

## **Analisis Persepsi Dan Sikap Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pemilihan Tabungan Berbasis Syariah Di Iaida Blokagung Tegalsari Banyuwangi**

**M. Rizqon Al Musafiri**

*Institut Agama Islam (IAI) Darussalam Banyuwangi*

[m.rizqon.almusafiri@gmail.com](mailto:m.rizqon.almusafiri@gmail.com)

### **INTISARI**

*Perbankan syariah berdampak pada sebuah perguruan tinggi islam yaitu IAIDA Blokagung Banyuwangi, dengan demikian terjadi pemahaman yang berbeda masing-masing dosen. Para dosen sudah banyak mengetahui tentang adanya Bank Syariah maka sudah selayaknya jika para dosen cenderung menggunakan jasa perbankan syariah yang sering mengkaji tentang produk-produk perbankan syariah, jadi dengan adanya pengetahuan tentang perbankan syariah tersebut sangat mempengaruhi sikap dosen terhadap produk-produk perbankan syariah sehingga akan menjadi sangat wajar apabila sebagian dosen mampu mensikapi produk-produk perbankan syariah. 1. Apakah variabel Persepsi X1, Sikap X2, berpengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumen dalam pemilihan tabungan berbasis syariah di IAIDA Blokagung Tegalsari Banyuwangi. 2. Apakah variabel Persepsi X1, Sikap X2, berpengaruh signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumen dalam pemilihan tabungan berbasis syariah di IAIDA Blokagung Tegalsari Banyuwangi. 3. Dari variabel Persepsi X1, Sikap X2, manakah yang paling dominan terhadap perilaku konsumen dalam pemilihan tabungan berbasis syariah di IAIDA Blokagung Tegalsari Banyuwangi. Untuk menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir, dengan rumus Pearson Product Moment. 1. Berdasarkan pengujian secara parsial yang di dapatkan pengaruh persepsi X1 dan sikap X2 sebesar 50,98% maka dapat dikatakan bahwa persepsi dan sikap secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen dalam pemilihan tabungan berbasis syariah di IAIDA Blokagung Tegalsari Banyuwangi. 2. Berdasarkan pengujian secara parsial yang di dapatkan pengaruh persepsi X1 terhadap perilaku konsumen Y sebesar 78,32 % maka dapat dikatakan bahwa persepsi terhadap perilaku konsumen berpengaruh secara signifikan dalam pemilihan tabungan berbasis syariah di IAIDA Blokagung Tegalsari Banyuwangi. 3. Variabel yang lebih dominan dalam mempengaruhi pemilihan tabungan berbasis syariah adalah variabel persepsi, hal ini dapat dilihat dari nilai variabel persepsi 78,32% lebih besar dari variabel sikap yang hasilnya 49,00%*

**KATA KUNCI : Persepsi, Sikap, dan Perilaku Konsumen**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Perbankan Bank Syariah akan sangat pesat apabila mengacu pada *demand* masyarakat akan produk dan perbankan syariah, sejak tahun 1992 mulai beroperasi yang dikenal dengan *duel banking system* di Indonesia. Perbankan Konvensional yang menerapkan bunga berjalan berdampingan dengan perbankan syariah yang menerapkan bagi hasil. Tetapi dalam hal ini masih banyak tantangan dan permasalahan yang dihadapi dalam perkembangan Bank Syariah. Permasalahan yang muncul antara lain rendahnya pengetahuan tentang perbankan syariah terutama yang disebabkan dominasi perbankan konvensional sehingga perbankan

syariah masih dianggap sebelah mata. Karena dalam pelaksanaannya sistem perbankan syariah sering mengalami beberapa kendala diantaranya belum optimalnya SDM yang dimiliki oleh perbankan syariah tersebut, kesalahan-kesalahan persepsi tentang perbankan syariah dan masih ditemukannya praktik-praktik perbankan syariah yang menyimpang dari prinsip-prinsip syariah.

Perbankan syariah berdampak pada sebuah perguruan tinggi islam yaitu IAIDA Blokagung Banyuwangi, dengan demikian terjadi pemahaman yang berbeda masing-masing dosen. Para dosen sudah banyak mengetahui tentang adanya Bank Syariah maka sudah selayaknya jika para dosen cenderung menggunakan jasa perbankan syariah yang sering mengkaji tentang produk-produk perbankan syariah, jadi dengan adanya pengetahuan tentang perbankan syariah tersebut sangat mempengaruhi sikap dosen terhadap produk-produk perbankan syariah sehingga akan menjadi sangat wajar apabila sebagian dosen mampu mensikapi produk-produk perbankan syariah.

Dosen IAIDA (Institut Agama Islam Darussalam) adalah tenaga pengajar yang mempunyai peranan sangat penting dalam sebuah perguruan tinggi islam yaitu IAIDA Blokagung Banyuwangi. IAIDA Blokagung Banyuwangi terdiri dari 4 Fakultas yaitu Fakultas Pendidikan, Syariah, Tarbiyah, dan Dakwah. Fakultas Syariah dan Tarbiyah membuka sebuah program study baru di dunia perguruan islam saat ini yaitu prodi Perbankan Syariah dan Bahasa Arab. Sebagai penyedia sumber daya manusia pelaku perbankan dengan alasan kebaruannya tersebut perbankan syariah mulai di kembangkan oleh perguruan tinggi yang membutuhkan pembelajaran ekonomi tersebut.

Dosen IAIDA (Institut Agama Islam Darussalam) terdiri dari 63 dosen semester genap tahun akademik 2015-2016 dengan latar belakang pendidikan yang berbeda, baik pendidikan umum maupun pendidikan islam, masing-masing dosen mempunyai persepsi yang berbeda dalam memandang perbankan. Dari keseluruhan jumlah Dosen IAIDA yang kurang lebih berjumlah 63 dosen semester genap tahun akademik 2015-2016 yang mempunyai kecenderungan yang berbeda pula dalam memilih dan menggunakan jasa perbankan syariah, dengan berbagai alasan masing-masing.

Perilaku dosen terhadap perbankan syariah ini dapat dilihat dari dua aspek yaitu aspek tabungan dan aspek pembiayaan, apakah bersedia untuk menabung di Bank Syariah tanpa ragu sedikitpun atau tidak berhubungan dengan perbankan syariah sama sekali. Pada sisi tabungan dan pembiayaan nantinya akan terlihat pemahaman tentang sistem perbankan syariah yang mempunyai sifat komprehensif. Dalam kehidupan sehari-hari perilaku konsumen berbeda-beda dalam islam, perilaku konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Islam telah mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yaitu tidak menyimpang dari ajaran agama islam.

Reaksi yang berbeda akan menggambarkan perilaku yang berbeda yaitu konsumen yang berbeda akan memberikan reaksi yang berbeda pula dalam hal perasaan dalam informasi yang sama, sikap biasanya memainkan peranan utama dalam membentuk perilaku dalam memutuskan merek apa yang akan dibeli dan toko mana yang akan dijadikan langganan, konsumen yang secara khas memilih merek atau toko yang dievaluasi secara paling menguntungkan.

Sikap responden terhadap bunga dan bagi hasil sangat beragam, sebagian masyarakat tetap menerima bunga, sebagian menerima sistem bagi hasil dengan tetap menerima bunga, dan sebagian lagi menolak bunga sehingga dari berbagai sikap ini memberikan nuansa yang cukup menarik sebagai gambaran tentang pengetahuan, persepsi, sikap, serta perilaku masyarakat dalam menyikapi perbankan syariah. Di IAIDA Blokagung Banyuwangi ini, bagaimana para dosen melihat fenomena ini terjadi apakah sudah sesuai dengan prinsip syariah atau sebatas argumen saja karena tentunya para dosen sudah tidak asing lagi dengan keberadaan bank syariah tetapi melalui observasi yang peneliti lakukan secara tidak langsung

dengan salah satu dosen, dosen tersebut kebetulan sama sekali tidak menggunakan produk perbankan syariah dengan beranggapan sama saja antara perbankan syariah dan konvensional.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas dapat disimpulkan bahwa perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Apakah variabel Persepsi X1, Sikap X2, berpengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumen dalam pemilihan tabungan berbasis syariah di IAIDA Blokagung Tegalsari Banyuwangi.
2. Apakah variabel Persepsi X1, Sikap X2, berpengaruh signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumen dalam pemilihan tabungan berbasis syariah di IAIDA Blokagung Tegalsari Banyuwangi.
3. Dari variabel Persepsi X1, Sikap X2, manakah yang paling dominan terhadap perilaku konsumen dalam pemilihan tabungan berbasis syariah di IAIDA Blokagung Tegalsari Banyuwangi.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **A. Pengertian Perbankan Syari'ah**

Kata *شريعة* (syariah) berasal dari kata *شرع* (syara'ah) yang harfiahnya berarti jalan yang ditempuh atau garis yang dilalui. Secara Terminologi, definisi syariah adalah peraturan dan hukum yang telah digariskan oleh Allah SWT atau telah digariskan pokok-pokoknya dan dibebankan kepada kaum Muslimin supaya mematuhi, agar syariah ini diambil oleh umat Muslim sebagai penghubung dengan Allah SWT dan manusia. Maka secara singkat, syariah itu berisi peraturan dan hukum-hukum, yang menentukan garis hidup yang harus dilalui oleh seorang Muslim.

Istilah Bank Islam atau Bank Syari'ah merupakan fenomena baru dalam dunia ekonomi modern, kemunculannya seiring dengan upaya yang dilakukan oleh para pakar Islam dalam mendukung ekonomi Islam yang diyakini akan mampu mengganti dan memperbaiki sistem ekonomi konvensional yang berbasis bunga. Karena itulah sistem Bank Islam menerapkan sistem bebas bunga (*interest free*) dalam operasionalnya (Gaspersz Vincent, 2003:130), dan karena hal itu rumusan yang paling lazim untuk mendefinisikan Bank Islam atau Bank Syariah adalah Bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Syariat Islam, dengan mengacu kepada Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai landasan dasar hukum dan operasional (M. Syafii Antonio, 2008:1-2).

Selanjutnya definisi Bank Syariah Menurut Ensiklopedi Islam, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip Syariat Islam (Rachmad Agung Sulisty, 2009:30).

Di mana dalam sistem ekonomi Islam, penumpukan kekayaan sangat dihindarkan dan langkah-langkah dilakukan secara otomatis untuk memindahkan aliran kekayaan kepada anggota masyarakat yang membutuhkan, maka dalam hal ini Bank Syariah menjadi fasilitas bagi pihak yang memiliki kelebihan dana (surplus unit) untuk dapat disalurkan kepada pihak yang kekurangan dana (*deficit unit*) melalui produk-produk yang ada dalam Bank Syariah, sistem ekonomi Islam merupakan sistem yang adil dan seimbang serta berupaya menjamin kekayaan agar tidak terkumpul hanya kepada satu kelompok saja, akan tetapi tersebar ke seluruh masyarakat. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al Hasyr ayat 7:

عَلَىٰ لَا يَكُونُ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ، وَمَا تَكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَمَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya:“Supayaharta itu janganberedar di antara orang-orang Kaya saja diantara kamu, apa yang diberikan Rasul kepadamu, Maka terimalah. dan apa yang dilarangnya bagimu, Maka tinggalkanlah. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah amat keras hukumannya.”(Al-Hasyr: 7).

Berdasarkan rumusan tersebut, Bank Syariah berarti Bank yang tatacara beroperasinya berdasarkan pada tata cara bermuamalat secara Islam, yang mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadist. Dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang kemudian diperbaharui dengan UU No.10 tahun 1998 yang berlaku saat ini, Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana darimasyarakat dalam bentuk Simpanan dan Menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara Bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain, pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musyarakah), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (murabahah), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (ijarah), atau denganadanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak Bank oleh pihak lain (ijarah wa istiqna).

Maka dari beberapa pengertian dan penjelasan Bank Syariah di atas, dapat disimpulkan bahwa Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah menghimpun dana dari masyarakat yang kemudian disalurkan kembalipadamasyarakat yang beroperasisesuaidenganprinsip-prinsipislam. Dengan mengacu kepada Al-Qur'an dan As-Sunnah sebagai landasan hukum dan operasionalnya.

Menurut ajaran Islam, syariat itu berasal dari AllahSWT. Yang di dalamnya terdapat sumber hukum dan sumber undang-undang, serta perintah dan larangan yang disampaikan kepada manusia dengan perantaraan Rasulullah SAW dan termaktub di dalam kitab Suci Al-Qur'an. Hasil dari usaha sistematis untuk memahami dan menafsirkan perintah dan larangan Allah SWT ini dinamakan fiqih. Maka fiqih adalah tafsiran dari ulama atas syariah. Selanjutnya syariah itu terbagi menjadi dua, yakni ibadah dan muamalah, maka sebagai konsekuensi logis dari halini adalah bahwa fiqih pun terbagi menjadi dua, yakni fiqih ibadah dan fiqih muamalah.

Antonio danPurwaatmaja (2009:13) membedakan menjadi Dua pengertian yaitu Bank Islam dan Bank yang beroperasi dengan prinsip syariah Islam. Bank Syariah adalah Bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Syariat Islam, yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan hadist, sementara Bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip Syariat Islam adalah Bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan. Syariat Islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam.

Untuk menghindari pengoperasian Bank dengan sistem bunga, Islam memperkenalkan prinsip-prinsip muamalah Islam. Dengan kata lain, Bank Syariah lahir sebagai salah satu solusi alternatif terhadap persoalan pertentangan antara bunga Bank dengan riba. Denganlahirnya Bank Islam di Indonesia, yang gencarnya, pada sekitar tahun 90an atau tepatnya setelah ada Undang-Undang No. 7 Tahun 1992, yang direvisi dengan Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998, dalam bentuk sebuah Bank yang beroperasinya dengan sistem bagi hasil atau Bank Syariah.

Kaitan Bank dengan uang dalam satu unit bisnis adalah penting, namun didalam pelaksanaannya harus menghilangkan adanya ketidakadilan, ketidakjujuran dan “penghisapan” (pada umumnya Bank Konvensional melakukan transaksi yang bersifat tidak boleh tidak, pasti, selalu untung dan tidak pernah rugi) dari satu pihak ke pihak lain (Bank dengan nasabahnya). Kedudukan Bank Islam dalam hubungan dengan para kliennya adalah

sebagai mitra investor dan pedagang, sedangkan dalam hal Bank pada umumnya, hubungannya adalah sebagai kreditur dan debitur.

Aktivitas Perbankan yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat luas yang dikenal dengan istilah di dunia Perbankan adalah kegiatan *funding*, maksudnya adalah mengumpulkan atau mencari dana dengan cara membeli dari masyarakat luas. Pembelian dana dari masyarakat ini dilakukan oleh Bank dengan cara memasang berbagai strategi agar masyarakat mau menanamkan dananya dalam bentuk simpanan. Jenis simpanan yang dapat dipilih oleh masyarakat adalah giro, tabungan, sertifikat deposito dan deposito berjangka. Agar masyarakat mau menyimpan uangnya di Bank, maka pihak Perbankan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada si penyimpan. Balas jasa tersebut dapat berupa bunga, bagi hasil, hadiah, pelayanan atau balas jasa lainnya. Semakin tinggi balas jasa yang diberikan, akan menambah minat masyarakat untuk menyimpan uangnya. Oleh karena itu pihak Perbankan harus memberikan berbagai rangsangan dan kepercayaan sehingga masyarakat berminat untuk menanamkan dananya. Setelah memperoleh dana dalam bentuk simpanan dari masyarakat, maka oleh Perbankan dana tersebut diputar kembali atau dijual kembali ke masyarakat dalam bentuk pinjaman atau lebih dikenal dengan istilah kredit *lending*. Dalam pemberian kredit juga dikenakan jasa pinjaman kepada penerima (kreditur) dalam bentuk bunga dan biaya administrasi. Sedangkan bagi Bank yang berdasarkan prinsip syariah dapat berdasarkan bagi hasil atau penyertaan modal. Besarnya bunga kredit sangat dipengaruhi oleh besarnya bunga simpanan. Semakin besar atau semakin mahal bunga simpanan, maka semakin besar pula bunga pinjaman dan demikian pula sebaliknya. Jadi dapat disimpulkan bahwa kegiatan menghimpun dana *funding* dan menyalurkan dana *lending* ini merupakan kegiatan utama Perbankan.

Perkembangan Bank Syariah masih mempunyai banyak problem, problem hukum merupakan salah satu dari beberapa problem yang dihadapi oleh bank syariah, disamping problem-problem yang lain seperti persepsi dan perilaku masyarakat yang masih cenderung menyamakan Bank Syariah dengan Bank Konvensional. Pengetahuan syariah masyarakat yang masih terbatas baik sumber daya manusia dan teknologi yang masih mengacu dalam sistem konvensional dan sebagainya. Berdasarkan UU No. 21 tahun 2008 yang mendukung operasional bank syariah, bank syariah dipahami sebagai bank bagi hasil namun dengan berjalannya perkembangan jaman, sebagian problem hukum bank syariah dapat diatasi. Namun, dalam pelaksanaannya nanti masih perlu menelaah beberapa hal yang mengandung potensi adanya problem hukum lain yang perlu mendapat pemecahan.

Terdapat pro dan kontra penerapan metode bunga. Terdapat alasan yang menjadi pendukung maupun penolak penerapan metode bunga. Adapun alasan yang menjadi pendukung maupun menolak metode bunga yaitu sebagai berikut.

a. Alasan mendukung metode bunga

Masyarakat yang mendukung penerapan metode bunga umumnya berpendapat bahwa bunga atas pinjaman adalah hal yang wajar, bahkan sudah seharusnya ada. Pendukung bunga lainnya berargumentasi bahwa metode bunga dapat dibenarkan karena dalam perekonomian sering terjadi inflasi yang menyebabkan penurunan nilai uang. Argumen lainnya adalah *time preference of money theory*, bahwa jumlah uang pada masa kini mempunyai nilai yang lebih tinggi dari jumlah yang sama pada suatu masa nanti, karena itu bunga diperlukan untuk mengimbangi penurunan nilai uang.

b. Alasan yang menolak penerapan metode bunga

Selain para pendukung metode bunga, sikap kontra terhadap bunga karena berbagai alasan yaitu :

1. Menolak pinjam-meminjam uang dengan bunga karena membuat orang tergoda untuk mengejar keuntungan dan menumpuk kekayaan sehingga uang menjadi tidak produktif

dan hanya menimbulkan kesenjangan antara yang kaya dan yang miskin juga fungsi uang adalah sebagai alat tukar, bukan untuk menghasilkan tambahan melalui bunga.

2. Karena bunga menyebabkan perpecahan dan perasaan tidak puas dalam masyarakat.
3. Dilihat dari aspek sosialnya, penerapan metode bunga terbukti menimbulkan akibat yang kurang baik, karena bunga meningkatkan kecenderungan dikuasainya kekayaan segolong orang kecil saja.

Pendapat ulama' yang dominan di Indonesia memutuskan riba hukumnya haram karena telah ditetapkan dalam Al-qur'an surat Al Baqarah ayat 275:

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

Untuk penerapan bunga tersebut dengan tetap membolehkannya sepanjang untuk kebutuhan umum dan kepentingan pribadi. Dan adanya kesukarelaan antara kedua belah pihak dalam akad. Dengan demikian bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai prinsip-prinsip Islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam dalam tata cara bermuamalah itu di jauhi praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan.

Menurut UU RI No.21 tahun 2008 tentang perbankan, perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Bank maupun perbankan ada yang berbasis syariah ataupun konvensional.

Menurut UUD RI No.21 tahun 2008 tentang perbankan, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Menurut jenisnya bank terdiri dari bank umum dan bank perkredit rakyat. Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Bank perkredit rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa lalu lintas pembayaran.

Begitu juga dengan Malayu Hasibuan dalam dasar-dasar perbankan juga menyatakan, Bank adalah usaha yang memberikan kredit tetapi tidak menerima kredit, ini menyatakan bahwa bank dalam operasinya hanya bersifat pasif saja yaitu hanya menerima titipan uang saja. Menurut Prof GM Verryan Stuart juga sebagaimana di kutip Malayu S.P Hasibuan, (2006:2) Bank adalah badan usaha yang wujudnya memuaskan keperluan orang lain, dengan memberikan kredit berupa uang yang diterimanya dari orang lain yaitu mengumpulkan dana dari masyarakat yang kelebihan dana dan menyalurkan kredit kepada masyarakat yang kelebihan dana. Baik Bank Umum maupun Bank Perkredit Rakyat dapat melakukan kegiatan usaha secara konvensional dan melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.

## **B. Persepsi**

Menurut Webster (2001:63) sebagaimana dikutip oleh Sutisna yang mengatakan persepsi adalah proses bagaimana stimulus-stimulus yang mempengaruhi tanggapan-tanggapan itu diseleksi, dan diinterpretasikan, persepsi setiap orang terhadap suatu objek itu berbeda-beda oleh karena itu persepsi mempunyai sifat subyektif. Stimulus adalah setiap bentuk fisik atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu. Salah

satu stimulus yang penting yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah lingkungan (sosial dan budaya) karena persepsi setiap orang terhadap suatu objek akan berbeda-beda oleh karena itu persepsi mempunyai sifat subjektif. Persepsi seorang konsumen akan berbagai stimulus yang diterimanyadipengaruhi oleh karakteristik yang dimilikinya.

Persepsi menurut Robert Kreitner (2005:208) adalah proses interpretasi seseorang atas lingkungannya. Seseorang mengelompokkan informasi dari berbagai sumber kedalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu. Prinsip dasar dari organisasi persepsi adalah penyatuan (*integration*) yang berarti bahwa berbagai stimulus akan dirasakan sebagai suatu yang dikelompokkan secara menyeluruh. Informasi pengorganisasian seperti itu memudahkan untuk memproses dan memberikan pengertian yang terintegrasi terhadap stimulus. Persepsi dapat juga dikatakan sebagai pengalaman tentang objek, peristiwa, atau huungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.

Dalam kamus lengkap psikologi, memaparkan bahwa persepsi adalah proses mengetahui atau mengenali objek dan kejadian objektif dengan bantuan indera, kesadaran dari proses-proses organis, satu kelompok penginderaan dengan menambahkan arti-arti berasal dari pengalaman dimasa lalu, variabel yang menghalangi atau ikut campur tangan, berasal dari kemampuan organisasi untuk melakukan pembedaan diantara perangsang-perangsang, kesadaran intuitif mengenai kebenaran langsung atau keyakinan yang serta merta mengenai sesuatu (Capun, 2006). Persepsi menurut (Saleh, 2009) adalah persepsi yang sejatinya cenderung lebih bersifat psikologis dari pada hanya merupakan proses penginderaan saja, ciri-ciri merangsang, rangsang yang bergerak diantara rangsang yang diam akan lebih menarik perhatian, nilai dan kebutuhan individu, pengalaman dahulu, pengalaman terdahulu sangat mempengaruhi bagaimana seseorang mempersepsi dunianya.

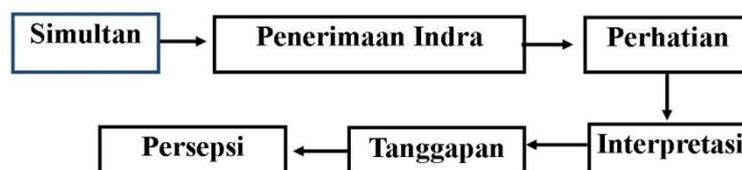
Sebagai tambahan (Margon, 1987) menjelaskan bahwa persepsi sejatinya mengacu pada cara kerja, suara, rasa, selera atau bau. Dengan kata lain, persepsi dapat didefinisikan apapun yang dialami oleh seseorang. Menurut (Feldman, 1999) mengartikan persepsi adalah proses konstruktif dimana kita menerima stimulus yang ada dan berusaha memahami situasi.

a. Faktor-faktor fungsional yang menentukan persepsi

Faktor fungsional erasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk dalam faktor personal yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimuli, tetapi karakteristik seseorang yang memberikan respon pasa stimuli itu Jalaludin Rahmad (1996:58).

b. Faktor struktural yang menentukan persepsi

Faktor-faktor struktural berasal semata-mata dari sifat stimuli fisik dan efek-efek syaraf yang ditimbulkannya pada sistem syaraf individu. Maksudnya disini yaitu dalam memahami suatu peristiwa seseorang tidak dapat meneliti fakta-fakta yang terpisah tetapi harus memandangnya dalam hubungan keseluruhan, melihatnya dalam konteksnya, dalam lingkungannya dan masalah yang dihadapinya Jalaludin Rahmad (1996:58).



Gambar 1. Proses Persepsi

### C. Sikap

Menurut Eagle dan Chaiken 1993 dalam buku A. Wawan dan Dewi M (2010:20) mengemukakan bahwa sikap dapat di posisikan sebagai hasil evaluasi terhadap obyek sikap yang di ekspresikan ke dalam proses-proses kognitif, efektif (emosi) dan perilaku, dari definisi diatas menunjukkan bahwa secara garis besar sikap terdiri dari komponen kognitif (ide yang umumnya berkaitan dengan pembicaraan dan dipelajari), perilaku (cenderung mempengaruhi respon sesuai dan tidak sesuai) dan emosi (menyebabkan respon-respon yang konsisten).

#### 1. Ciri-ciri Sikap

Ciri-ciri sikap menurut Heri Purwanto 1998 dalam buku Notoadmodjo (2003:34) yaitu:

- a. Sikap bukan dibawa sejak lahir melainkan dibentuk atau dipelajari sepanjang perkembangan itu dalam hubungannya dengan obyeknya.
- b. Sikap dapat berubah-ubah karena itu sikap dapat dipelajari dan sikap dapat berubah pada orang-orang bila terdapat keadaan-keadaan dan syarat-syarat tertentu yang mempermudah sikap pada orang itu.
- c. Sikap tidak berdiri sendiri, tetapi senantiasa mempunyai hubungan tertentu terhadap suatu obyek. Dengan kata lain sikap itu terbentuk, dipelajari, atau berubah senantiasa berkenaan dengan suatu obyek tertentu yang dapat dirumuskan dengan jelas.
- d. Obyek sikap itu merupakan suatu hal tertentu tetapi dapat juga melupakan kumpulan dari hal-hal tersebut.
- e. Sikap mempunyai segi-segi motivasi dan segi-segi perasaan, sikap alamiah yang membedakan sikap dan kecakapan-kecakapan atau pengetahuan-pengetahuan yang dimiliki orang.

#### 2. Tingkatan Sikap

Menurut Notoadmodjo Heri Purwanto (2003:35) sikap terdiri dari berbagai tingkatan yaitu:

- a. Menerima (Receiving)  
Menerima diartikan bahwa orang (subyek) mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan (obyek).
- b. Merespon (responding)  
Memberikan jawaban apabila ditanya, mengerjakan tugas yang diberikan adalah suatu indikasi sikap karena dengan suatu usaha untuk menjawab pertanyaan atau mengerjakan tugas yang diberikan. Terlepas dari pekerjaan itu benar salah satu adalah berarti orang tersebut menerima ide itu.
- c. Menghargai (valuing)  
Mengajak orang lain untuk mengerjakan atau mendiskusikan dengan orang lain terhadap suatu masalah adalah suatu indikasi sikap tingkat tiga.
- d. Bertanggung Jawab  
Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang telah dipilihnya dengan segala resiko adalah mempunyai sikap yang paling tinggi.

### **D. Perilaku**

Menurut (Mangku Negara, 2009:4) perilaku konsumen merupakan suatu tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang jasa ekonomi yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Sedangkan perilaku menurut (Kotler dan Keller, 2008:166) perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Perilaku menurut (Peter J.Paul dan Jerry C Olsen, 2006:6) menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis diantara pengaruh dan kondisi perilaku dan kejadian disekitar lingkungan dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam kehidupan mereka. Dari beberapa definisi diatas dapat dilihat ada dua hal penting dari perilaku konsumen yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik yang semuanya ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa secara ekonomis. Dengan kata lain perilaku konsumen adalah arti tindakan-tindakan yang dilakukan untuk membeli suatu barang dan jasa.

#### 1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku konsumen

Perilaku permintaan konsumen terhadap barang dan jasa akan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya pendapatan selera konsumen, dan harga barang, disaat kondisi lain tidak berubah. Perilaku konsumen ini didasarkan pada teori perilaku konsumen yang menjelaskan bagaimana seseorang dengan pendapatan yang diperolehnya dapat membeli berbagai barang dan jasa sehingga tercapai kepuasan tertentu sesuai dengan apa yang diharapkan (Nugroho J Setiadi, 2000:42). Sedangkan menurut ( Philip Kotler, 2000:183) perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya:

##### a. Faktor Budaya

Faktor budaya merupakan hal yang sangat penting dalam perilaku pembelian yang mana faktor budaya ini terdiri dari budaya dan kelas sosial. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar. Kelas sosial adalah pembagian dalam masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan yang para anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

##### b. Faktor Sosial

Faktor sosial dipengaruhi oleh kelompok acuan, keluarga dan status sosial.

###### 1) Kelompok Acuan

Seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut.

###### 2) Keluarga

Merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan anggota para keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh.

###### 3) Peran dan Status Soaial

Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang, masing-masing peran menghasilkan status.

##### c. Faktor Pribadi

Karakteristik tersebut meliputi:

1) Usia dan tahap siklus hidup orang membeli barang dan jasa berbeda-beda sepanjang hidupnya.

2) Pekerjaan dan lingkungan ekonomi.

3) Gaya hidup dan pola hidup seseorang didunia yang terungkap pada aktivitas, mint dan opininya.

4) Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian adalah ciri bahwa psikoloogi manusia yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Konsep diri ada tiga yaitu konsep diri aktual (memandang dirinya seperti apa), konsep diri ideal (memandang dirinya ingin seperti apa), konsep diri orang lain (menganggap orang lain memandang dirinya seperti apa).

##### d. Faktor Psikologi

Pilihan membeli seseorang dipengaruhi oleh 4 faktor psikologi utama (ibid,196-200) yaitu:

1) Motivasi

Motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Artinya motivasi adalah daya dorong yang muncul dari seseorang konsumen yang akan mempengaruhi proses keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa (ujang Sumarwan, 2011:11-12).

2) Persepsi konsumen

Persepsi konsumen adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti poin utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya (Philip Kotler, Kevin Lane Keller, 2009:179-180).

3) Sikap Konsumen

Sikap konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan dan perilaku. Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.

2. Variabel Perilaku Konsumen

Dalam model perilaku konsumen dari Howard dan Sheth (1988:29) terdiri dari proses pengamatan dan proses belajar.

a. Variabel proses pengamatan terdiri dari:

- 1) Perhatian merupakan reseptor-reseptor indera untuk mengendalikan penerimaan informasi.
- 2) Stimulus Ambiguity yaitu ketidakpastian yang diamati dan tidak adanya makna dari informasi yang diterima.
- 3) Persepsi Bias (penyimpangan pengamatan) yaitu suatu distorsi dari informasi yang diterima.
- 4) Overt Search (penelusuran nyata) yaitu penelusuran informasi secara aktif.

b. Variabel proses belajar terdiri dari:

- 1) Motif yaitu suatu dorongan dari dalam diri untuk mencapai tujuan membeli.
- 2) Kriteria memilih yaitu seperangkat motif yang berhubungan dengan tingkat produk yang menjadi pertimbangan.
- 3) Pemahaman produk.
- 4) Sikap yaitu kesukaan pada produk yang didasarkan atas kriteria memilih.
- 5) Kepercayaan yaitu keyakinan terhadap suatu produk tertentu.
- 6) Kepuasan yaitu tingkat penyesuaian antara kebutuhan dengan pembelian barang yang diharapkan oleh konsumen.

Dalam hal ini lebih pada pembahasan tentang perilaku konsumen Menurut John C. Mowen (2002:6) perilaku konsumen didefinisikan sebagai berikut;

- 1) Perilaku konsumen adalah tindakan konsumen dalam pembuatan keputusan untuk pembelian yang lebih baik.
- 2) Menurut James F Angel sebagaimana dikutip oleh Drs.A A Anwar Mangkunegara perilaku konsumen adalah sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa.
- 3) Menurut Davit L Laudon sebagaimana dikutip oleh Prabu Anwar Mangkunegara, Perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan dan aktifitas individu secara

fisik yang dilibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh atau menggunakan barang-barang jasa.

- 4) Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan proses dan hubungan sosial yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam mendapatkan atau menggunakan suatu produk, pelayanan dan sumber-sumber lainnya.
- 5) Perilaku konsumen adalah study tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi dan pembuatan barang, jasa, pengalaman serta ide-ide.

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis, Lokasi, Populasi dan Sampel Penelitian**

Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif (Sugiyono, 2010:41) merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan berstruktur dengan jelas sejak awal pembuatan desain penelitian serta datanya bersifat statistik atau berupa angka-angka. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket/kuesioner.

Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2016 yang bertempat di kampus IAIDA Blokagung Banyuwangi jl. Ponpes Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi selama kurang lebih 1 bulan. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan subjek penelitian yaitu semua Dosen IAIDA Blokagung Banyuwangi yang berjumlah 63 dosen semester genap tahun akademik 2015-2016. Mengingat jumlah populasi cukup banyak, maka dalam rangka efisiensi dan keefektifan penelitian, dilakukan sampling (pengambilan sampel). Jadi sampel dalam penelitian ini adalah semua dosen IAIDA Blokagung Banyuwangi semester genap tahun periodik 2015-2016 dengan teknik random sampling yaitu teknik pengambilan sampel dimana semua individu dalam populasi, baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk diberi menjadi anggota sampel.

### **B. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah instrumen dalam penelitian ini merupakan instrumen yang valid. Dalam penelitian ini menggunakan uji *Pearson Product Moment* untuk menguji validitas alat ukur instrumen penelitian.

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\}\{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dimana:  $R_{hitung}$  ( koefisien korelasi),  $\sum X_1$  ( Jumlah skor item),  $\sum Y$  (Jumlah Skor Total Seluruh Item),  $N$  (Jumlah Responden)

Selanjutnya dihitung dengan Uji-t dengan rumus:  $t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2}$

Dimana:  $t$  = Nilai  $t_{hitung}$ ,  $r$  = Koefisien Korelasi hasil  $r_{hitung}$ ,  $n$  = Jumlah responden.

Distribusi (Tabel t) untuk  $\alpha = 0.05$  dan derajat kebebasan ( $dk = n - 2$ )

Kaidah Keputusan : Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti valid sebaliknya

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  berarti tidak valid

Jika instrumen itu valid, maka dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks korelasinya ( $r$ ) sebagai berikut: antara 0,800 sampai dengan 1,000 dikategorikan sangat tinggi, antara 0,600 sampai dengan 0,799 dikategorikan tinggi, antara 0,400 sampai dengan 0,599 dikategorikan cukup tinggi, dan antara 0,200 sampai dengan 0,199 dikategorikan sangat rendah (tidak valid).

Reliabilitas menyangkut masalah ketepatan alat ukur ketepatan ini dapat dinilai dengan analisa statistik untuk mengetahui kesalahan ukur. Reliabilitas lebih mudah dimengerti dengan memperhatikan aspek pemantapan, ketepatan dan homogenitas. Suatu instrumen dianggap reliabel apabila instrumen tersebut dapat dipercaya sebagai alat ukur data penelitian. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji alpha cronbach's.

### C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode-metode yang disesuaikan dengan masalah yang akan diteliti atau dianalisa. Dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu metode observasi, angket atau kuesioner dan metode dokumen.

Instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah berbentuk kuisisioner (angket) dimana para responden mengisi angket dengan tanda ceklis (✓) pada jawaban yang sesuai. Setiap butir pertanyaan dalam kuisisioner (angket) disediakan 4 katagori. Setiap jawaban dinyatakan dengan simbol SS (Sangat Setuju), S(Setuju), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju).

### D. Teknis Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menguji pengaruh variabel-variabel bebas yang dipilih dalam penelitian ini terhadap dua atau lebih variabel terikat. Analisis data dalam penelitian ini dimulai dengan menguji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, yang berupa item-item pertanyaan dalam kuisisioner. Setelah itu, analisis dilanjutkan dengan menggunakan uji regresi linier berganda, dimana variabel terikatnya (Y) adalah perilaku dosen dan variabel bebasnya adalah persepsi ( $X_1$ ) sikap ( $X_2$ ).

1.  $t_h > t_t$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

artinya variasi variabel bebas dapat menerangkan variabel tidak bebas (variabel terikat) dan mendapat pengaruh diantaranya ketiga variabel yang diuji.

2.  $t_h < t_t$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

artinya variasi variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel tidak bebas (variabel terikat) dan terdapat pengaruh antara tiga variabel yang diuji.

- 1) Regresi Linier Berganda

Analisa ini digunakan untuk mengetahui atau mengukur pengaruh perilaku dosen dalam pemilihan perbankan syariah yang dinyatakan dalam bentuk persamaan matematik. Dengan banyaknya variabel independen yang lebih dari satu maka untuk mencari pengaruh dari ketiga variabel diatas maka digunakan formulasi seperti dibawah ini: Persamaan regresi ganda di Rumuskan:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :  $\hat{Y}$  = Perilaku konsumen,  $X_1$  = Variabel Persepsi,  $X_2$  = Variabel Sikap,  $a$  = Nilai konstanta,  $b_1$  = Koefisien regresi variabel antara  $x_1$  dan  $y$ ,  $b_2$  = Koefisien regresi variabel antara  $x_2$  dan  $y$ .

- 2) Koefisien Determinasi

Koefisien determasi berganda (R) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari ksuluruhan variabel bebas ( $X_1$ , dan  $X_2$ ) pengaruhnya terhadap variabel terikat (Y), Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan ke dalam model. Model dianggap baik bila koefisien determinasi sama dengan satu atau mendekati satu (Gujarati, 1995:131)

- 3) Uji F (simultan)

Untuk menguji kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F yaitu untuk menguji keberartian regresi secara keseluruhan dengan rumus hipotesis sebagai berikut:

$$H_0 : b_1 = b_2 = 0$$

$$H_a : \text{minimal satu koefisien } b_i \neq 0$$

Pengujian dilakukan melalui uji F dengan membandingkan  $F_{hitung}$  ( $F_h$ ) dengan  $F_{tabel}$  ( $F_t$ ) pada  $\alpha$  0,05. Apabila hasil perhitungan menunjukkan:

- a)  $F_h > F_t$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

artinya variasi variabel bebas dapat menerangkan variabel tidak bebas (variabel terikat) dan mendapat pengaruh diantaranya ketiga variabel yang diuji.

- b)  $F_h < F_t$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak  
 artinya variasi variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel tidak bebas (variabel terikat) dan terdapat pengaruh antara tiga variabel yang diuji.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Setelah data-data terkumpul dengan lengkap, maka selanjutnya akan diadakan analisis kuantitatif atau sering disebut dengan analisis data statistik. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh analisis persepsi, dan sikap terhadap perilaku konsumen dalam pemilihan tabungan berbasis syariah di IAIDA Blokagung Banyuwangi. Data yang telah diperoleh, di analisis dengan menggunakan uji regresi berganda.

**1. Langkah- langkah menjawab Regresi Berganda Secara Manual :**

**Langkah 1.** Membuat  $H_a$  dan  $H_0$  dalam bentuk kalimat:

$H_a$ : Terdapat pengaruh yang signifikan antara pemilihan tabungan berbasis syariah di IAIDA Blokagung Tegalsari Banyuwangi.

$H_0$ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pemilihan tabungan berbasis syariah di IAIDA Blokagung Tegalsari Banyuwangi.

**Langkah 2.** Membuat  $H_a$  dan  $H_0$  dalam bentuk kalimat:

$H_a$ :  $R \neq 0$

$H_0$ :  $R = 0$

**Langkah 3.** Membuat tabel penolong untuk menghitung angka statistik:

Rumus nilai persamaan untuk 2 variabel bebas CARA KEDUA

**Tabel 4.8 Persamaan 2 variabel bebas**

No	x1	x2	Y	x1 <sup>2</sup>	x2 <sup>2</sup>	y <sup>2</sup>	x1y	x2y	x1x2
1	16	16	17	256	256	289	272	272	256
2	22	21	22	484	441	484	484	462	462
3	22	22	21	484	484	441	462	462	484
4	23	22	24	529	484	576	552	528	506
5	23	22	23	529	484	529	529	506	506
6	22	21	21	484	441	441	462	441	462
7	21	20	21	441	400	441	441	420	420
8	21	20	21	441	400	441	441	420	420
9	20	22	21	400	484	441	420	462	440
10	22	20	21	484	400	441	462	420	440
11	22	19	21	484	361	441	462	399	418
12	21	20	21	441	400	441	441	420	420
13	21	20	20	441	400	400	420	400	420
14	21	22	21	441	484	441	441	462	462
15	21	20	21	441	400	441	441	420	420
16	21	21	21	441	441	441	441	441	441
17	20	21	20	400	441	400	400	420	420
18	22	21	21	484	441	441	462	441	462
19	21	20	21	441	400	441	441	420	420
20	20	21	21	400	441	441	420	441	420
21	18	19	20	324	361	400	360	380	342
22	21	23	20	441	529	400	420	460	483
23	21	22	20	441	484	400	420	440	462
24	23	21	20	529	441	400	460	420	483

No	x1	x2	Y	x1^2	x2^2	y^2	x1y	x2y	x1x2
25	19	18	18	361	324	324	342	324	342
26	18	17	19	324	289	361	342	323	306
27	16	18	16	256	324	256	256	288	288
28	14	15	16	196	225	256	224	240	210
29	24	24	24	576	576	576	576	576	576
30	21	20	21	441	400	441	441	420	420
<b>Jumlah</b>	617	608	614	12835	12436	12666	12735	12528	12611

Sumber: Hasil data yang di olah menggunakan excel 2016

**Langkah 4.** Hitung nilai-nilai persamaan  $b_1$ ,  $b_2$  dan  $a$ :

Masukkan hasil dari nilai-nilai statistik ke dalam rumus:

$$a. \sum X_1^2 = \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n} = 12835 - \frac{(617)^2}{30} = 145,366$$

$$b. \sum X_2^2 = \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n} = 12436 - \frac{(608)^2}{30} = 154,866$$

$$c. \sum Y^2 = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n} = 12666 - \frac{(614)^2}{30} = 99,466$$

$$d. \sum X_1 Y = \sum X_1 Y - \frac{(\sum X_1)(\sum Y)}{n} = 12735 - \frac{(617)(614)}{30} = 107,066$$

$$e. \sum X_2 Y = \sum X_2 Y - \frac{(\sum X_2)(\sum Y)}{n} = 12528 - \frac{(608)(614)}{30} = 84,266$$

$$2. \sum X_1 X_2 = \sum X_1 X_2 - \frac{(\sum X_1)(\sum X_2)}{n} = 12611 - \frac{(617)(608)}{30} = 106,467$$

Kemudian masukkan hasil dari jumlah kuadrat ke persamaan  $b_1$ ,  $b_2$  dan  $a$ :  $b_1 =$

$$\frac{(\sum X_2^2)(\sum X_1 Y) - (\sum X_1 X_2)(\sum X_2 Y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 X_2)^2}$$

$$= \frac{(12436)(107,066) - (106,467)(84,266)}{(145,366)(154,866) - (106,467)^2}$$

$$= \frac{1,326}{11,177} = 0,119$$

$$b_2 = \frac{(\sum X_1^2)(\sum X_2 Y) - (\sum X_1 X_2)(\sum X_1 Y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 X_2)^2}$$

$$= \frac{(145,366)(84,266) - (106,467)(107,066)}{(145,366)(154,866) - (106,467)^2}$$

$$= \frac{850,416}{11,177} = 0,076$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b_1 \left( \frac{\sum X_1}{n} \right) - b_2 \left( \frac{\sum X_2}{n} \right) = \frac{614}{30} - 0,119 \left( \frac{617}{30} \right) - 0,076 \left( \frac{608}{30} \right) = 416,943$$

Jadi persamaan regresi ganda:

$$\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 = 416,943 + 0,119 X_1 + 0,076 X_2$$

**Langkah 5.** Mencari korelasi ganda dengan rumus:

$$(R_{X_1 X_2 Y}) = \sqrt{\frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y}{\sum Y^2}} = \sqrt{\frac{(0,119)(107,066) + (0,076)(84,266)}{99,466}}$$

$$= \sqrt{\frac{19,398}{99,466}} = \sqrt{0,195} = 0,442$$

**Langkah 6.** Mencari Nilai Kontribusi Korelasi Ganda dengan rumus:

$$KP = (R_{X_1 X_2 Y})^2 \times 100\% = 0,442 \times 100\% = 44,200\%$$

**Langkah 7.** Menguji signifikan dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  dengan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2(n-m-1)}{m(1-R^2)} = \frac{0,442^2(30-2-1)}{2(1-0,442^2)}$$

$$= \frac{5,470}{1,116} = 4,901$$

Kaidah pengujian signifikan: Menentukan aturan pengambilan keputusan atau kriteria uji signifikan korelasi ganda:

Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka tolak  $H_0$  artinya signifikan dan

$F_{hitung} \leq F_{tabel}$ , maka terima  $H_a$  artinya tidak signifikan

Cara nilai  $F_{tabel}$  menggunakan tabel F dengan rumus : Dengan taraf signifikan  $\alpha = 0,05$

$$F_{tabel} = F_{\{(1 - \alpha) (dk \text{ pembilang} = m) (dk \text{ penyebut} = n - m - 1)\}}$$

$$F_{tabel} = F_{\{(1 - 0,05) (dk \text{ pembilang} = 2) (dk \text{ penyebut} = 30 - 2 - 1)\}}$$

$$F_{tabel} = F_{(0,95) (2) (27)}$$

$$F_{tabel} = 3,35$$

### **Langkah 8.** Membuat Kesimpulan

Ternyata  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau 4,901 lebih besar dari pada 3,35 maka terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh analisis persepsi dan sikap terhadap perilaku konsumen dalam pemilihan tabungan berbasis syariah di IAIDA Blokagung Tegalsari Banyuwangi.

## **2. Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode statistik maka dapat didiskripsikan hasil penelitian sebagai berikut:

- a. Berdasarkan pengujian secara parsial yang di dapatkan pengaruh persepsi  $X_1$  dan sikap  $X_2$  sebesar 50,98% maka dapat dikatakan bahwa persepsi dan sikap secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen dalam pemilihan tabungan berbasis syariah di IAIDA Blokagung Tegalsari Banyuwangi.
- b. Berdasarkan pengujian secara parsial yang di dapatkan pengaruh persepsi  $X_1$  terhadap perilaku konsumen  $Y$  sebesar 78,32 % maka dapat dikatakan bahwa persepsi terhadap perilaku konsumen berpengaruh secara signifikan dalam pemilihan tabungan berbasis syariah di IAIDA Blokagung Tegalsari Banyuwangi.
- c. Variabel yang lebih dominan dalam mempengaruhi pemilihan tabungan berbasis syariah adalah variabel persepsi, hal ini dapat dilihat dari nilai variabel persepsi 78,32% lebih besar dari variabel sikap yang hasilnya 49,00%.

Berikut ini hasil pengujian masing-masing instrumen penelitian data penyebaran kuisioner (angket) yang diteliti penulis mengenai analisis persepsi dan sikap terhadap perilaku konsumen dalam pemilihan tabungan berbasis syariah di IAIDA Blokagung Tegalsari Banyuwangi sebagai hasil penelitian, setelah dilakukan analisis data dengan menggunakan metode statistik maka dapat didiskripsikan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pengujian tiap instrumen variabel Persepsi ( $X_1$ ) yang terbagi dalam setiap indikator menunjukkan bahwa:
  - a. Produk
    - 1) Apakah anda berminat dengan produk-produk syariah yang diberikan oleh perbankan syariah = 3,514
    - 2) Apakah produk perbankan syariah sesuai dengan harapan anda = 2,860
    - 3) Apakah produk-produk perbankan syariah memberikan kepuasan untuk anda = 3,761
  - b. Informasi
    - 1) Setujukah anda terhadap informasi yang menyatakan bahwa produk-produk perbankan syariah sama dengan perbankan syariah = 2,582
    - 2) Setujukah anda terhadap persepsi informasi perbankan syariah yang telah beredar dimasyarakat, bahwa perbankan syariah menggunakan dasar Al-Qur'an dan Hadis = 3,916

- c. Interpretasi
  - 1) Setujukan anda perbankan syariah dan perbankan konvensional sebenarnya sama, hanya saja perbankan syariah menggunakan dasar Al-Qur'an dan Hadis = 3,621
  - 2) Jumlah dari indikator produk, informasi dan interpretasi =  $10,135+6,498+3,621=20,254$
2. Pengujian tiapa variabel Sikap (X2) yang terbagi dalam setiap indikator menunjukkan bahwa:
  - a. Keyakinan
    - 1) Setujukah anda menabung di bank syariah = 3,463
    - 2) Apakah anda setuju melakukan pembiayaan di bank syariah = 2,610
    - 3) Apakah anda berminat menggunakan produk pada perbankan syariah = 2,936
    - 4) Setujukah anda membuka rekening di bank syariah = 3,379
  - b. Kepercayaan
    - 1) Karyawan perbankan syariah memang cenderung tertutup dan lebih sopan = 3,264
    - 2) Pelayanan perbankan syariah memang sopan dan ramah = 3,580
    - 3) Jumlah dari indikator keyakinan dan kepercayaan =  $12,388+6,844 = 19,232$
3. Pengujian tiap instrumen variabel Perilaku Konsumen (Y) yang terbagi dalam setiap indikator menunjukkan bahwa:
  - a. Motivasi
    - 1) Setelah saya menggunakan produk-produk syariah saya tidak akan menggunakan produk lain = 2,913
    - 2) Saya merasa puas dengan produk-produk syariah yang saya gunakan = 3,904
    - 3) Saya selalu mendapatkan kemudahan dengan menggunakan produk-produk syariah sehingga saya ingin tetap menggunakannya = 2,605
    - 4) Saya mempunyai rekening di perbankan syariah = 2,790
    - 5) Saya senang bisa menggunakan produk-produk perbankan syariah = 2,613
    - 6) Setelah saya menggunakan produk-produk syariah saya mulai senang melakukan transaksi di perbankan syariah = 4,401
    - 7) Jumlah dari indikator motivasi =  $2,913+3,904+2,605+2,790+2,613+4,401 = 19,226$
4. Hasil pengujian yang telah dikelompokkan pada setiap indikator menyimpulkan bahwa indikator yang paling berpengaruh dalam pemilihan tabungan berbasis syariah di IAIDA Blokagung Tegalsari Banyuwangi adalah “ persepsi dengan perilaku konsumen” yaitu : 20,254:19,226.
5. Pengujian hipotesis menyimpulkan bahwa pendapat pengaruh yang signifikan antara analisis persepsi dan sikap terhadap perilaku konsumen dalam pemilihan tabungan berbasis syariah. Hal ini ditunjukkan oleh uji F.  $F_{hitung}$  sebesar 4,901 kemudian membandingkan dengan  $F_{tabel}$  sebesar 3,35. Dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  maka mempunyai pengaruh yang signifikan antara analisis persepsi dan sikap terhadap perilaku konsumen dalam pemilihan tabungan berbasis syariah.
6. Untuk menentukan besarnya pengaruh secara parsial terdapat  $Rx_1x_2 = 0,714$  besarnya pengaruh  $k_p = R^2 = 0,714^2 = 50,98 \%$  , sedangkan pengaruh  $Rx_1y = 0,885$  besarnya pengaruh  $k_p = R^2 = 0,885^2 = 78,32 \%$  dan sedangkan pengaruh  $Rx_2y = 0,700$  besarnya pengaruh  $k_p = R^2 = 0,700^2 = 49,00 \%$  . Dan untuk menentukan besarnya pengaruh secara simultan terdapat  $Rx_1x_2y = 0,889$  besarnya pengaruh  $k_p = R^2 = 0,889^2 = 79,03\%$  .

7. Kesimpulan secara parsial terdapat adalah variabel  $X_1$  (persepsi) terhadap Y (perilaku konsumen) sebesar = 78,32 % dan yang terendah variabel  $X_2$  (tempat) terhadap Y (perilaku konsumen) sebesar = 50,98%

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan pengujian secara parsial yang di dapatkan pengaruh persepsi  $X_1$  dan sikap  $X_2$  sebesar 50,98% maka dapat dikatakan bahwa persepsi dan sikap secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen dalam pemilihan tabungan berbasis syariah di IAIDA Blokagung Tegalsari Banyuwangi.
2. Berdasarkan pengujian secara parsial yang di dapatkan pengaruh persepsi  $X_1$  terhadap perilaku konsumen Y sebesar 78,32 % maka dapat dikatakan bahwa persepsi terhadap perilaku konsumen berpengaruh secara signifikan dalam pemilihan tabungan berbasis syariah di IAIDA Blokagung Tegalsari Banyuwangi.
3. Variabel yang lebih dominan dalam mempengaruhi pemilihan tabungan berbasis syariah adalah variabel persepsi, hal ini dapat dilihat dari nilai variabel persepsi 78,32% lebih besar dari variabel sikap yang hasilnya 49,00%.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, Suharsimi, 2006 *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta : Rineka Cipta
- BI, 2000, *Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat DIY dan Jawa Tengah Terhadap Perbankan Syariah*, Semarang : Penelitian
- F. Engel, James. Dkk, 1994, *Perilaku Konsumen*, Jakarta : Binarupa Aksara
- H. Malayu S.P Hasibuan, 2006, *Dasar-dasar Perbankan*, Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Kreitner, Robert, 2005, *Perilaku Organisasi (Organizational Behavior)*, Jakarta : Salemba Empat.
- Mowen John C. 2001, *Perilaku Konsumen( edisi kelima)*, Jakarta : ERLANGGA
- Muflih, Muhammad, M.A. 2006, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Muhammad. Drs, 2008, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta : PT RAJA GRAFINDO PERSADA.
- Prabu, Anwar Mangkunegara, Drs. 1988, *Perilaku Konsumen*, Bandung, PT ERESKO.
- Rahmat, Jalaludin, 1996, *Psikologi Komunikasi*, Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- Rianto, Adi, 2004, *Metode Penelitian Sosial dan Hukum*, Jakarta : Granit.
- Ridwan, Muhammad, 2004, *Kontruksi Bank Syariah Indonesia*, Jakarta : UII Press.
- Sarwono, Sarlito Wirawan, 1982, *Pengantar Umum Psikologi*, Jakarta : N.V. Bulan Bintang.
- Sholahudin, Muhammad SE, Msi. 2006, *Lembaga Keuangan Islam*, Surakarta : Muhammadiyah University Press.
- Sudarsono, Heri, 2007, *Konsep Ekonomi Islam Sebagai Pengantar*, Yogyakarta : Ekonomi.
- Sugiono, 2007, *Metode Kualitatif dan Kuantitatif dan R & D*, Bandung : Alfa Beta.
- Sutisna, 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Umar, Husein, 2002, *Research Methods In Finance and Banking*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.