sikap dengan keputusan penerimaan terhadap perbankan syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Andriani Dan Azuar Juliandi Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Vol. 8 No. 2 September 2008 yang mengangkat judul tentang “Preferensi Masyarakat Kota Medan Terhadap Bank Syariah (Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)”. Dalam jurnal tersebut menyimpulkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara pengetahuan dan sikap dengan keputusan penerimaan terhadap perbankan syariah.

Sehingga model kerangka berfikir diatas menjelaskan bahwa variabel X yaitu pengetahuan dan sikap karyawan tentang Perbankan Syariah berpengaruh pada variabel Y yaitu preferensi produk-produk bank syariah.

## **I. Hubungan Variabel**

### **1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Preferensi Produk-Produk Perbankan Syariah**

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa (produk dan jasa bank syariah), serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan

produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. (Adawiyah, 2010). Pengetahuan dibagi menjadi 3 macam menurut Peter dan Jerry yaitu: pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk/jasa, pengetahuan tentang manfaat produk/jasa, pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan oleh produk/jasa bagi konsumen (Wardana, 2016).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Niken Nastini, 2018) tentang pengaruh pengetahuan terhadap preferensi pada produk bank syariah menunjukkan hasil bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Wardana M. A., 2016) menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu pengetahuan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk bank syariah.

## 2. Pengaruh Sikap Terhadap Preferensi Produk-Produk Perbankan Syariah

Menurut Schiffman dan Kanuk menyatakan sikap adalah ekspresi perasaan (*inner feeling*), yang mencerminkan apakah seseorang senang atau tidak senang, suka atau tidak suka dan setuju dan tidak setuju terhadap suatu objek (merek, layanan, pengecer, perilaku tertentu dan lainnya) (Simamora, 2002).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hafasnuddin, 2016) tentang sikap terhadap minat beli menunjukkan hasil bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Fauzi, 2017) menunjukkan hasil yang berbeda, bahwa sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat pondok pesantren.

**IAIN PURWOKERTO**

## J. Hipotesis

Hipotesis yang digunakan dalam analisis data penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.  $H_0$  : Pengetahuan Karyawan IAIN Purwokerto tidak berpengaruh terhadap preferensi produk perbankan syariah.

$H_1$ : Pengetahuan Karyawan IAIN Purwokerto berpengaruh terhadap preferensi produk perbankan syariah.

2.  $H_0$  : Sikap Karyawan IAIN Purwokerto tidak berpengaruh terhadap preferensi produk perbankan syariah.

$H_2$  : Sikap Karyawan IAIN Purwokerto berpengaruh terhadap preferensi produk perbankan syariah.

3.  $H_0$  : Pengetahuan dan sikap Karyawan IAIN Purwokerto tidak berpengaruh terhadap preferensi produk perbankan syariah.

$H_3$  : Pengetahuan dan sikap Karyawan IAIN Purwokerto berpengaruh terhadap preferensi produk perbankan syariah.

## K. Landasan Teologis

Bank syariah merupakan sebuah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah (Kasmir,2016). Pada

bank syariah dikenal dengan bank tanpa riba. Artinya disini merupakan penetapan bunga atau melebihi jumlah pinjaman pokok 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 ذَلِكَ بَأْسٌ

نَهُمُ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ

فَاتَّهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ قَلَىٰ وَأَمْرَهُ إِلَى اللَّهِ قَلَىٰ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا

خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapatkan peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”.

Dalam islam riba dengan bentuk apa pun atau alasan apa pun adalah dilarang oleh Allah SWT dan haram hukumnya. Sebagaimana dalil tentang riba dalam firman Allah SWT dalam ayat-ayat Al-Qur’an. Ayat Al-Qur’an yang melarang orang mukim untuk tidak memakan riba terdapat dalam surat Ali Imron ayat 130:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً صَلَّىٰ وَآتَمَمُوا اللَّهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ج

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung”.

Kemudian firman Allah akan memberikan siksa atau azab bagi orang-orang yang memakan riba terdapat dalam surat An-Nisa ayat 161:

وَأَخَذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ قَلَىٰ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ

عَذَابًا أَلِيمًا

Artinya: *“Dan karena mereka menjalankan riba, padahal sungguh mereka telah dilarang darinya, dan karena mereka memakan harta orang dengan cara tidak sah (batil). Dan kami sediakan untuk orang-orang kafir di antara mereka azab yang pedih”*”.

Bank adalah sebuah lembaga perusahaan yang bergerak di dalam bidang keuangan, artinya sebuah aktivitas perbankan yang selalu berkaitan dengan bidang keuangan sedangkan bank syariah merupakan bank yang menggunakan prinsip-prinsip syariah dan menggunakan sistem bagi hasil dalam pembagian nisbah atau keuntungan. Oleh karena itu semua produk-produk yang dikeluarkan oleh bank syariah menggunakan sistem bagi hasil bukan bunga bank.

Pengetahuan para karyawan di IAIN Purwokerto mengenai bank syariah mungkin belum cukup tinggi karena belum banyak mempelajari ilmu tentang perbankan syariah dalam pendidikan formal maupun non formal. Pengetahuan hakikatnya adalah segenap apa yang diketahui tentang suatu objek tertentu, termasuk ilmu. Ilmu adalah bagian dari pengetahuan yang diketahui manusia. Allah SWT memberikan alat pengetahuan berupa indra, akal dan hati (Adhim, 2018). Sebagaimana yang dijelaskan dalam surat An-Nahl ayat 78:

**IAIN PURWOKERTO** وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَوَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ  
وَالْأَفْئِدَةَ لَا عَلَيْكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: *“Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu pun, dan Dia memberimu pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, agar kamu bersyukur”*”.

Semakin banyak pengetahuan para karyawan mengenai perbankan syariah maka akan semakin mempengaruhi sikap yang akan diambil mengenai bank syariah. Sehingga dengan pengetahuan dan sikap maka

akan mempengaruhi keyakinan terhadap preferensi pada produk bank syariah.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*) dimana dalam penelitian ini akan mengumpulkan data dengan melakukan studi mendalam tentang pengaruh pengetahuan dan sikap terhadap preferensi produk-produk perbankan syariah dengan studi kasus pada karyawan IAIN Purwokerto. (sosrodihardjo, 2009)

#### B. Tempat Dan Waktu Penelitian

IAIN Purwokerto adalah salah satu kampus yang mengembangkan ilmu pengetahuan dibidang ekonomi islam dan lebih mengedepankan agama. Terutama akan berpengaruh pada para karyawan untuk lebih mengamalkan pengetahuan tentang agama dikehidupan sehari-hari terutama dibidang perbankan untuk menghindari riba.

Penelitian ini dilakukan dalam waktu dua bulan, dimulai pada bulan Juli sampai Agustus 2020.

#### C. Populasi Dan Sampel Penelitian

## IAIN PURWOKERTO

Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syara-syarat tertentu yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan IAIN Purwokerto. Menurut data profil IAIN Purwokerto di internet jumlah karyawan pegawai sebanyak 79 PNS dan 90 Kontrak

sehingga jumlahnya 169 orang. (<http://iainpurwokerto.ac.id>, diakses 02 juli 2020)

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Atau sampel dapat didefinisikan sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi (Martono, 2011: 74). Sampel yang diambil dari penelitian ini adalah sebagian karyawan IAIN Purwokerto.

Jika jumlah populasi diketahui, maka perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin, maka rumus perhitungan sampel sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel yang diperlukan

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan sampel (sampel error), 10 %

sehingga jumlah sampel yang diteliti berjumlah:

$$n = \frac{169}{1+169.0,01} = \frac{169}{1+1,69} = \frac{169}{2,69} = 62,82 \text{ dibulatkan } 63 \text{ karyawan.}$$

## D. Variabel Dan Indikator Penelitian

Variabel merupakan sebuah fenomena yang bervariasi dalam bentuk, kualitas, kuantitas, mutu dan standar. (Bungin, 2005) Dalam penelitian ini terdapat dua variabel penelitian yaitu:

### 1. Variabel independen (variabel bebas)

Variabel bebas (variabel independen) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel yang lain, yang pada umumnya berada dalam urutan tata waktu yang terjadi lebih dulu. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen yaitu: Pengetahuan (X1), Sikap (X2).

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 dalam tiga macam yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian.

Sedangkan Sikap adalah ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek dalam menyukai suatu objek atau dapat kepercayaan konsumen terhadap berbagai manfaat dari suatu produk. (firmansyah, 2018)

## 2. Variabel dependen (variabel terikat)

Variabel terikat (variabel dependen) merupakan variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam hal ini preferensi pada produk-produk bank syariah (Y) yang menjadi variabel dependen. (Juliandi, 2008)

Preferensi Konsumen adalah kemampuan konsumen dalam memilih barang mana yang lebih disukai dan melakukan ordering dari himpunan barang yang tersedia bagi konsumen untuk dipilih. Preferensi konsumen dapat berubah karena faktor selera, pengalaman atau dipengaruhi promosi, sehingga fungsi utility dapat berubah. (kiptiyah,

2011)

# IAIN PURWOKERTO

Tabel 2

Variabel Dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator dan Uraian	Pengukuran
Pengetahuan (X1) Dewi Andrian dan Azuar Juliandi, Jurnal	- Pemahaman umum terkait Perbankan syariah (berlandaskan Al-Quran dan hadist, jumlah bank syariah) - Sistem Bagi Hasil (return yang	Likert

2008	<p>diperoleh dari nisbah bagi hasil)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Syariah/Agama (produk bank syariah sesuai dengan prinsip ekonomi islam)</li> <li>- Kerjasama/Kemitraan (keutamaan bank syariah)</li> <li>- Jenis Produk (simpanan, pembiayaan dan jasa)</li> </ul>	
<p>Sikap (X2) Dewi Andrian dan Azuar Juliandi, Jurnal 2008</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bagi Hasil (bank syariah adalah bank dengan sistem bagi hasil)</li> <li>- Islami (bank syariah sudah sesuai dengan syariat islam)</li> <li>- Milik Orang Islam (bank syariah adalah banknya orang islam)</li> <li>- Percaya (bank syariah berkonsep saling percaya)</li> <li>- Prospektif (prospek cukup baik untuk masa depan)</li> <li>- Dikenal (dikenal oleh semua masyarakat)</li> <li>- Profesional (dalam pelayanan/pelaksanaan secara profesional)</li> </ul>	Likert
<p>Preferensi (Y) Izzuddin Fadhlurrahman,</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atribut (kesukaann terhadap kualitas produk/jasa bank syariah)</li> <li>- Kepentingan (adanya</li> </ul>	Likert

**IAIN PURWOKERTO**

Skripsi 2017	kebutuhan menggunakan produk bank syariah) <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kepercayaan (sesuai dengan yang diharapkan)</li> <li>- Kepuasan (merasa puas dengan sistem perbankan syariah)</li> </ul>	
--------------	--	--

## E. Pengumpulan Data Penelitian

### 1. Wawancara

Metode wawancara adalah metode yang dilakukan untuk mendapatkan informasi, yang tidak dapat diperoleh melalui observasi atau kuesioner.

### 2. Kuisisioner

Kuesioner (Angket) adalah teknik yang digunakan oleh peneliti untuk mengetahui secara pasti apa variabel yang akan diukur dan mengetahui apa yang diharapkan responden (Arikunto, 2013: 271).

### 3. Dokumentasi

Yaitu teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Dokumen tersebut dapat berbentuk data, gambar, atau produk yang ditawarkan. Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan

untuk menelusuri data historis. Dokumentasi adalah informasi yang disimpan dan didokumentasikan sebagai bahan dokumentasi. Pada penelitian ini, penulis menggunakan dan mempelajari beberapa dokumen yang mendukung tercapainya tujuan penelitian. (Semiawan, 2010).

## F. Skala Pengukuran

### Pendekatan Skala Likert

Menurut Sugiyono Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang/sekelompok orang tentang fenomena sosial. Interval Skala Likert tersebut digunakan untuk menunjukkan nilai atau skor sebagai berikut:

Tabel 3

Skala Likert

No	Kategori	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**G. Uji kualitas data**

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen yang digunakan untuk mengukur suatu konsep yang harusnya diukur (Umar, 2003: 98-104). Untuk menguji suatu validitas dilakukan dengan mengkolerasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya pendapat tersebut menurut sugiyono.

2. Uji Reabilitas

Reabilitas menunjuk pada suatu instrumen untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen dikatakan reliabel jika memberikan hasil relatif sama saat dilakukan pengukuran kembali pada objek yang berlainan pada waktu yang berbeda atau dapat dikatakan memberikan hasil yang tetap. (Payandya dan Jayantika, 2018:31).

**H. Teknik analisis data**

1. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi antara variabel dependen dan variabel independen memiliki

distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan dua cara, yaitu analisis grafik dan uji statistik.

b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara variabel independen. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas mengacu pada nilai tolerance  $>0,10$  dan nilai VIF  $<10$ .

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara memprediksi uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari pola gambar *scatter plot* model dan melakukan *Uji Glesjer*.

2. Uji Hipotesis

a) Regresi Linier Berganda

Analisis regresi dilakukan untuk menguji pengaruh arah hubungan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah teknik Analisis Regresi Berganda.

Persamaan yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

**IAIN PURWOKERTO**

Keterangan:

Y = Preferensi produk-produk perbankan syariah

B = Koefisien regresi

X1 = Variabel Pengetahuan

X2 = Variabel Sikap

e = Variabel eror (Febby,2017)

b) Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel deveden. Jika probabilitas  $< 0,05$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak

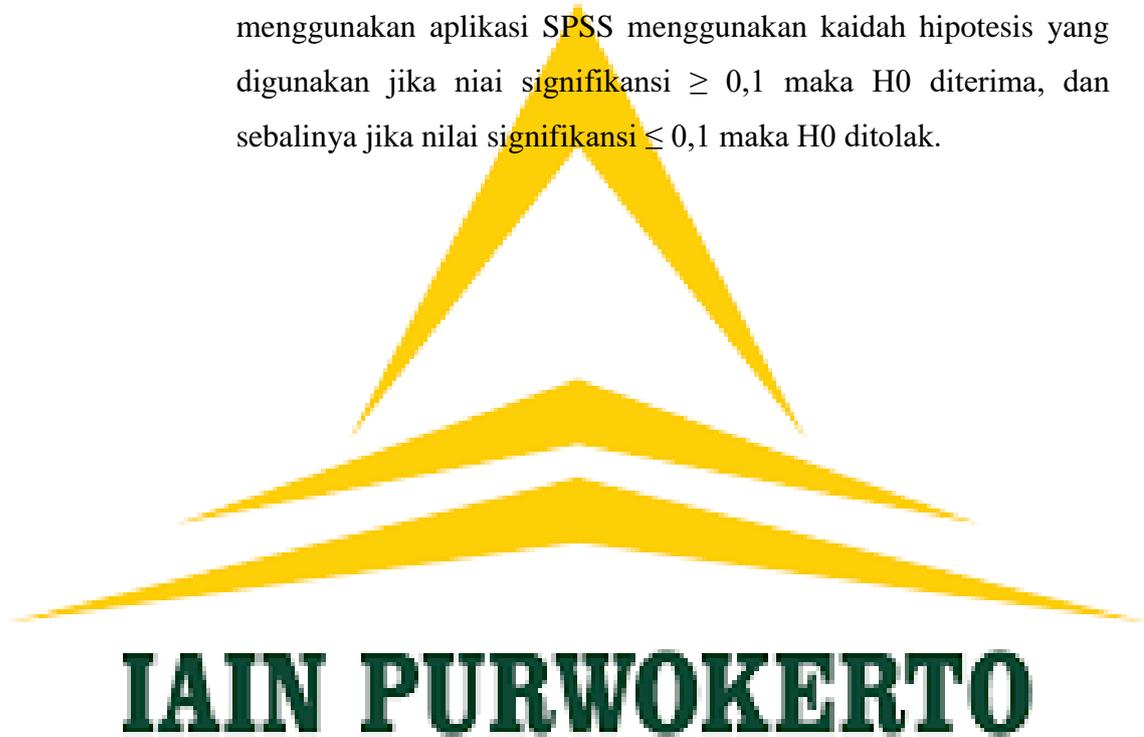
Jika probabilitas  $> 0,05$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima

c) Uji Signifikan Simultan (Uji f)

Uji signifikan simultan (Uji-F) pada dasarnya digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Nasution dan Barus, 2019: 56-59).

d) Uji Determinasi ( $R^2$ )

Untuk menguji seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji determinasi dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS menggunakan kaidah hipotesis yang digunakan jika nilai signifikansi  $\geq 0,1$  maka  $H_0$  diterima, dan sebaliknya jika nilai signifikansi  $\leq 0,1$  maka  $H_0$  ditolak.



## BAB IV

### PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Objek Penelitian

##### 1. Sejarah Singkat IAIN Purwokerto

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto merupakan pengembangan dan alih status dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 139 tahun 2014 tentang Perubahan STAN Purwokerto menjadi IAIN Purwokerto. Secara historis, STAIN Purwokerto juga merupakan alih status dari Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (1964-1994) dan Fakultas Tarbiyah IAIN WALISONGO Semarang (1994-1997) yang berkedudukan di Purwokerto.

Secara embrional, IAIN Purwokerto diilham oleh pidato Menteri Agama RI, Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, saat peresmian Sekolah Persiapan (SP) IAIN (sekarang menjadi MAN 1). Ajakan menteri Agama RI tersebut disambut oleh K.H. Muslich, sebagai ketua Yayasan Al-Hidayah, Pendiri SP IAIN, juga Anggota DPRGR, Anggota MPRS, serta anggota Dewan Perancang Nasional, dengan mengajak para

**IAIN PURWOKERTO**

tokoh-tokoh muslim. Banyaknya lainnya, antara lain, H.O.S. Noto Soewiryo (Kepala Pengawas Urusan Agama Karbidin Purwokerto), K.H. Muchlis (Penghulu pada Kantor Urusan Agama di Purwokerto), dan Muhammad Hadjid (seorang pengusaha di Purwokerto) untuk mendirikan *Badan Wakaf Al-Djami'ah Sunan Kalijaga*. Tugas utama badan wakaf ini adalah mendirikan lembaga pendidikan tinggi agama di Purwokerto dengan segera.

Pada 10 November 1962, badan Wakaf Al-Djami'ah Sunan Kalijaga mendirikan Fakultas Tarbiyah Al-Djami'ah Sunan Kalijaga. Kemudian, pada 12 Desember 1962, secara resmi Badan Wakaf

Aldjami'ah Sunan Kalijaga dinotariskan sebagai badan hukum yang mendirikan dan mengelola fakultas tersebut. Keputusan menteri agama nomor 68 tahun 1964 tanggal 9 september 1964, fakultas tersebut dinegerikan dan menginduk kepada IAIN Al-Djami'ah Al-Hukumiyah Yogyakarta kemudian berubah namanya menjadi IAIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta. Serah terima tersebut pada 3 November 1964.

Selanjutnya atas dasar pertimbangan geografis dan efisiensi pembinaan teknis kewilayahan berdasarkan Keputusan Menteri Agama Nomor 385 Tahun 1993, Nomor 394 Tahun 1993 Dan Nomor 408 Tahun 1993, Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dilimpahkan kepada iain walisongo, semarang dilaksanakan pada 13 desember 1994. Sejak itu berubah menjadi Fakultas IAIN Walisongo Di Purwokerto.

Kemudian, dengan keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997 Tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri pada 1 Mare 1997, Maka Fakultas Tarbiyah IAIN Walisgo Di Purwokerto menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto, sebagai prguruan tinggi yang mandiri untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan kualitas.

Pada tahun 2012, STAIN Purwokerto memuka Pascasarjana Strata 2 (S-2) yaitu Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (HES) dan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (MPI). Berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 164 Tahun 2014 tentang Izin Penyelenggaraan Prodi, STAIN membuka program studi untuk Strata 1 (S1), yaitu program studi Pendidikan Guru Raudhatul Athfal (PGRA) dan Manajemen Dakwah (MD).

Pada tahun 2014, status STAIN Purwokerto berubah dari SEKOLAH TINGGI menjadi INSTTUT. Perubahan status ini ditetapkan melalui Peraturan Presiden Nomor 139 Tahun 2014 dan terjadi penambahan 10 program studi strata satu (S-1) baru

**IAIN PURWOKERTO**

berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 547 Tahun 2015 dan 4 program studi jenjang pascasarjana strata dua (S-2). Sampai saat ini IAIN Purwokerto mengelola 22 prodi S-1, 6 prodi S-2.

## 2. Visi dan Misi IAIN Purwokerto

Visi IAIN Purwokerto adalah:

“Menjadi Perguruan Tinggi yang Unggul, Islami dan Berkeadaban”

Untuk mewujudkan visi sebagaimana diatas, iain purwokerto menetapkan misi sebagai berikut:

- a. Menjadi pusat studi islam yang inklusif dan integratif.
- b. Menghasilkan sarjana yang bedaya saing dan berakhak mulia.
- c. Mempromosikan pesan-pesan islam.
- d. Membumikan nilai-nilai islam transformatif.
- e. Mengembangkan peadaban islam indonesia.
- f. Menjadi *good university gervernac*.

## B. Deskripsi Karakteristik Responden

Untuk mendapatkan gambaran umum mengenai latar belakang sampel penelitian, maka sub bab ini akan menyampaikan beberapa gambaran karakteristik responden yang dijadikan sampel penelitian.

Karakteristik pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, jabatan, penghasilan perbulan dan produk yang digunakan. Berdasarkan tanggapan responden dari data kuisiner yang terkumpul, maka hasil dari identifikasi karakteristik responden ialah sebagai berikut:

Tabel 4

### Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Usia	Frekuensi	Presentase
20-30	26	41,3%

31-40	17	27%
41-50	19	30,2%
51-60	1	1,5%

Tabel 5

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-Laki	35	55,6%
Perempuan	28	44,4%

Tabel 6

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Presentase
SMA/Sederajat	4	6,3%
D3	2	3,2%
S1	43	68,3%
S2	13	20,7%
S3	1	1,5%

Tabel 7

Karakteristik Responden Berdasarkan Jabatan

Jenis Jabatan	Frekuensi	Presentase
Kabag	3	4,8%
Kasubag	13	20,7%
Staf	42	66,7%
Dosen	3	4,8%
Pembisnis	1	1,5%
ULP	1	1,5%

**IAIN PURWOKERTO**

Tabel 8

## Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

Pendapatan Per Bulan	Frekuensi	Presentase
Rp <2.000.000	19	30,2%
Rp 2.000.000-4.000.000	15	27%
Rp 4.000.000-6.000.000	14	19%
Rp >6.000.000	15	23,8%

Tabel 9

## Karakteristik Berdasarkan Penggunaan Jasa Bank Syariah

Nasabah Bank Syariah	Frekuensi	Presentase
Ya	62	98,4%
Tidak	1	1,6%

Tabel 10

## Karakteristik Berdasarkan Jenis Produk Yang Digunakan

Jenis Produk Bank Syariah	Frekuensi	Presentase
Tabungan	52	82,5%
Tabungan Haji	6	9,5%
Bagi Hasil	1	1,7%
Lainny	3	6,3%

Data penelitian diperoleh dari hasil kuisisioner yang telah disebarakan kepada seluruh responden yang berjumlah 63 karyawan. Hasil kuisisioner dapat dilihat pada .

### C. Distribusi Tanggapan Responden

Pengaruh pengetahuan dan sikap terhadap preferensi produk-produk bank syariah akan dilihat dari masing-masing variabel. Berikut ini adalah hasil tanggapan responden berdasarkan kuisisioner yang disebar.

1. Variabel independen

Tabel 11

Variabel Pengetahuan Karyawan Tentang Perbankan Syariah

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total
		STS	TS	N	S	SS	
		1	2	3	4	5	
1	Saya mengetahui Bank syariah adalah bank yang berdasarkan hukum al-qur'an, hadist, fatwa ulama dan pemerintah	0	4	17	33	9	63
2	Menurut saya Bank syariah hanya untuk pelanggan muslim	6	37	12	8	0	63
3	Menurut bunga sistem bunga didalam bank konvensional tidak digunakan didalam bank syariah karena termasuk riba	0	6	23	25	9	63
4	Saya mengetahui akad-akad yang ada pada bank syariah	0	11	18	25	9	63
5	Saya mengetahui sistem pembagian keuntungan pada produk bank syariah (bagi hasil)	0	3	22	36	2	63
6	Saya mengetahui jenis-jenis produk pada bank syariah	0	6	19	35	3	63

**IAIN PURWOKERTO**

7	Saya mendapatkan informasi terkait produk bank syariah melalui media cetak dan iklan	0	5	16	39	3	63
8	Di indonesia terdapat bank syariah (Muamalat, Bank Mandiri Syariah, Bank BRI Syariah, Bank BNI Syariah dll)	0	0	7	35	21	63

Tabel 12

Variabel Sikap Karyawan Tentang Perbankan Syariah

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total
		STS	TS	N	S	SS	
		1	2	3	4	5	
1	Saya percaya bank syaria'ah adalah bank yang amanah	0	2	16	38	7	63
2	Saya senang dan bangga menjadi nasabah bank syaria'ah	0	4	14	38	7	63
3	Bank syariah prospeknya cukup baik untuk masa depan saya	0	1	18	34	10	63
4	Saya percaya didalam bank syariah tingkat bagi hasil dibagi secara adil dan sesuai	0	3	23	31	6	63
5	Saya lebih mantap	0	6	12	34	11	63

	menggunakan produk atau jasa pada perbankan syariah						
6	Produk bank syariah terhindar dari hal-hal yang gharar	0	5	17	32	9	63
7	Saya mengetahui bahwa Bank syariah berkonsep pada saling percaya	0	3	18	36	6	63
8	Bank syariah dalam pelaksanaannya belum sesuai dengan syariat islam	0	12	28	21	2	63

2. Variabel Dependen

Tabel 13

Variabel Preferensi Terhadap Produk-Produk Bank Syariah

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total
		STS	TS	N	S	SS	
		1	2	3	4	5	
1	Saya memilih bank syari'ah karena sudah banyak yang menggunakan bank syari'ah	1	6	27	28	1	63
2	Saya ingin menjadi nasabah bank syariah karena produk yang ada pada bank syariah sesuai dengan kebutuhan saya	0	4	19	38	2	63

**IAIN PURWOKERTO**

3	Saya lebih cocok terhadap sistem perbankan syariah dibandingkan bank konvensional	0	3	30	26	4	63
4	Saya lebih senang melakukan pembiayaan di bank syariah	0	4	27	28	4	63
5	Saya memilih bank syaria'ah karena keinginan sendiri	1	3	16	38	5	63
6	Saya lebih percaya dana yang saya simpan di bank syariah terjamin keamanannya.	0	2	29	28	4	63
7	Saya lebih memilih menjadi nasabah di bank karena bank syariah itu halal	0	4	22	32	5	63
8	Saya lebih memilih bank syariah karena pelayanan yang profesional	0	7	23	31	2	63

**IAIN PURWOKERTO**

#### D. Hasil Uji Kualitas Data

##### 1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuisioner. Suatu butir pernyataan dinyatakan valid jika nilai dari setiap 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  $63 - 2 = 61$  dan didapati nilai

0,2480 sebagai r tabel. Berikut ini adalah hasil uji validitas pada variabel penelitian.

a. Variabel Independen

Tabel 14  
Hasil Uji Validitas Pengetahuan

Item	R hitung	R tabel	keterangan
X1.1	0,662	0,2480	Valid
X1.2	0,367	0,2480	Valid
X1.3	0,553	0,2480	Valid
X1.4	0,709	0,2480	Valid
X1.5	0,676	0,2480	Valid
X1.6	0,687	0,2480	Valid
X1.7	0,462	0,2480	Valid
X1.8	0,511	0,2480	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel 13 menunjukkan variabel pengetahuan karyawan 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 karyawan tentang perbankan syariah dapat diandalkan

# IAIN PURWOKERTO

Tabel 15  
Hasil Uji Validitas Sikap

Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X2.1	0,873	0,2480	Valid
X2.2	0,903	0,2480	Valid
X2.3	0,844	0,2480	Valid
X2.4	0,763	0,2480	Valid
X2.5	0,826	0,2480	Valid

X2.6	0,692	0,2480	Valid
X2.7	0,712	0,2480	Valid
X2.8	-0,067	0,2480	Tidak Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Pada tabel 15 dapat dilihat bahwa variabel tingkat sikap terdiri dari 8 butir pernyataan setelah dilakukan analisis hasil uji validitas diperoleh 7 butir pernyataan yang dinyatakan valid dan 1 butir pernyataan dinyatakan tidak valid yaitu X2.8 yang kemudian butir tersebut tidak digunakan atau dihilangkan.

b. Variabel Dependen

Tabel 16  
Hasil Uji Validitas Variabel Preferensi

Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y1	0,609	0,2480	Valid
Y2	0,788	0,2480	Valid
Y3	0,771	0,2480	Valid
Y4	0,741	0,2480	Valid
Y5	0,634	0,2480	Valid
Y6	0,774	0,2480	Valid
Y7	0,767	0,2480	Valid
Y8	0,677	0,2480	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel 16 menunjukkan variabel preferensi pada produk 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 preferensi pada produk bank syariah dinyatakan valid serta dapat diandalkan dan layak sebagai penelitian.

## 2. Uji Realibilitas

Uji reabilitas adalah sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen dikatakan reliabel jika memberikan hasil relatif sama saat dilakukan pengukuran kembali pada objek yang berlainan pada waktu yang berbeda atau dapat dikatakan memberikan hasil yang tetap.A

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

Tabel 17  
Hasil Uji Reabilitas

Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0,711	Reliabel
X2	0,915	Reliabel
Y	0,864	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Tabel 17 menunjukkan nilai *cronbach's alpha* atas variabel pengetahuan sebesar 0,711. Variabel sikap sebesar 0,915 dan variabel preferensi produk bank syariah sebesar 0,864. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuisioner ini reliabel karena mempunyai lebih dari 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten dan apabila pernyataan diajukan kembali maka akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya.

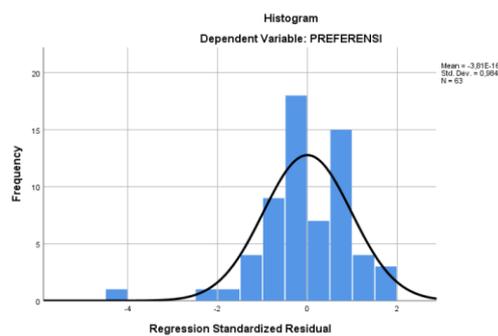
## E. Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual penyebarannya normal atau tidak, data yang berdistribusi normal jika

data akan mengikuti arah garis diagonal dan menyebar disekitar garis diagonal. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan analisis grafik dan uji *Kolmogrov-Smirnov*. Berikut ini adalah hasil dari uji normalitas dengan menggunakan pengolahan SPSS 25 for windows:

Gambar 1  
Uji Normalitas Histogram

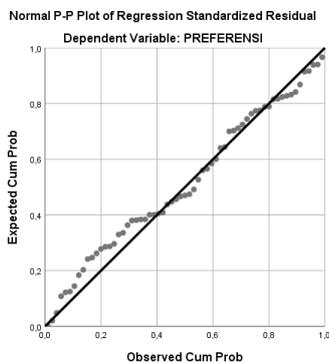


Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

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

Gambar 2

# IAIN DTU



Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan gambar diatas, menunjukkan bahwa penyebaran data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal atau moel regresi memenuhi uji 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		63
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,68626485
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,095
	Positive	,059
	Negative	-,095
Test Statistic		,095
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Pada tabel diperoleh hasil output uji *Kolmogorov Smirnov* nilai sig 0,200 nilai signifikan masing-masing variabel lebih dari 0,05 yang berarti bahwa nilai tersebut berdistribusi secara normal.

## 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat apakah model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolenaritas, mengacu pada nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance  $>0,10$  dan nilai VIF  $<10$ .

Untuk melihat hasil dari uji multikolenaritas, berikut peneliti sajikan dalam tabel .

Tabel 19  
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,26	2,796		2,596	0,012		
	PENGETAHUAN	0,129	0,138	0,112	0,933	0,355	0,498	2,01
	SIKAP	0,658	0,118	0,67	5,568	0	0,498	2,01

a. Dependent Variable: PREFERENSI

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

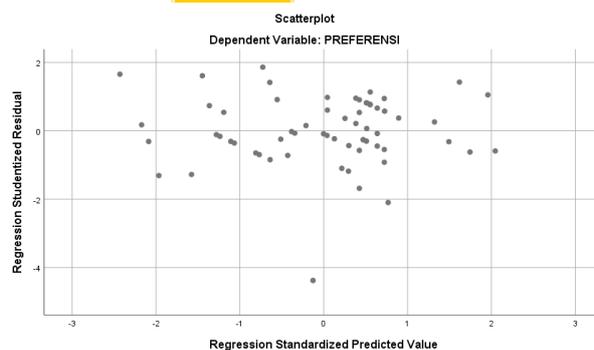
Dapat dilihat dari tabel diatas, nilai *tolerance* pada pengetahuan (X1) dan sikap (X2) sebesar 0,498 lebih besar dari 0,10. Kemudian nilai VIF keduanya sebesar 2,01 selutuhnya kurang dari nilai VIF 10. Maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolenaritas dan dapat digunakan sebagai penelitian ini.

## 3. Hasil Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedisitas bertujuan untuk melihat dalam model regresi apakah terdapat ketidaksamaan variance dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain.

Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah homomkedasitas atau tidak heteroskedasitas. Untuk mengetahui heteroskedasitas dapat dilakukan dengan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya). Dasar analisisnya jika model terdapat pola tertentu (mengumpul ditengah, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedasitas. Sedangkan jika tidak terdapat pola yang jelas, serta titi-titik menyebar maka tidak terjadi heteroskedisitas.

Gambar 3  
Hasil Uji Heteroskedisitas



Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan gambar grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa data tersebut menyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak terdapat pola yang jelas pada penyebarannya. Hal tersebut berarti tidak terjadi heteroskedisitas pada model regresi, sehingga model dapat digunakan untuk memprediksi preferensi produk-produk pada bank syariah berdasarkan variabel yang mempengaruhinya, yaitu pengetahuan dan sikap.

#### F. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Semua data akan dilakukan dengan menggunakan program

SPSS versi 25. Adapun hasil regresi dari data primer yang diolah dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 20  
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	4,883	2,924		1,670	0,100		
	PENGETAHUAN	0,118	0,144	0,103	0,821	0,415	0,474	2,108
	SIKAP	0,677	0,126	0,668	5,354	0,000	0,474	2,108

a. Dependent Variable: PREFERENSI

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,883 + 0,118X_1 + 0,677 X_2 + e$$

Dari hasil pengujian regresi linier berganda menunjukkan bahwa koefisien regresi bertanda positif. Dan apabila variabel pengetahuan karyawan tentang perbankan syariah terpenuhi maka preferensi pada produk bank syariah akan semakin meningkat, begitu sebaliknya jika bertanda negatif. Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

#### 1. Uji t (Parsial)

Hasil uji statistik Uji t bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Jika probabilitas  $t < 0,05$ , maka  $H_a$  diterima dan menolak  $H_0$ , sedangkan jika probabilitas  $t > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan menolak  $H_a$ .

Tabel 21

## Hasil Uji t

		Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
Model		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	7,260	2,796		2,596	0,012			
	PENGETAHUAN	0,129	0,138	0,112	0,933	0,355	0,498	2,010	
	SIKAP	0,658	0,118	0,670	5,568	0,000	0,498	2,010	

a. Dependent Variable: PREFERENSI

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

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

a. Variabel pengetahuan karyawan tentang perbankan syariah diperoleh nilai t hitung sebesar 0,933 dengan nilai sig 0,355. Secara statistik menunjukkan bahwa hasil dari nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu sebesar 1,671 dan nilai sig lebih besar dari 0,05. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan karyawan tentang perbankan syariah berpengaruh dan tidak signifikan terhadap preferensi produk bank syariah.

b. Variabel sikap karyawan tentang perbankan syariah diperoleh nilai t hitung 5,568 dengan nilai sig 0,000. Secara statistik menunjukkan bahwa hasil nilai t hitung lebih besar dari t tabel yakni sebesar 1,671 dan nilai sig lebih kecil dari 0,05. maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga disimpulkan bahwa variabel sikap karyawan tentang perbankan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi produk bank syariah.

## 2. Uji f (simultan)

Pengujian dalam uji f yaitu dengan tabel yang disebut tabel ANOVA (*analysis of variance*). Berikut ini adalah hasil dari uji f.

Tabel 22

Hasil uji f

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	588,035	2	294,018	39,431	,000 <sup>b</sup>
	Residual	447,393	60	7,457		
	Total	1035,429	62			
a. Dependent Variable: PREFERENSI						
b. Predictors: (Constant), SIKAP, PENGETAHUAN						

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Berdasarkan tabel 22 nilai f hitung sebesar 39,431 dengan nilai tingkat signifikan 0,000. Karena nilai signifikan  $<0.05$ . Maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima dan disimpulkan bahwa variabel pengetahuan dan sikap karyawan berpengaruh secara simultan terhadap variabel preferensi produk-produk perbankan syariah.

### 3. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

Nilai  $R^2$  digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan pengaruh variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Semakin besar nilai  $R^2$ , maka semakin baik kemampuan variance dan

# IAIN PURWOKERTO

Tabel 23

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,754 <sup>a</sup>	0,568	0,554	2,73067
a. Predictors: (Constant), SIKAP, PENGETAHUAN				
b. Dependent Variable: PREFERENSI				

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer

Bedasarkan tabel diperoleh bahwa nilai *adjusted R square* ( $R^2$ ) koefisien determinasi sebesar 0,554 atau sama dengan 55,4%. Ini menunjukkan bahwa variabel preferensi produk bank syariah dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan dan sikap adalah 55,4%. Sedangkan sisanya sebesar 0,446 atau sebesar 44,6% variabel yang lain atau variabel yang tidak diteliti oleh penulis.

## G. Pembahasan

### 1. Pengaruh Pengetahuan (X1) Karyawan IAIN Purwokerto Terhadap Preferensi Produk-Produk Perbankan Syariah

Menurut Blackwell dan Miniard menggambarkan sebuah pengetahuan sebagai informasi yang disimpan oleh seseorang di dalam memori otaknya, sebagian informasi tersebut berfungsi bagi konsumen untuk mengenali pasar, hal ini disebut sebagai pengetahuan konsumen.

Pengetahuan mengenai perbankan syariah dapat di dapatkan dengan berbagai jalur untuk saat ini seperti jalur formal ataupun non formal, ketika masyarakat mendapatkan pengetahuan tentang perbankan syariah lebih banyak, maka hal ini dapat mempengaruhi dalam mengambil sebuah keputusan. Sebagai tenaga kependidikan

Berdasarkan analisis data diatas, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan memiliki nilai t hitung sebesar 0,933 lebih kecil dari t tabel 1,671 dan hasil nilai signifikan (Sig) sebesar 0,355. Karena nilai Sig.  $0,355 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Pengetahuan (X1) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap preferensi produk bank syariah (Y). Dari beberapa indikator yang terdapat pada variabel Pengetahuan yang paling berpengaruh yaitu indikator sistem bagi hasil dimana karyawan sudah

mengetahui retribusi yang diperoleh dari sistem bagi hasil pada bank syariah.

Dalam islam riba dengan bentuk apa pun atau alasan apa pun adalah dilarang oleh Allah SWT dan haram hukumnya. Sebagaimana dalil tentang riba surat Ali Imron ayat 130.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yudhistira Adi Seputra yang berjudul Pengaruh Pengetahuan dan Komitmen Ke Islaman Nasabah Bank Konvensional Terhadap Preferensi Bank Syariah di Kota Blora. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap preferensi masyarakat.

## 2. Pengaruh Sikap (X2) Karyawan IAIN Purwokerto Terhadap Preferensi Produk-Produk Perbankan Syariah.

Menurut Gordon Allport sikap adalah mempelajari kecenderungan memberikan tanggapan pada suatu objek baik disenangi maupun tidak disenangi secara konsisten.

Sikap konsumen terhadap produk Islam dan jasa keuangan perusahaan bisnis sangat beragam, sebagian masyarakat masih menerima sistem bunga, sebagian menerima sistem bagi hasil dan tetap menerima sistem bunga, dan sebagian lagi menolak sistem bunga sehingga dari berbagai sikap ini cukup menarik mengenai gambaran tentang pengetahuan, dan sikap terhadap preferensi masyarakat mengenai perbankan syariah.

Berdasarkan analisis data diatas, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sikap memiliki nilai t hitung sebesar 5,568 lebih besar dari t tabel 1,671 dan hasil nilai signifikan (Sig) sebesar 0,000. Karena nilai Sig.  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial Sikap (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi produk bank syariah (Y). Dari beberapa indikator yang terdapat pada variabel sikap indikator yang paling berpengaruh yaitu indikator

**IAIN PURWOKERTO**

percaya dimana nasabah percaya pada bank syariah untuk mengelola atau menyimpan dana mereka.

Dalam islam seseorang yang diberi kepercayaan harus amanah yang terdapat pada Q.S Al-Mu'minun ayat 8, orang-orang yang memelihara amanah Allah dan hamba-Nya, mereka juga memelihara janji, tidak mengkhianati dan memenuhi secara sempurna.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agus Arwani (jurnal, 2015) yang berjudul Pengaruh Sikap Mahasiswa Muslim Terhadap Minat Pada Bank Syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat.

### 3. Pengaruh Pengetahuan (X1) Dan Sikap (X2) Karyawan IAIN Purwokerto Terhadap Preferensi Produk-Produk Perbankan Syariah

Preferensi dan selera (*taste*) terkait dengan psikologi manusia, maka beberapa ahli mengembangkan teori perilaku konsumen dengan memasukan elemen-elemen psikologi dalam pengambilan keputusan konsumen.

Preferensi pada bank syariah muncul ketika adanya pengetahuan terhadap bank syariah, adanya fasilitas yang mendukung sehingga para konsumen menjadi lebih tertarik terhadap bank syariah, sehingga disitulah adanya sikap terhadap preferensi bank syariah khususnya produk-produk bank syariah yang ada pada setiap bank.

## IAIN PURWOKERTO

Berdasarkan analisis data diatas, penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan dan sikap dari nilai *adjusted R square* ( $R^2$ ) koefisien determinasi sebesar 0,554 atau sama dengan 55,4%. Ini menunjukkan bahwa variabel preferensi produk bank syariah dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan dan sikap adalah 55,4%. Sedangkan sisanya sebesar 0,446 atau sebesar 44,6% variabel yang lain atau variabel yang tidak diteliti oleh penulis.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Andriani Dan Azuar Juliandi (jurnal, 2008) yang berjudul

Preferensi Masyarakat Kota Medan Terhadap Bank Syariah (Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dalam jurnal tersebut menyimpulkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara pengetahuan dan sikap dengan keputusan penerimaan terhadap perbankan syariah.



## 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 uji secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel pengetahuan karyawan berpengaruh terhadap preferensi produk bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 0,933 dengan nilai sig 0,355. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel yakni sebesar 1,671 dengan tingkat sig lebih besar dari 0,05, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan karyawan tentang perbankan syariah secara parsial berpengaruh dan tidak signifikan terhadap preferensi produk bank syariah.
2. Berdasarkan hasil uji secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel sikap karyawan berpengaruh terhadap preferensi produk bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 5,568 dengan nilai sig 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel sebesar 1,671 dengan tingkat sig lebih kecil dari pada 0,05, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel sikap karyawan tentang perbankan syariah secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap preferensi produk bank syariah.
3. Berdasarkan uji simultan (uji f) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel pengetahuan dan sikap karyawan secara bersama-sama terhadap preferensi produk bank syariah. Dalam penelitian ini diperoleh nilai f hitung sebesar 39,431 dengan nilai tingkat sig 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai f hitung lebih besar dari f tabel dan nilai sig lebih kecil dari 0,05.

**IAIN PURWOKERTO**

Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini diartikan bahwa pengetahuan dan sikap preferensi karyawan secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap preferensi produk bank syariah.

4. Dari hasil penelitian yang diperoleh variabel yang paling berpengaruh terhadap preferensi produk bank syariah adalah variabel sikap dengan nilai  $t$  hitung sebesar 5,568.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa pengetahuan dan sikap karyawan berpengaruh terhadap preferensi produk bank syariah. Namun peneliti menyadari masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti memberikan saran agar mendapatkan gambaran sebagai bahan pertimbangan untuk 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 sikap karyawan tentang perbankan syariah berpengaruh terhadap preferensi produk bank syariah. Oleh karena itu kepada semua bank syariah untuk terus meningkatkan sosialisasi terkait perbankan syariah dengan cara penyuluhan tentang produk-produk bank syariah. Dengan lengkapnya informasi yang didapatkan maka para masyarakat khususnya para karyawan tingkat kepercayaan akan lebih meningkat tentang produk bank tersebut.

2. Bagi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi mengenai preferensi produk bank syariah dan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti topik yang sama diharapkan dapat menembangkan penelitian ini dengan

cara menambahkan variabel lain yang belum diteliti oleh penulis atau menambahkan teori dan metode yang baru, sehingga informasi akan lebih lengkap tentang faktor preferensi terhadap produk bank syariah.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, W. R. (2010). Pertimbangan, Pengetahuan, dan Sikap Konsumen Individu terhadap Bank Syariah. *Ekonomi Pembangunan, Vol. 11, No. 2*, 193.
- Amri, Khairul dkk.” Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh” ,Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis. 2018, Vol. 9, No. 01.
- Adhim, F. (2018). *Filsafat Islam Sebuah Wacana Kefilsafatan Klasik Hingga Kontemporer*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Adhim, F. (2018). *Filsafat Islam Sebuah Wacana Kefilsafatan Klasik Hingga Kontemporer*. Malang: Cv. Literasi Nusantara Abadi.
- Ana Widyastuti, d. (2020). *Manajemen Berbasis Sekolah : konsep, strategi dan perencanaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Anshori, A. G. (2018). *Perbankan Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: Ugm Press.
- Andriani, Dewi dan Juliandi, Azuar. “Preferensi Masyarakat Kota Medan Terhadap Bank Syariah”, Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis. 2008, Vol. 08, No. 02.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT RINEKA CIPTA, 2013.
- Arwani, A. (2015). Pengaruh sikap mahasiswa muslim terhadap minat pada bank syariah. *Jurnal penelitian*, 11-12.
- Ayantika, I. P. (2018). *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Barus, D. A. (2019). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan pada Pemerintah Kota Tanjung Balai dengan*

*Komitmen Organisasi sebagai Variabel Moderating* . Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.

Bagus, A. (2020). *Hubungan Antara Lingkungan Kerja Non Fisik Dengan Kinerja Pada Karyawan Bagian Umum PT Perkebunan Nusantara III (Persero) Medan*. Medan: EbookbaEgdev.

Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* . Jakarta: Kencana .

Bustamam, V. d. (2017). Analisis Preferensi Masyarakat Terhadap Prinsip Bagi Hasil pada Bank Syariah di Wilayah Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 98.

Fauzi, A. (2017). Variabel yang mempengaruhi minat masyarakat pesantren menggunakan produk perbankan syariah di daerah istimewa Yogyakarta. *Journal of Economics and Business Aseanomics (JEBA)*.

Firmansyah, A. D. (2019). *Manajemen Bank Syariah*. Qiara Media.

Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Cv Budi Utama.

Hafasnuddin, Y. Z. (2016). Pengaruh Religiusitas terhadap minat beli produk/jasa bank syariah dengan sikap konsumen sebagai variabel mediasi (studi pada nasabah bank konvensional di kota banda aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*.

Hasan, A. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Halmawati, G. F. (2019). Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syari'ah. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1324.

Harahap, I. (2015). *Hadis-Hadis Ekonomi*. Jakarta: Kencana.

Hartono, R. A. (2019). *Hukum Perbankan Dan Surat Berharga*. Yogyakarta: Cv Budi Utama.

J.Setiadi, N. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Kasmir. (2014). *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.

Kasmir. (2016). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers.

Kiptiyah, I. S. (2011). *Mikroekonomi*. Malang: UB press.

Khairul Amri, I. Q. (2018). Preferens Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah Kota Banda Aceh. *Samudra Ekonom dan Bisnis*, 33.

Larasati, febby, "Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan dan Pelayanan terhadap Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi STIE Perbankan Syariah)", 2017 diakses 20 April 2020, pukul 10:30

Martono, Nanang, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011.

Muhammad. (2011). *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Ykpn .

Niken Nastini, A. H. (Manajemen dan Bisnis Vol. 1, No. 1). Pengaruh religiusitas, pengetahuan perbankan, pengetahuan produk perbankan, pengetahuan pelayanan dan pengetahuan bagi hasil terhadap preferensi menggunakan jasa perbankan syariah. *Jurnal Ilmiah Bidang Ma*, 2018.

Nurngaeni, Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Purwokerto:IAIN Purwokerto, 2018)

Payadnya, I Putu Ade Andre dan I Gusti Agung Ngurah Trisna Jayantika. *Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik Dengan SPSS*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.

Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

- Santoso, S. (2005). *Seri Solusi Bisnis Berbasis Ti Menggunakan Spss Dan Excel Untuk Mengukur Sikap Dan Kepuasan Konsumen*. Jakarta: Pt Elex Media Komputtindo.
- Setyabudi, D. d. (2014). *Konsumen dan Layanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Semiawan, Conny R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*, Jakarta: Grasindo.
- Simamora, B. (2002). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategi Bank di Era Global*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Sosrodihardjo, B. A. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Bina Media Perintis Medan.
- Sodik, S. S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Syekh Dr. Usman Thaha Hafizhahullah, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Forum Pelayanan Al-Qur'an Mulia. 2017
- Syafril. (2019). *Mengapa Memilih Pembiayaan Bank Syariah*. Qiara Media.
- Umar, Husein. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Wahyuni, S. (2017). Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syari'ah. *Jurnal At-Tawassuth*, 438.
- Wardana, M. A. (2016). Pengaruh Pertimbangan, Pengetahuan, Sikap nasabah terhadap keputusan nasabah memilih produk bank syariah di kota denpasar. *Forum Manajemen*, 81.

<http://iainpurwokerto.ac.id>, diakses 02 juli 2020)

Erni Susiyawati, Manajemen Mutu Pendidikan,

<http://ernisusiyawati.wordpress.com/tag/tenaga-kependidikan/>, diakses 14 september 2020)

