

**PENGARUH PERSEPSI, KEPERCAYAAN DAN SISTEM
BAGI HASIL TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH
BANK SYARIAH
(Studi Pada Masyarakat di Wilayah Kecamatan Kalianda)**

SKRIPSI

EGA AINAYAH

NPM 1851020245



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1444H/2023M**

**PENGARUH PERSEPSI, KEPERCAYAAN DAN SISTEM BAGI
HASIL TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK
SYARIAH
(Studi Pada Masyarakat di Wilayah Kecamatan Kalianda)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh :

Ega Ainayah

NPM 1851020245

Program Studi : Perbankan Syariah

Pembimbing I : Dr. Ahmad Habibi, S.E.,M.E

Pembimbing II : Diah Mukminatul Hasyim, M.E.Sy

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1444H/2023M**

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis persepsi, kepercayaan dan sistem bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Banyak faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk dapat berminat dengan bank syariah contohnya faktor persepsi, kepercayaan dan sistem bagi hasil. Dengan adanya persepsi, kepercayaan serta pemahaman masyarakat yang baik akan meningkatkan minat nya terhadap bank syariah.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan sumber data merupakan data primer. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu masyarakat diwilayah Kecamatan Kalianda dan tempat penelitian dilakukan pada wilayah Kecamatan Kalianda. Kemudian data-data yang terkumpul diolah di SPSS 25 untuk kemudian disertakan deskripsi dan analisis

Hasil penelitian pada uji t menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh secara parsial terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Sedangkan berdasarkan uji t variabel kepercayaan dan sistem bagi hasil tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Hasil penelitian pada uji F menunjukkan bahwa persepsi, kepercayaan, dan sistem bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah bank syariah secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Persepsi menurut ekonomi Islam memiliki tujuan untuk memahami suatu informasi yang berkaitan dengan kegiatan ekonomi guna untuk memaksimalkan suatu kemaslahatan dengan berlandaskan prinsip Islam. Sedangkan kepercayaan menurut ekonomi Islam berperan penting terhadap ekonomi dalam melibatkan pengaplikasian prinsip-prinsip kehidupan sehari-hari, termasuk dalam investasi, perbankan, perdagangan, dan sektor ekonomi lainnya.

Kata Kunci : Persepsi, Kepercayaan, Sistem Bagi Hasil, Minat, Ekonomi Islam

ABSTRACT

This research was conducted to analyze perceptions, beliefs and profit sharing systems regarding interest in becoming a sharia bank customer. Many factors influence people to be interested in Islamic banks, for example perception, trust and profit sharing systems. Having good public perception, trust and understanding will increase their interest in Islamic banks.

This research uses a quantitative type of research with the data source being primary data. The number of samples in this research was 100 respondents, namely people in the Kalianda District area and the place where the research was conducted was in the Kalianda District area. Then the collected data is processed in SPSS 25 and then included with descriptions and analysis

The results of the research on the t test show that perception has a partial effect on interest in becoming a sharia bank customer. Meanwhile, based on the t test, the trust variables and the profit sharing system have no partial effect on interest in becoming a sharia bank customer. The results of the research on the F test show that perception, trust, and the profit sharing system on interest in becoming a sharia bank customer together simultaneously influence interest in becoming a sharia bank customer. Perception according to Islamic economics has the aim of understanding information related to economic activities in order to maximize benefits based on Islamic principles. Meanwhile, according to Islamic economics, trust plays an important role in the economy in involving the application of the principles of daily life, including in investment, banking, trade and other economic sectors.

Keywords: *Perception, Trust, Profit Sharing System, Interest, Islamic Economics*



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Letkol. H. Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung, Telp. (0721) 703289

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ega Ainayah
NPM : 1851020245
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi, Kepercayaan dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat di Wilayah Kecamatan Kalianda)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar Pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 13 Oktober 2023

Penulis



Ega Ainayah

NPM.1851020245



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289

SURAT PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi, Kepercayaan dan Sistem
Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah
Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat di
Wilayah Kecamatan Kalianda)
Nama : Ega Ainayah
NPM : 1851020245
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqosah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E.
NIP. 197905142003121003

Diah Mukminatul Hasyim, ME, Sy
NIP. 2016010219900828119

Mengetahui
Ketua Prodi Perbankan Syariah

Any Eliza, S.E., M.Ak
NIP.198308152006042004



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul “Pengaruh Persepsi, Kepercayaan dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat di Wilayah Kecamatan Kalianda)” disusun oleh Ega Ainayah, NPM: 1851020245, Program Studi Perbankan Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal : Selasa, 19 Desember 2023

TIM/DEWAN PENGUJI

Ketua : Femei Purnamasari, S.E.,M.Si (.....)

Sekretaris : Raizky Renaldi Pramasha, M.E (.....)

Penguji I : Suhendar, S.E., M.S.Ak (.....)

Penguji II : Diah Mukminatul Hasyim, M.E.,Sy (.....)



MOTTO

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُرِيهِ الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ

“Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa”

(QS. Al-Baqarah : 276)

وَأَخَذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ
وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا

“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 diantara mereka azab yang pedih”

(QS. An-Nisa' : 161)

PERSEMBAHAN

Puji dan rasa syukur penulis haturkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan nikmat dan hidayah berupa Kesehatan, ilmu pengetahuan dan rasa sabar dalam menyelesaikan skripsi guna memenuhi syarat kelulusan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Raden Intan Lampung agar dapat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE). Diiringi dengan rasa syukur penulis persembahkan skripsi ini kepada :

1. Orang tua tersayang Bapak Effendi Madurip dan Ibu Wagiyah yang telah mendoakan. Menjaga, merawat dan memberikan support yang tiada henti hingga sekarang, serta menjadi alasan untuk bertahan. Terimakasih atas segala jasa pengorbanan dan materi yang telah diberikan kepada penulis yang tidak dapat dijabarkan satu persatu.
2. Keluarga dan saudara yang telah mendoakan dan juga memberikan support dalam menyelesaikan perkuliahan ini.
3. Kedua dosen pembimbing akademik yaitu Bapak Dr. Ahmad Habibi, S.E.,M.E dan Ibu Dyah Mukminatul Hasyim M.E.,Sy yang sudah bersedia meluangkan waktu dalam membimbing dan memberikan arahan yang benar guna skripsi yang dikerjakan sesuai dengan kaidah dan aturan yang berlaku.
4. Terimakasih kepada Ega Ainayah alias diri saya sendiri yang telah berusaha dengan maksimal dan bisa melewati berbagai hal dalam menuntut ilmu hingga bisa sampai sejauh ini.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Ega Ainayah, lahir di Kalianda pada tanggal 11 Mei 1999. Penulis merupakan putri bungsu dari 5 bersaudara yang terlahir dari pasangan Bapak Effendi Madurip dan Ibu Wagiyah. Berikut merupakan Riwayat Pendidikan yang telah diselesaikan oleh penulis :

1. Sekolah Dasar Negeri (SDN) 1 Way Urang, lulus dan mendapat ijazah pada tahun 2011.
2. Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN) 1 Kalianda, lulus dan mendapat ijazah pada tahun 2014.
3. Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 1 Kalianda, lulus dan mendapat ijazah pada tahun 2017.
4. Penulis melanjutkan Pendidikan tingkat perguruan tinggi di Universitas Islam Negeri Lampung Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, masuk pada tahun 2018.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT karena Rahmat dan keridhaan-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Tak lupa Shalawat dan salam penulis haturkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabat-Nya. Atas Rahmat dan kehendak Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi, Kepercayaan dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat di Wilayah Kecamatan Kalianda” diajukan untuk menyelesaikan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Lampung (UIN RIL)

Dengan selesainya skripsi ini, penulis tentu membutuhkan banyak pihak untuk memperlancar proses penulisan serta penelitian. Perkenankan penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini, ditujukan kepada :

1. Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, karena atas Rahmat Nya penulis diberi petunjuk dan kemudahan selama proses penulisan tugas akhir ini.
2. Prof. Dr. Tulus Suryanto, MM., Akt, C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
3. Any Eliza., S.E., M.Ak. selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah FEBI UIN Raden Intan Lampung beserta jajarannya.
4. Dr. Ahmad Habibi. S.E.,M.E., selaku Pembimbing Akademik 1 yang telah membimbing dengan sepenuh hati sehingga skripsi ini selesai dengan baik.
5. Diah Mukminatul Hasyim, M.E.,Sy., selaku Pembimbing Akademik 2 yang telah membimbing dengan sepenuh ati sehingga skripsi ini selesai dengan baik.
6. Staff Uin Raden Intan Lampung yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam rangka memenuhi syarat untuk menyelesaikan skripsi.

7. Kedua orang tua, ayah dan mama yang begitu penulis hormati, hargai dan sayangi. Bapak Effendi Madurip dan Ibu Wagiyah yang senantiasa memberikan *support* berupa doa yang tiada henti, materi yang tak terhitung jumlahnya dan nasihat-nasihat yang diberikan kepada penulis.
8. Saudari-saudari kandung penulis Almh. Indah Purwaningsih, Citra Nuari, Wulan Oktavia, dan Eki Maduri Dalma yang senantiasa memberi *support* dan doa yang tiada henti kepada penulis, terkhusus untuk Almh. Indah Purwanngsih kakak pertama dari penulis yang telah memberi dukungan dan mempercayai bahwa adik bungsu nya mampu unuk menjadi sarjana.
9. Sahabat-sahabat penulis yaitu : Mirza Agung Rahmatullah, Dea Uswatun Hasanah, Kamila Amalia, Hafiz Julyan Saputra, Redho Ananta Pratama dan Yohan Alfianys yang telah banyak memberikan semangat dan dukungan serta canda dan tawa sehingga penulis bisa menghilangkan rasa penat sejenak. Terkhusus untuk Mirza Agung Rahmatullah terimakasih telah meluangkan waktu, tenaga, dan *support* kepada penulis.
10. Teman-teman dekat “Amigo” yaitu : susan, chintya, dewi, elsa, ayu, isel, puspita, eka dan deti yang sudah bersama selama 4 tahun dalam berbagi informasi, bantuan dan dukungan pada proses perkuliahan hingga lulus.
11. Semua pihak yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu terimakasih atas bantuan dan dukungannya dalam penyelesaian skripsi ini.

Bandar Lampung, 23 Juni 2023
Penulis

Ega Ainayah
NPM. 1851020245

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah	11
E. Tujuan Penelitian	11
F. Manfaat Penelitian.....	12
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevean	12
H. Sistematika Penulisan	21
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS	
A. Teori Yang Digunakan	24
1. Perilaku Konsumen	24
2. Nilai Tambah	27
3. Minat	28
4. Nasabah	29
5. Bank Syariah.....	30
6. Persepsi.....	32
7. Kepercayaan	37
8. Sistem Bagi Hasil.....	39
9. Ekonomi Islam.....	43
B. Kerangka Berfikir.....	45
C. Pengajuan Hipotesis	48
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	50
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	50
C. Sumber Data	50
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data.....	51
E. Definisi Operasional Variabel.....	53
F. Instrument Penelitian.....	54
G. Metode Analisis Data	63
H. Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
I. Uji Hipotesis	65

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data.....68
B. Analisis & Interpretasi Data.....79
C. Pembahasan Hasil Analisis Data.....92

BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Simpulan.....103
B. Rekomendasi.....104

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Bank Syariah Penduduk Kalianda	8
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2.1 Perbedaan Sistem Bagi Hasil dan Bunga	41
Tabel 3.1 Skala Likert	52
Tabel 3.2 Variabel Penelitian dan Instrumen Penelitian	55
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	68
Tabel 4.2 Umur	69
Tabel 4.3 Pekerjaan	70
Tabel 4.4 Deskripsi Data Variabel Persepsi (X1)	71
Tabel 4.5 Deskripsi Data Variabel Kepercayaan (X2)	73
Tabel 4.6 Deskripsi Data Variabel Sistem Bagi Hasil (X3)	75
Tabel 4.7 Deskripsi Data Variabel Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y)	77
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Persepsi (X1)	80
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X2)	80
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Sistem Bagi Hasil (X3)	81
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y)	82
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi (X1), Kepercayaan (X2), Reliabilitas Sistem Bagi Hasil (X3) dan Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y)	80
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas	84
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	85
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas	86
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	87
Tabel 4.17 Hasil Uji t	89
Tabel 4.18 Hasil Uji F	91
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinansi	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	44
------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum melakukan penjelasan dalam latar belakang, untuk memahami judul proposal ini, maka penulis akan lebih dulu membahas penegasan judul. Dari penegasan judul tersebut, diharapkan dapat meminimalisir adanya kekeliruan dalam pemakaian istilah yang ada pada judul. Adapun judul dari Proposal Skripsi kali ini yaitu **“Pengaruh Persepsi, Kepercayaan Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat di Wilayah Kecamatan Kalianda)”**. Dalam penegasan judul kali ini penulis akan menguraikan istilah-istilah judul diatas, yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Adapun definisi pengaruh menurut para ahli yaitu, menurut Badudu Zain, pengaruh adalah daya yang menyebabkan sesuatu terjadi, dengan kata lain pengaruh merupakan penyebab sesuatu terjadi atau dapat mengubah sesuatu ke bentuk yang kita inginkan.¹

2. Persepsi

Persepsi adalah proses pemahaman atau pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Stimulus didapat dari proses penginderaan terhadap objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak. Istilah persepsi biasanya digunakan untuk mengungkapkan tentang pengalaman terhadap suatu benda maupun kejadian yang dialami.²

¹ Badudu Zain, *Kamus Umum Bahasa Indoensia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996), 1031.

² Sumanto, *Psikologi Umum*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), 52.

3. Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu sikap yang ditunjukkan oleh manusia saat ia merasa tahu dan menyimpulkan bahwa dirinya telah mencapai kebenaran.³ Karena kepercayaan adalah suatu sikap, maka kepercayaan seseorang itu tidak selalu benar dan bukanlah merupakan suatu jaminan kebenaran.

4. Bagi Hasil

Bagi hasil adalah pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian yaitu pihak nasabah dan pihak bank syariah. Dalam hal terdapat dua pihak yang melakukan perjanjian usaha, maka hasil atas usaha yang dilakukan oleh kedua pihak atau salah satu pihak, akan dibagi sesuai dengan porsi masing-masing pihak yang melakukan akad perjanjian. Pembagian hasil usaha dalam perbankan syariah ditetapkan dengan menggunakan nisbah. Nisbah yaitu persentase yang disetujui oleh kedua belah pihak dalam menentukan bagi hasil atas usaha yang dikerjasamakan.⁴

5. Nasabah

Nasabah adalah pelanggan (*costumer*) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan, meliputi kegiatan pembelian, penyewaan serta layanan jasa.⁵

6. Bank Syariah

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya berlandaskan prinsip islam yang artinya bank syariah beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga.

7. Masyarakat

³ Ismawati, *Budaya dan Kepercayaan Jawa*, (Yogyakarta: Gama Media, 2002), 15.

⁴ Ismail, 2011 *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana,), 95

⁵ Mislah Hayati Nasution and Sutisna Sutisna, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking', *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 1.1 (2015), 62–73.

Masyarakat merupakan kesatuan atau kelompok yang mempunyai hubungan serta beberapa kesamaan seperti sikap, tradisi, perasaan dan budaya yang membentuk suatu keteraturan.

8. Wilayah

Wilayah adalah suatu bagian dari permukaan bumi yang teritorialnya ditentukan atas dasar pengertian, batasan dan perwatakan fisik-geografis. Mengacu pada Undang-Undang No. 24/1992 tentang Penataan Ruang, wilayah didefinisikan sebagai ruang yang merupakan kesatuan geografis beserta segenap unsur terkait padanya yang batas dan sistemnya ditentukan berdasarkan aspek administrasi dan atau aspek fungsional.

B. Latar Belakang Masalah

Lembaga Perbankan merupakan lembaga keuangan yang berperan besar dalam perekonomian suatu negara. Salah satu tujuan bank adalah sebagai penghimpun dana dari masyarakat. Keberhasilan bank dalam melakukan penghimpunan atau mobilisasi dana ini sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang diantaranya adalah kepercayaan masyarakat pada suatu bank, di mana kepercayaan ini sangat dipengaruhi oleh kinerja bank yang bersangkutan, posisi keuangan, kemampuan, integritas, serta kredibilitas para manajemen bank.⁶ Secara garis besar perbankan di Indonesia terbagi menjadi dua, yakni perbankan konvensional dan perbankan syariah, adapun pada perbankan syariah dan konvensional memiliki ciri dan kriterianya masing-masing. Bank konvensional yang menjalankan kegiatan usahanya dengan menggunakan sistem konvensional, bank syariah menjalankan kegiatan usahanya dengan menggunakan prinsip syariah. Perbankan syariah dikenal sebagai bank yang tidak menerapkan sistem bunga seperti bank konvensional, tetapi bank syariah menerapkan sistem bagi hasil dan larangan riba. Seperti yang dijelaskan pada Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 275 :

⁶ Subchan Yahya, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Bank: Studi Kasus Pt. Bank Syariah Mandiri Tbk. Cabang Pembantu Lebal', 2012.

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

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

Kehadiran Bank Syariah di tengah-tengah perbankan konvensional adalah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar syariat-syariat Islam. Peran perbankan syariah sebagai alternatif lembaga keuangan bagi masyarakat saat ini semakin berkembang, dalam memacu pertumbuhan perekonomian daerah semakin strategis dan mewujudkan struktur ekonomi yang seimbang. Indonesia masih menghadapi tantangan yang cukup besar dalam mengembangkan sistem keuangan syariah terintegrasi yaitu adanya kesenjangan pada kualitas perkembangan keuangan syariah di setiap daerahnya. Kesalahpahaman terhadap perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya menunjukkan belum meratanya sosialisasi informasi perbankan syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya.

Beragamnya persepsi, kepercayaan dan perilaku masyarakat terhadap pada bank syariah diantaranya disebabkan oleh rendahnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat terhadap sistem yang ada pada bank syariah. Adanya persepsi dan kepercayaan masyarakat akan sangat berpengaruh terhadap perkembangan bank syariah sebagai bank yang menjunjung tinggi nilai kepercayaan dan kehati-hatian.

Menurut Schiffman dan Kanuk "*perception is process by which an individual selects, organizes, and interprets stimuli into the a meaningful and coherent picture of the world*".⁷ Kurang lebihnya bahwa persepsi merupakan suatu proses yang membuat seseorang untuk memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya.

Bisnis perbankan merupakan bisnis kepercayaan, oleh karena itu sistem pengelolaan wajib didasarkan pada prinsip kehati-hatian untuk menjaga kepercayaan nasabah terhadap bank.⁸ Nasabah akan menabung di bank syariah apabila dilandasi oleh unsur kepercayaan, begitu pula bank akan menyalurkan dananya kepada nasabah apabila ada unsur kepercayaan.⁹ Bank syariah harus meneladani sifat-sifat Rasulullah SAW diantaranya *siddiq, amanah, fathonah, tabligh* agar membentuk kepercayaan nasabah.¹⁰

⁷ Reagi Garry Imancezar and Imroatul Khasanah, 'Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Konsumen, Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Distro Districtsides Di Semarang)' (Universitas Diponegoro, 2011).

⁸ Syukra Fauzan Ahmad, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Universitas Andalas Bertransaksi Dengan Bank Syariah Mandiri Cabang Padang' (Universitas Andalas, 2018).

⁹ Heny Septiana Sani, Dheasey Amboningtyas, and Yulianeu Yulianeu, 'Comparative Analysis Of The Financial Performance Of Banks Bca And Bank Mega (Studies On Banking Companies 2012-2016 Listed In Bei)', *Journal of Management*, 4.4 (2018).

¹⁰ Nina Anggraeni, 'Pengaruh Layanan 3 in 1 Masalah (Branchless Banking) Terhadap Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) Dan Efisiensi Biaya Operasional Bank Pada PT. Bank BJB Syariah' (Fakultas Syariah (UNISBA), 2015).

Peran nasabah dalam menentukan pilihan untuk menabung atau menjadi nasabah pada bank syariah berawal dari sikap agar terbebas dari unsur riba. Kesan umum yang ditangkap oleh masyarakat tentang perbankan syariah yakni perbankan syariah tidak ada bunga dan perbankan syariah identik dengan sistem bagi hasil.¹¹ Namun masyarakat belum mengetahui betul seperti apa dan bagaimana sistem bagi hasil yang terdapat pada bank syariah.

Bagi hasil (*profit sharing*) merupakan karakteristik umum dan landasan dasar bagi operasional bank syariah secara keseluruhan dengan sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara bank dengan penyimpan dana, maupun antara nasabah bank dengan nasabah penerima dana.¹² Sistem bagi hasil yang terdapat dalam bank syariah dapat menjamin adanya keadilan dan relative lebih aman karena nasabah akan mendapatkan keuntungan atau hasil yang sesuai.

Belum meratanya sosialisasi menjadi penyebab rendahnya *market share* bank syariah yang menyebabkan masyarakat kurang memahami tentang sistem dan operasional perbankan syariah sehingga masyarakat lebih mengenal bank konvensional daripada bank syariah baik itu dalam layanan maupun produknya. Sosialisasi yang dilakukan oleh pihak bank syariah adalah salah satu hal yang akan mempengaruhi minat dan keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Keputusan memilih bank syariah didasari adanya pemikiran bahwa bunga pada bank konvensional hukumnya haram karena termasuk dalam kategori riba yang jelas dilarang oleh agama islam. Namun faktor ini membuat suatu kejelasan bahwa dana yang digunakan dalam pembiayaan tidak boleh bertentangan dengan syariat islam.

Pembeli atau calon nasabah dalam membeli suatu barang dan jasa yang ditawarkan pada pedagang sering kali berdasarkan pada

¹¹ Imran Imran and Bambang Hendrawan, 'Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah', *Journal of Applied Business Administration*, 1.2 (2017), 209–18.

¹² H M S Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Ekonesia, 2004).

naluri atau minat. Minat yang timbul dalam diri pembeli seringkali berlawanan dengan kondisi keuangan yang dimiliki. Selain itu minat memiliki makna yang luas, karena dengan minat akan mampu merubah sesuatu yang belum jelas menjadi lebih jelas. Menurut Schiffman dan Kanuk, minat beli adalah suatu model sikap seseorang terhadap obyek barang yang sangat cocok dalam mengukur sikap terhadap golongan produk, jasa atau merk tertentu.¹³

Salah satu hal yang mengurangi minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah terjadi karena kurangnya pemahaman mengenai sistem operasional dan sistem dalam bank Syariah. Menurut Departemen Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Ahmad Bukhori mengungkapkan rendahnya nasabah bank syariah terjadi karena banyak masyarakat yang beranggapan bank syariah belum selengkap, semodern, dan sebagus bank konvensional.¹⁴ Sesuai pemaparan dari OJK bahwa pada tahun 2017 jumlah nasabah di bank syariah sekitar 15 juta sedangkan bank konvensional sekitar 80 juta atau baru sekitar 18,75% jumlah nasabah bank, selain itu market share bank syariah kembali turun dari 4,8% dari tahun 2016 menjadi 4,6% pada tahun 2017.¹⁵ Data tersebut menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat yang kurang berminat dalam bertransaksi di bank syariah. Sehingga, nasabah bank syariah masih rendah dan jauh tertinggal jika dibandingkan dengan bank konvensional. Artinya kesadaran masyarakat untuk bertransaksi dengan menggunakan jasa perbankan syariah masih kurang.

¹³ Muhammad Imran, Binti Abdul Hamid SN, and A Aziz, 'Religiosity and Organizational Commitment: A Conceptual Framework', *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 4.9 (2017), 953–61.

¹⁴ Mukhammad Faiz Sulton, 'Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Bank Syariah (Studi Pada Bpr Syariah Bangun)". Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga, 2019.

¹⁵ Muhlis Masin and Ainur Hasanah, 'Pengetahuan Produk Dan Reputasi Bank Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia', *ABHATS: Jurnal Islam Ulil Albab*, 4.1 (2023), 28–38.

Menurut Adiwarman dalam Sulistiyawan menyatakan bahwa ada enam kelemahan Bank Syariah yang menyebabkan masih sedikitnya masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Syariah. Adapun kelemahan itu meliputi, (1) Promosi bank syariah kurang menyeluruh ke berbagai masyarakat, (2) Kantor bank yang dimiliki sedikit, (3) Ketidaktahuan masyarakat, (4) Fasilitas anjungan tunai mandiri (ATM) jumlahnya sedikit, (5) Produk-produknya tidak diketahui masyarakat tidak diketahui masyarakat, (6) kurangnya fasilitas.¹⁶ Di Lampung Selatan khususnya Kecamatan Kalianda yang memiliki jumlah desa dan kelurahan sebanyak 29 yang terdiri dari 4 desa dan 25 kelurahan hanya terdapat dua bank syariah, yaitu Bank Syariah Indonesia dan Bank Syariah Bandar Lampung Kantor KAS Kalianda dan hanya terdapat satu fasilitas ATM yakni ATM BSI. Hanya terdapat dua bank syariah dan satu ATM Syariah di Kecamatan Kalianda ini membuktikan bahwa kurangnya fasilitas dan kurang populernya bank syariah di mata masyarakat membuat banyak masyarakat enggan menabung di Bank Syariah. Sebagai contoh dibuktikan dengan sedikitnya nasabah yang menabung di Bank Syariah Indonesia Kalianda pada tahun 2014-2018. Adapun yang sudah menjadi nasabah bank syariah sebagai berikut:¹⁷

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Bank Syariah Penduduk Kalianda

No.	Tahun	Nasabah Bank Syariah Penduduk Kalianda
1.	2014	53
2.	2015	80
3.	2016	88
4.	2017	98
5.	2018	105

¹⁶ Tira Nur Fitria, 'Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1.02 (2015).

¹⁷ Riza Sevtarianda, "Analisis Terhadap Rendahnya Pemahaman Masyarakat Dalam Produk-Produk Bnak Syariah" (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2020), 9-10.

Dari Tabel diatas jika melihat jumlah yang menabung di bank syariah pada tahun 2018 berjumlah 105 orang dan jumlah penduduk kecamatan kalianda pada tahun 2018 yaitu tercatat sekitar 89.527 jiwa¹⁸, dengan demikian hanya 0,1% orang yang menabung di Bank Syariah Mandiri Kalianda. Jumlah tersebut sangat sedikit jika melihat jumlah jiwa di Kecamatan Kalianda. Oleh sebab itu pentingnya sosialisasi terhadap sistem bank syariah akan mendorong naiknya minat menabung di bank syariah.

Apabila masyarakat sudah paham dan mengerti tentang sistem yang dijalankan pada bank syariah maka akan menjadi salah satu faktor pendukung untuk menarik minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah, maka dari itu diperlukannya sosialisasi tentang pemahaman mengenai sistem bagi hasil yang terdapat di bank syariah yang sebenarnya seperti apa dan bagaimana. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa strategi untuk menarik minat menjadi nasabah bank syaria'ah ialah berdasarkan pada sistem bagi hasilnya. Minat menabung di bank syariah akan terpenuhi jika mereka memberikan perhatian lebih terhadap suatu objek. Semakin tinggi pemahaman maka semakin besar minat seseorang.¹⁹

Didukung oleh peneliti terdahulu Muhammad Ashry Rivaldi 2021, bahwa persepsi dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, kemudian sistem bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Pada penelitian yang dilakukan dilakukan oleh Mia Yunita 2018 tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Sama halnya dengan hasil yang dilakukan oleh Riyanti 2021 kepercayaan lebih berkontribusi dominan dibandingkan bagi hasil terhadap minat menabung di bank syariah.

¹⁸ BPS Lampung Selatan, "Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kabupaten Lampung Selatan, 2015 – 2019" <https://lampungselatankab.bps.go.id/dynamictable/2019/10/10/80/jumlah-penduduk-menurut-jenis-kelamin-di-kabupaten-lampung-selatan-2015---2019.html>

¹⁹ Djaali, 2008, Psikologi Pendidikan, Jakarta: Bumi Aksara, hlm 212

Dari uraian diatas, maka dapat digunakan sebagai acuan untuk meneliti variabel persepsi, kepercayaan dan sistem bagi hasil mempengaruhi minat menjadi nasabah bank syariah di Wilayah Kecamatan Kalianda. Alasan peneliti melakukan penelitian di Wilayah Kecamatan Kalianda, yaitu karena kurangnya pengetahuan serta minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah. Bank syariah di Wilayah Kecamatan Kalianda juga masih terbilang sedikit jumlahnya dibandingkan dengan wilayah lainnya seperti Kota Bandar Lampung.

Oleh sebab itu berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul **“Pengaruh Persepsi, Kepercayaan dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi pada Masyarakat di Wilayah Kecamatan Kalianda).”**

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti mengidentifikasi berbagai masalah dalam penelitian ini, antara lain:

- a. Masih adanya kesalahpahaman terhadap perbankan syariah yang menunjukkan belum meratanya sosialisasi informasi perbankan syariah
- b. Maraknya perkembangan bank syariah yang masih sinis, sinisme terhadap perbankan syariah dapat dilihat dari kepercayaan masyarakat islam terhadap bank terhadap bank syariah sangat rendah
- c. Sistem bagi hasil yang masih dianggap pengalihan kata atau sebutan dari penerapan sistem bunga yang diadopsi oleh bank konvensional.
- d. Beredarnya persepsi bahwa sumber permodalan utama bank syariah berasal dari lembaga keuangan yang konvensional dan menerapkan sistem bunga.

- e. Banyak masyarakat yang belum memahami secara benar apa itu bank syariah, sistem yang dipakai, jenis produknya, serta apa keunggulannya.
2. Batasan Masalah
- Batasan masalah pada penelitian ini ditetapkan agar dalam penelitian dapat berfokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga diharapkan tujuan penelitian nanti tidak menyimpang dari sasarnya, ruang lingkup penelitian yang penulis lakukan terbatas pada:
- a. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat atau penduduk di Kecamatan Kalianda yang memutuskan menjadi nasabah bank syariah di wilayah Kecamatan Kalianda.
 - b. Terdapat banyak hal yang mempengaruhi minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah, sehingga penulis membatasi ruang lingkup penelitian. Batasan-batasan tersebut yaitu fokus kepada variabel persepsi, kepercayaan dan sistem bagi hasil

D. Rumusan Masalah

Untuk memfokuskan dan memudahkan penelitian ini, maka penulis perlu membuat rumusan-rumusan masalah berdasarkan latar belakang yang dijelaskan diatas. Maka secara spesifik masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah persepsi, kepercayaan, dan sistem bagi hasil berpengaruh secara parsial terhadap minat menjadi nasabah bank syariah?
2. Apakah persepsi, kepercayaan dan sistem bagi hasil berpengaruh secara simultan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah?
3. Bagaimana persepsi dan kepercayaan menurut ekonomi islam?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi, kepercayaan dan sistem bagi hasil secara parsial terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi, kepercayaan dan sistem bagi hasil secara simultan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.
3. Untuk mengetahui bagaimana persepsi dan kepercayaan menurut ekonomi islam.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai perbankan syariah mencakup sistem dan produk di dalamnya, serta hal-hal yang dapat mempengaruhi minat untuk menjadi nasabah bank syariah dan sebagai implementasi pengetahuan teoritis yang diperoleh selama perkuliahan.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan yang terkait dengan pengaruh persepsi, kepercayaan, dan sistem bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah bank syariah serta menambah perbendaharaan penelitian yang berkaitan dengan ilmu yang dikembangkan di lingkungan akademik.

3. Bagi Instansi Terkait

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rekomendasi bagi pihak manajemen perbankan syariah, untuk memberikan informasi yang bisa membuka pikiran masyarakat agar tertarik menjadi nasabah bank syariah.

4. Bagi Masyarakat

Memberikan informasi mengenai perbedaan sistem bunga dan bagi hasil, serta produk-produk yang ada pada bank syariah.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Dalam penyusunan proposal skripsi ini, hasil penelitian terdahulu dibutuhkan sebagai referensi dan bahan acuan poin-poin apa yang sudah pernah diteliti dan apa yang perlu diteliti, agar tidak adanya plagiasi perlu adanya kebaruan dalam sebuah

penelitian. Adapun penelitian terdahulu dalam penelitian ini diringkas dalam tabel dibawah ini.

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu

No .	Peneliti dan Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Sherly Rakhmawati, Isharijadi (2013), Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun. ²⁰	X ₁ : Kepercayaan X ₂ : Kegunaan X ₃ : Kemudahan X ₄ : Kenyamanan Y : Minat	Variabel kepercayaan (X ₁), persepsi kegunaan (X ₂), persepsi kemudahan (X ₃), dan persepsi kenyamanan (X ₄) secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan sistem internet banking.

²⁰ Sherly Rakhmawati and Isharijadi Isharijadi, 'Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking Pada

2.	Muhammad Zuhirsyan, Nurlinda (2018), Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah ²¹	X ₁ : Religiusitas X ₂ :Persepsi Nasabah Y:Keputusan Memilih	Secara simultan religiusitas dan persepsi nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah.bank syariah. • Secara parsial persepsi nasabah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah.
3.	Lukytta Gusti Acfira, Mursalim, H. Amiruddin (2020), Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan	X ₁ : Pengetahuan Nasabah X ₂ : Kualitas Layanan X ₃ : Reputasi Bank X ₄ : Tingkat Nilai Margin Y :Pengambilan Pembiayaan Murabahah	Variabel pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan reputasi bank berpengaruh signifikan terhadap pengambilan pembiayaan murabahah pada Bank Sulselbar

Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun', *Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 2.2 (2013), 71–84.

²¹ Muhammad Zuhirsyan and Nurlinda Nurlinda, 'Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah', *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10.1 (2018), 48–62.

	Murabahah Pada Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar ²²		Cabang Syariah Makassar. Variabel tingkat nilai margin berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pengambilan pembiayaan murabahah pada Bank Sulselbar Cabang Syariah
4.	Imran, Bambang Hendrawan (2017) Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah. ²³	<ul style="list-style-type: none"> • X_1 : Persepsi Tentang Bunga Bank • X_2 : Persepsi Tentang Bagi Hasil • X_3 : Persepsi Tentang Produk • Y : Minat Menggunakan Produk 	<ul style="list-style-type: none"> • Bunga bank dan bagi hasil berpengaruh signifikan sedangkan pengetahuan mengenai produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah • Secara simultan bunga bank, bagi hasil dan pengetahuan

²² Lukytha Gusti Acfira, Mursalim Mursalim, and H Amiruddin, 'Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar', *Jurnal Mirai Management*, 5.3 (2020), 166–84.

²³ Imran and Hendrawan.

			mengenai produk bank syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah
5.	Fitri Komariyah, Ali Farhan (2020) Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Sidoarjo Dan Surabaya. ²⁴	<ul style="list-style-type: none"> • X_1 : Persepsi Kognitif • X_2 : Persepsi Afektif • X_3 : Persepsi Konatif • Y : Keputusan Menjadi Nasabah 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel persepsi kognitif (X_1), persepsi afektif (X_2), persepsi konatif (X_3), pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di bank syariah.
6.	Rika Yulianti, Marijati Sangen,	<ul style="list-style-type: none"> • X_1 : Nilai-Nilai Agama • X_2 : Kualitas Layanan • X_3 : Promosi • X_4 : Kepercayaan 	Variabel nilai-nilai agama (X_1), kualitas layanan (X_2), promosi

²⁴ Fitri Komariyah and Ali Farhan, 'Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Sidoarjo Dan Surabaya', *Media Mahardhika*, 18.3 (2020), 341-44.

	Ahmad Rifani (2016) Pengaruh Nilai-Nilai Agama, Kualitas Layanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Banjarmasin ²⁵	Y : Keputusan Menjadi Nasabah	(X_3), dan kepercayaan (X_4) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah di Banjarmasin,
7.	Yulika Khasanah, Arie Indra Gunawan (2014) Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah	<ul style="list-style-type: none"> • X_1 : Sistem Mudharabah • Y : Keputusan Menjadi Nasabah 	Sistem bagi hasil mempunyai pengaruh positif dan memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan menjadi nasabah. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh nilai

²⁵ Rika Yulianti, Marijati Sangen, and Ahmad Rifani, 'Pengaruh Nilai-Nilai Agama, Kualitas Layanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Banjarmasin', *Jurnal Wawasan Manajemen*, 4.2 (2016), 127–38.

	Di Kota Cirebon (Penelitian Survei Terhadap Nasabah Bank Syariah di Kota Cirebon). ²⁶		sebesar 42,3% artinya 42,3% variabel keputusan menjadi nasabah dapat dijelaskan oleh variabel sistem bagi hasil, sedangkan 57,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.
8.	Gicella Fanny Andriani, Halmawati (2019) Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah	<ul style="list-style-type: none"> • X_1 : Bagi Hasil • X_2 : Kelompok Acuan • X_3 : Kepercayaan • X_4 : Budaya • Y : Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah 	Bagi hasil (X_1), dan kelompok acuan (X_2) tidak berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Kepercayaan (X_3) dan budaya (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah

²⁶ Yulika Khasanah and Arie Indra Gunawan, 'Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Cirebon (Penelitian Survei Terhadap Nasabah Bank Syariah Di Kota Cirebon)', *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2.1 (2014).

	Bank Syariah ²⁷		bank syariah.
9.	Sugeng Hariadi, Sari Anggriani (2018) Pengaruh Persepsi Keyakinan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah. ²⁸	<ul style="list-style-type: none"> • X_1 : Persepsi Keyakinan • X_2 : Persepsi Bagi Hasil • Y : Minat Menabung 	Persepsi keyakinan (X_1), persepsi bagi hasil (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah
10.	Sri Wahyuni (2017) Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> • X_1 : Persepsi Kualitas Pelayanan • X_2 : Persepsi Bagi Hasil • Y : Minat Menjadi Nasabah 	Persepsi kualitas (X_1), persepsi bagi hasil (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah

²⁷ Gicella Fanny Andriani and Halmawati Halmawati, 'Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah', *JURNAL EKSPLORASI AKUNTANSI (JEA)*, 1.3 (2019), 1322–36.

²⁸ Sugeng Hariadi and Sari Anggriani, 'Pengaruh Persepsi Keyakinan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah', *Ekonomi Dan Bisnis: Berkala Publikasi Gagasan Konseptual, Hasil Penelitian, Kajian, Dan Terapan Teori*, 23.1 (2018), 1–10.

	Menjadi Nasabah Bank Syari'ah. ²⁹		
--	--	--	--

H. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, penulis membagi tiga bagian yaitu pertama, bagian awal, kedua bagian inti dan yang ketiga bagian penutup. Untuk memudahkan pemahaman dan memperjelas arah dari pembahasan penelitian dan penulisan ini. Sistematika dibagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB I: Pendahuluan

Pada bab ini memuat tentang pendahuluan yang berisikan sub-sub yang terdiri dari penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika penulisan.

BAB II: Landasan Teori Dan Pengajuan Hipotesis

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang relevan dengan judul skripsi ini dan hipotesis yang menjadi jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu terdiri atas: Teori Perilaku Konsumen, Nilai Tambah, Minat, Nasabah, Bank Syariah, Persepsi, Kepercayaan, dan Sistem Bagi Hasil. selain itu bab ini juga memuat kerangka pemikiran dan pengajuan hipotesis.

BAB III: Metode Penelitian

Bab ini mengemukakan tentang metode penelitian yang dilakukan oleh penulis yang terdiri atas Jenis Penelitian, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data, Instrument Penelitian, Metode Analisis Data, Uji Kualitas Data, Uji

²⁹ Sri Wahyuni, 'Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syari'ah', *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 2.2 (2017), 437–59.

Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda (Multiple), Uji Hipotesis, Definisi Operasional Variabel.

BAB IV: Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Bab ini terdiri atas hasil dari penelitian yang dilakukan serta pembahasan mengenai hal tersebut. Bab ini berisi tentang deskripsi data responden, data variabel, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V: Penutup

Bab ini berisi tentang simpulan serta rekomendasi. Pada bab penutup ini meliputi pembahasan untuk menjelaskan serta menjawab pertanyaan-pertanyaan di rumusan masalah.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

A. Teori Yang Digunakan

Grand Theory dalam penelitian ini adalah perilaku konsumen yang pertama kali di kemukakan oleh John A. Howard dan Jagdish N. Sheth.

1. Perilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Schiffman dan Kanuk studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi).³⁰ Definisi perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.³¹ Perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, menggunakan, memakai, mengkonsumsi dan menghabiskan produk (barang dan jasa) termasuk proses yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.³² Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan.³³

³⁰ Leon Schiffman, 'G. & Leslie Lazar Kanuk.(2007). Perilaku Konsumen' (New Jersey: Prentice Hall).

³¹ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, 'Manajemen Pemasaran' (edisi, 2009).

³² Limakrisna Supranto, 'Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Edisi II', *Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media*, 2011.

³³ Etta Mamang Sangadji, 'Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian', 2013.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan. Memahami perilaku pembeli (*buying behaviour*) dari pasaran merupakan tugas penting dari manajemen pemasaran. Untuk memahami hal ini, perlu diketahui faktor-faktor apakah yang memengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian. Berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen³⁴ :

1) Faktor Eksternal

a) Kebudayaan

Kebudayaan adalah kompleks yang mencakup pengertian, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat serta kebiasaan-kebiasaan yang didapatkan oleh manusia sebagai anggota masyarakat. Mempelajari perilaku konsumen adalah mempelajari perilaku manusia, sehingga perilaku konsumen juga ditentukan oleh kebudayaan yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan, dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa.

b) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen yang bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai minat dan perilaku yang sama. Kelas sosial ini memegang peran penting dalam suatu program pemasaran, karena adanya perbedaan substansial diantara kelas-kelas tersebut memengaruhi perilaku pemberian mereka. Jadi sampai sejauh mana pemasar mampu mempromosikan produknya sehingga dirasa akan membantu keinginan

³⁴ Danang Sunyoto and Tri Admojo, 'Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen', 2014.

konsumen untuk mencapai kelas sosial yang lebih tinggi.

c) Keluarga

Keluarga digunakan menggambarkan berbagai macam bentuk rumah tangga. Dalam keluarga masing-masing anggota dapat berbuat hal yang berbeda dalam membeli sesuatu. Setiap anggota keluarga memiliki selera dan keinginan yang berbeda. Oleh karena itu perusahaan dalam mengidentifikasi perilaku konsumen harus mengetahui siapa perlu, pengambil inisiatif, pembeli atau siapa yang dapat mempengaruhi keputusan untuk membeli dengan mengetahui peranan dari masing-masing anggota keluarga, maka perusahaan dapat menyusun program-program pemasaran dengan lebih baik dan terarah.

d) Kelompok referensi dan kelompok sosial

Kelompok referensi adalah kelompok yang menjadi ukuran seseorang untuk membentuk kepribadian perilakunya. Biasanya masing-masing kelompok mempunyai pelopor opini (*opinion leader*) yang dapat memengaruhi anggota dalam membeli sesuatu. Kelompok sosial adalah kelompok yang himpunan manusia yang hidup

2) Faktor Internal

a) Motivasi

Motivasi merupakan suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh suatu kepuasan. Tanpa motivasi seseorang tidak akan terpengaruh untuk mencari kepuasannya sendiri.

b) Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses di mana seseorang memilih, mengorganisasikan dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Persepsi dapat melibatkan penafsiran seseorang atas suatu

kejadian berdasarkan pengalaman masa lalunya. Pada pemasar perlu adanya kerja keras untuk memikat perhatian para konsumen agar pesan yang disampaikan dapat mengenai pada sasaran.

c) Belajar

Belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul karena pengalaman

d) Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian adalah pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan untuk bertingkah laku. Sedangkan konsep diri dapat memengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian

e) Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan adalah suatu fikiran deskriptif yang dianut seseorang mengenai sesuatu. Sedangkan sikap menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan emosional dan kecenderungan berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa obyek atau gagasan.

2. Nilai Tambah

Teori nilai tambah yang dikembangkan oleh Neil Smelser adalah kerangka kerja analitik kompleks yang berupaya mengungkapkan kekuatan yang mendorong tindakan kolektif dalam sistem sosial. Nilai tambah diartikan sebagaimana masing-masing penentu kolektif tindakan berkontribusi pada penentu berikutnya dengan cara meningkatkan kemungkinan dari tindakan kolektif yang terjadi atau berhasil mencapai tujuannya.³⁵ Terdapat enam faktor penentu dari nilai tambah yaitu kondusifitas struktural, ketegangan struktural, keyakinan umum, peristiwa pemicu, mobilisasi peserta dan kontrol sosial.

Untuk mengklaim semua perilaku sosial didorong oleh empat komponen yaitu fasilitas situasional, peran atau motivasi/organisasi individu, norma, dan nilai. Oleh karena itu,

³⁵ Adam J Saffer, 'Value-Added Theory', *The International Encyclopedia of Strategic Communication*, 2018, 1–10.

untuk memahami tindakan kolektif perlu untuk mengenali interaksi di antara komponen-komponen sosial dan bagaimana interaksi tersebut mempengaruhi perilaku sosial individu. Nilai tambah harus ada agar tindakan kolektif terjadi dan melalui proses nilai tambah masing-masing penentu meningkatkan kemungkinan tindakan kolektif terjadi dan menjadi efektif.

Perilaku para calon nasabah tentu menjadi pertimbangan bank syariah bagaimana menempatkan strategi yang baik untuk menarik minat menjadi nasabah bank syariah. Para calon nasabah akan melihat dan menerima berbagai informasi mengenai perbankan syariah, dari sisi inilah nilai tambah diperlukan untuk mendorong para nasabah menggunakan bank syariah. Keyakinan umum masyarakat dalam menggunakan bank syariah terletak pada respon dan pengalamannya dalam menggunakan jasa perbankan. Respon yang baik tentu akan mendorong para calon nasabah untuk menjadi nasabah di bank syariah.

3. Minat

a. Pengertian Minat

Minat merupakan keinginan atau ketertarikan seseorang untuk bersedia memiliki atau menguasai sesuatu. Arti minat menurut bahasa dapat dikatakan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, tanpa ada yang menyuruh. Sementara menurut istilah dapat juga dijabarkan sebagai suatu dorongan dari dalam diri seseorang untuk ikut serta ataupun memiliki semua yang ada pada apa yang diminati.³⁶ Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya. Minat menurut B.Slameto adalah ketertarikan

³⁶ B Slameto, 'Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya (Cetakan IV)', *Rineka Cipta*, 2003.

seseorang untuk bersedia memiliki atau menguasai sesuatu.³⁷ Minat menurut Tri Astuti merupakan keinginan yang timbul dari diri sendiri tanpa adanya paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu.³⁸ Sedangkan menurut Tampubolon minat adalah suatu perpaduan keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi.³⁹ Minat juga diartikan sebagai suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi minat antara lain:

- 1) Dorongan dari dalam individu.
- 2) Motif sosial.
- 3) Faktor emosional.⁴⁰

c. Indikator Minat

- 1) Ketertarikan dalam kesediaan produk Bank Syariah
- 2) Keinginan dalam mencapai tujuan
- 3) Pengembangan motivasi yang menimbulkan keinginan dan kemauan

4. Nasabah

Nasabah adalah pihak yang emnggunakan produk dan jasa dari perusahaan perbankan dan mamanfaatkan jasa bank tersebut untuk melakukan transasksi uang.

³⁷ Hariati Hariati and Muhammad Syukur, 'Minat Masyarakat Melanjutkan Perguruan Tinggi Desa Garecing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai', *Jurnal Sosialisasi*, 6.2 (2019), 30–35.

³⁸ Tri Astuti and Rr Indah Mustikawati, 'Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah', *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2.1 (2013), 182–98.

³⁹ Hasana Hasana, 'Upaya Peningkatan Minat Membaca Karya Sastra Peserta Didik MAN 3 Kota Jambi', *Jurnal Pendidikan Guru*, 1.2 (2020).

⁴⁰ Abdul Rahman Saleh and Muhib Abdul Wahab, 'Psikologi Suatu Pengantar', 2004. h.264

Nasabah terbagi menjadi dua yaitu nasabah debitur dan nasabah penyimpan.⁴¹ Nasabah debitur yaitu nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian antara bank dan nasabah yang bersangkutan. Sedangkan nasabah penyimpanan yaitu nasabah yang mendapatkan dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian antara bank dan nasabah yang bersangkutan. Nasabah adalah orang yang paling penting dalam suatu bank. Nasabah tidak tergantung pada bank, tetapi bank yang tergantung pada nasabah. Bank yang mampu membuat hati nasabah, yang akan diuntungkan dengan peningkatan dana yang diterima dari masyarakat.

5. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam atau bank yang tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadits.⁴² Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 208 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا
خُطَوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu.

⁴¹ Lukman Dendawijaya, 'Manajemen Perbankan, Jakarta, Ghaha Indonesia', Gani, Khoerudin (2010),^^ Perbankan Syariah: Harapan Dan R^ Alita I Diambil, 10 (2001).

⁴² Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik* (Gema Insani, 2001).

Bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan atau perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al Qur'an dan Hadits Nabi Muhammad SAW. Dengan kata lain bank syari'ah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan atau kredit dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam. bank syariah memiliki produk atau jasa yang tidak ditemukan dalam operasi bank konvensional. Prinsip-prinsip seperti musyarakah, mudharabah, murabahah, ijarah, istishna dan sebagainya tidak memuat adanya prinsip-prinsip bunga seperti yang dikembangkan oleh bank konvensional. Pandangan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah di antaranya dapat mewakili dengan pandangan masyarakat secara umum terhadap perbankan syariah. Kesan umum yang ditangkap oleh masyarakat tentang perbankan syariah adalah perbankan syariah tidak ada bunga, perbankan syariah identik dengan bank sistem bagi hasil. Namun demikian, ternyata persepsi dan sikap masyarakat terhadap bunga bank dan sistem bagi hasil sangat beragam. Sebagian masyarakat tetap menerima bunga, sebagiannya lagi menerima sistem bagi hasil. Sikap yang mencampur adukkan berbagai paradigma ini, memberi nuansa yang cukup menarik sebagai gambaran tentang sikap, pengetahuan, persepsi serta perilaku masyarakat dalam menyikapi kebijakan *dual banking system* tersebut. Perbankan syariah mengharamkan sistem bunga dan menghalalkan bagi hasil.⁴³

⁴³ Muhammad (2005). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta. UPP AMP YKPN Oentoro, D. 2012, *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi Kesembilan, Jilid 1 dan jilid 2, Jakarta, Prehalindo, Penerbit LaksBang PRESSindo, Yogyakarta.

b. Fungsi Bank Syariah

Fungsi utama bank syariah meliputi tiga hal yaitu :

- 1) Penghimpunan dana masyarakat
- 2) Penyalur dana kepada masyarakat
- 3) Pelayanan jasa bank

Fungsi bank syariah adalah sebagai perantara yang membutuhkan dana dari pihak yang memiliki dana. Masyarakat yang memiliki dana akan membutuhkan bank syariah sebagai tempat untuk menyimpan dananya. Dalam menghimpun dana masyarakat, bank syariah akan bagi biaya dan bagi hasil atau bonus atas simpanan dana dari masyarakat. Pembayaran bonus dan atau bagi hasil kepada pihak ketiga tergantung pada akad antara pemilik dana (nasabah) dan pengguna dana (bank syariah).⁴⁴

Dalam menyalurkan dana kepada masyarakat, bank syariah akan memperoleh balas jasa yang berupa margin keuntungan atau bagi hasil. Pendapatan margin keuntungan atau bagi hasil yang diperoleh bank dari nasabah yang memperoleh pembiayaan akan dibandingkan dengan bonus dan bagi hasil yang dibayar oleh bank kepada nasabah yang menyimpan atau menginvestasikan dananya di bank syariah. Perbedaan antara pendapatan yang diterima oleh nasabah pengguna dana atau nasabah pembiayaan dengan biaya yang dibayar kepada nasabah disebut dengan *spread* dalam bank syariah, pendapatan bagi hasil dan atau margin keuntungan akan selalu lebih besar dibandingkan dengan biaya bagi hasil dan bonus yang dibayarkan kepada nasabah investor.

6. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Persepsi berasal dari bahasa latin, *perceptio* yang berarti menerima atau mengambil. Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu yang berarti mengenai

⁴⁴ Warkum Sumitro and Asas-asas Perbankan Islam, 'LembagalembagaTerkait', Jakarta: PT', *Raja Grafindo Persada*, 2004.

dunia.⁴⁵ Menurut Sunyoto persepsi adalah sebagai proses di mana seorang memilih, mengorganisasikan dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti di dunia ini.⁴⁶ Menurut Hawkins persepsi merupakan sebuah proses yang akan diawali dengan pemahaman konsumen dan perhatian terhadap rangsangan pemasaran dan berakhir dengan penafsiran konsumen terhadap sesuatu.⁴⁷ Persepsi dapat melibatkan penafsiran seorang atas suatu kejadian berdasarkan pengalaman masa lalunya. Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana pengertian sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang mengembirakan. Sensasi dapat didefinisikan juga sebagai tanggapan yang cepat dari indra penerima yang kita miliki terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna, dan suara. Dengan adanya itu semua, maka akan timbul persepsi.⁴⁸

b. Proses Pembentukan Persepsi

Proses pembentukan persepsi menurut Setiadi terdiri dari sejumlah tahap, yaitu⁴⁹:

1) Seleksi Persepsi

Seleksi persepsi terjadi ketika konsumen menangkap dan memilih stimulus berdasarkan informasi yang dimiliki oleh konsumen. Sebelum seleksi persepsi terjadi, terlebih dahulu stimulus harus mendapatkan perhatian dari konsumen. Tidak semua stimulus yang dipaparkan dan diterima konsumen akan memperoleh perhatian

⁴⁵ Sakum Sakum and Hidayat Iftia, 'PENGARUH PERSEPSI NASABAH TENTANG PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH', *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 5.01 (2020), 120–48.

⁴⁶ Sunyoto and Admojo.

⁴⁷ Adrian Yudya Prasetyo, Achmad Fauzi DH, and Brillyanes Sanawiri, 'Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol, 61.3 (2018).

⁴⁸ Nugroho J Setiadi and M M SE, *Perilaku Konsumen: Edisi Revisi* (Kencana, 2015).

⁴⁹ Donni Juni Priansa, 'Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer', 2017.

konsumen dikarenakan konsumen memiliki keterbatasan sumber daya pemikiran untuk mengolah semua informasi yang diperolehnya. Oleh karena itu, konsumen melakukan seleksi terhadap setiap informasi dan stimulus yang diterimanya.

2) Pengorganisasian Persepsi

Pengorganisasian persepsi mengartikan bahwa konsumen mengumpulkan informasi dari berbagai sumber ke dalam pengertian yang menyeluruh untuk memahami lebih baik dan bertindak atas pemahaman itu.

3) Interpretasi Persepsi

Proses terakhir dari persepsi adalah memberikan intepretasi atas stimulus yang diterima konsumen. Setiap stimulus yang diterima oleh konsumen baik disadari ataupun tidak disadari akan diintepretasikan oleh konsumen. Intrepetasi tersebut didasarkan pada pengalaman penggunaan suatu produk masa lalu dan pengalaman itu tersimpan dalam memori panjang.

c. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor yang mempengaruhi persepsi adalah penglihatan dan sasaran yang diterima dan dimana situasi persepsi terjadi penglihatan. Tanggapan yang timbul atas rangsangan akan dipengaruhi sifat-sifat individu yang melihatnya, sifat yang dapat mempengaruhi persepsi yaitu⁵⁰:

1) Motivasi

Hal yang mendorong seseorang mendasari tindakan yang dilakukannya. Adanya motivasi dalam diri seseorang menjadi dasar untuk melakukan pembelian. Sikap yang dapat mempengaruhi positif atau negatifnya tanggapan yang akan diberikan seseorang. Apabila seseorang memiliki sikap yang positif pada suatu produk maka orang tersebut akan membeli produk yang ditawarkan. Sebaliknya apabila seseorang memiliki sikap yang

⁵⁰ Nugroho J Setiadi, 'Perilaku Konsumen, Cetakan 4', *Edisi Revisi*, Jakarta: Kencana, 2010.

negative pada suatu produk maka orang tersebut tidak akan membeli produk yang ditawarkan.

2) Sikap

Sikap yang dapat mempengaruhi positif atau negatifnya tanggapan yang akan diberikan seseorang. Apabila seseorang memiliki sikap yang positif pada suatu produk maka orang tersebut akan membeli produk yang ditawarkan. Sebaliknya apabila seseorang memiliki sikap yang negative pada suatu produk maka orang tersebut tidak akan membeli produk yang ditawarkan.

3) Minat

Merupakan faktor lain yang membedakan penilaian seseorang terhadap suatu hal atau objek tertentu, yang mendasari kesukaan ataupun ketidaksukaan terhadap objek tersebut.

4) Pengalaman Masa Lalu

Dapat mempengaruhi persepsi seseorang karena akan menarik kesimpulan yang sama dengan yang pernah dilihat dan didengar.

5) Harapan

Mempengaruhi persepsi seseorang dalam membuat keputusan, akan cenderung menolak gagasan, ajakan, atau tawaran yang tidak sesuai dengan yang tidak kita harapkan.

6) Sasaran

Mempengaruhi penglihatan yang akhirnya akan memengaruhi persepsi.

7) Situasi

Situasi atau keadaan sekitar kita yang turut mempengaruhi persepsi. Sasaran atau benda yang sama yang kita lihat dalam situasi yang berbeda akan menghasilkan persepsi yang berbeda pula

d. Karakteristik Seseorang Mempengaruhi Persepsi

Menurut Robbins dalam Yuniarti, persepsi dapat dipengaruhi oleh karakter seseorang yang dipengaruhi oleh hal-hal berikut⁵¹ :

1) *Attitudes*

Dua individu yang sama, tetapi mengartikan sesuatu yang dilihat berbeda satu dan yang lain.

2) *Motives*

Kebutuhan yang tidak terpuaskan yang mendorong individu memiliki pengaruh yang kuat terhadap persepsinya.

3) *Interest*

Fokus dari perhatian kita dipengaruhi oleh minat kita karena minat seseorang berbeda satu dan yang lain. Yang diperhatikan oleh seseorang dalam suatu situasi dapat berbeda satu dan yang lain dan dapat berbeda dari yang dirasakan oleh orang lain.

4) *Experiences*

fokus karakter individu yang berkaitan dengan pengalaman masa lalu, seperti minat atau interes individu. Seorang individu merasakan pengalaman masa lalu pada sesuatu yang dikaitkan dengan hal yang terjadi saat ini.

5) *Expectations*

Ekspektasi dapat mengubah persepsi individu dalam melihat yang mereka harapkan dari yang terjadi saat ini.

e. Unsur-Unsur Persepsi

Menurut Pratminingsih, terdapat tiga unsur yang ada pada persepsi yaitu sebagai berikut⁵² :

1) Pengamatan

⁵¹ Yuniarti, Vinna, Sri. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: Penerbit Pustaka Setia, 2015) h.112

⁵² Pratminingsih, Sri Astuti. 2014. *Komunikasi Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Pengamatan adalah suatu fungsi pengenalan dimana seseorang menghayati objek yang nyata dengan jalan kontak langsung terhadap sistem.

2) Pandangan

Pandangan adalah suatu proses dimana menghimpun dari setiap pendapat dan pemikiran mengenai objek melalui informasi dan komunikasi.

3) Pendapat

Pendapat adalah suatu proses dimana seseorang melakukan kontak secara teratur dan sistematis dengan memberikan penilaian terhadap suatu objek.

f. Indikator Persepsi

1) Memilih masukan informasi tentang variasi produk perbankan

2) Pemahaman nasabah terhadap variasi produk perbankan syariah

3) Pemahaman nasabah terhadap manfaat perbankan syariah

4) Pemahaman nasabah terhadap keistimewaan perbankan syariah

7. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah keinginan dari seseorang untuk bertumpu pada orang karena adanya keyakinan pada orang tersebut. Kepercayaan, menurut Riyanti adalah pondasi dari bisnis. Transaksi antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai.⁵³ Pengertian lainnya menurut Kusmayadi kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan dapat melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dari suatu harapan yang umumnya dimiliki

⁵³ Aditya Liliyan, 'Entrepreneurial Marketing Dan Trust Terhadap Marketing Performance', *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17.4 (2020), 531–47.

seseorang bahwa kata, janji, atau pernyataan orang lain dapat dipercaya.⁵⁴ Beberapa elemen penting dari kepercayaan yang dikemukakan oleh Kusmayadi, antara lain:

- 1) Kepercayaan merupakan perkembangan dari pengalaman dan tindakan dimasa lalu watak yang diharapkan mitra seperti dapat dipercaya dan dapat diandalkan.
- 2) Kepercayaan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri dalam risiko.
- 3) Kepercayaan melibatkan perasaan aman dan yakin pada mitra diri.
- 4) Manfaat Kepercayaan
Menurut Egan kepercayaan mempunyai keuntungan sebagai berikut⁵⁵:
 - a) Menghasilkan perilaku yang kooperatif antara perusahaan pelanggan.
 - b) Mengurangi potensi konflik yang berbahaya bagi hubungan perusahaan dengan pelanggan.
 - c) Memudahkan perusahaan memberikan respon yang efektif jika terjadi krisis atau konflik dalam hubungan perusahaan dengan pelanggan.

b. Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan

Kepercayaan sangat bermanfaat dan penting untuk membangun kepuasan walaupun menjadi pihak yang dipercaya tidaklah mudah dan memerlukan usaha bersama. Menurut Pappers Roggers faktor-faktor kepercayaan, antara lain⁵⁶:

- 1) Nilai merupakan hal mendasar untuk mengembangkan suatu kepercayaan. Pihak-pihak dalam relationship yang

⁵⁴ Tatang Kusmayadi, 'Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan', *STIE STAN Indonesia Mandiri*, 2007.

⁵⁵ John Egan, *Relationship Marketing: Exploring Relational Strategies in Marketing* (Pearson education, 2008).

⁵⁶ Peppers Don and Rogers Martha, 'Managing Customer Relationships: A Strategic Framework', *United States of America, John Wiley & Sons Inc*, 2004, 13.

memiliki perilaku, tujuan, dan kebijakan yang sama akan dapat mempengaruhi kemampuan dalam mengembangkan kepercayaan.

- 2) Ketergantungan pada pihak lain mengimplikasikan kerentanan. Untuk mengurangi risiko pihak yang tidak percaya akan membina relationship dengan pihak yang dapat dipercaya.
 - 3) Komunikasi yang terbuka dan teratur. Komunikasi yang dilakukan untuk menghasilkan kepercayaan harus dilakukan secara teratur dan berkualitas tinggi atau dengan kata lain harus relevan dan tepat waktu.
- c. Indikator Kepercayaan
- 1) Keyakinan terhadap kinerja pegawai bank syariah
 - 2) Kesediaan pelayanan terhadap kepentingan nasabah dengan baik
 - 3) Transaksi terjadi apabila masing-masing saling mempercayai.

8. Sistem Bagi Hasil

a. Pengertian Sistem Bagi Hasil

Bagi hasil adalah suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara bank dengan penyimpan dana, maupun antara nasabah bank dengan nasabah penerima dana. Semakin tinggi nisbah bagi hasil dan semakin jelas ketentuan dalam pembagian bagi hasil maka dapat memperbesar kemungkinan nasabah dalam mempengaruhi minat untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah. Sistem bagi hasil menurut Wahab dan Wirdayani adalah ciri khusus yg ditawarkan kepada masyarakat, dan didalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak

(akad).⁵⁷ Sistem bagi hasil menurut Mutasowifin dan Ali merupakan suatu bentuk pembagian keuntungan yang akan diperoleh nasabah sebagai pemilik modal dengan koperasi sebagai pengelola modal yang disimpan nasabah. Pembagian keuntungan didasarkan kepada seberapa besar koperasi dapat mengelola dana tersebut untuk mendapat keuntungan atau mungkin juga kerugian.⁵⁸ Tingkat bagi hasil merupakan faktor utama seseorang dalam memutuskan menjadi nasabah pada Bank Syariah, hal ini terjadi karena tingkat bagi hasil begitu dominan dalam mendorong seseorang untuk membuka rekening Bank Syariah.⁵⁹

Dalam hal ini terdapat dua pihak yang melakukan perjanjian usaha, maka hasil atas usaha yang dilakukan oleh kedua belah pihak atau salah satu pihak akan dibagi sesuai dengan porsi masing-masing pihak yang melakukan akad perjanjian. Pembagian bagi hasil usaha dalam perbankan syariah ditetapkan dengan menggunakan nisbah. Dalam penerapan sistem bagi hasil di bank syariah menggunakan nisbah bagi hasil. Nisbah bagi hasil merupakan hal yang sangat penting untuk penentuan bagi hasil. Hal ini dikarenakan nisbah bagi hasil adalah kerjasama yang disepakati antara kedua belah pihak yang bertansaksi. Untuk menentukan nisbah bagi hasil harus memperhatikan hal-hal seperti data usaha, kemampuan angsuran, hasil usaha yang dijalankan, nisbah pembiayaan, dan pembagian hasilnya. Pihak yang melakukan kerjasama akan berpartisipasi dalam kerugian dan keuntungan.⁶⁰

Seperti yang dijelaskan pada Al-Qur'an Surat Al-Maidah Ayat 1:

⁵⁷ Wirdayani Wahab, 'Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah', *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 1.2 (2016), 167–84.

⁵⁸ Ali Mutasowifin, 'Menggagas Strategi Pengembangan Perbankan Syariah Di Pasar Nonmuslim', *Jurnal Universitas Paramadina*, 3.1 (2003), 25–39.

⁵⁹ Saleh and Wahab.

⁶⁰ Saleh and Wahab. h. 265

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ
 الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ
 إِنَّ اللَّهَ يَجْزِيكُم مَّا يُرِيدُ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.

Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa bagi hasil adalah suatu sistem kerjasama antara bank dan penyimpan dana dimana hasilnya dibagi berdasarkan ketentuan yang telah di sepakati diawal perjanjian. Melalui kerjasama akan meningkatkan kesejahteraan dan mencegah kesengsaraan sosial. Selain itu juga akan menciptakan ekonomi menjadi lebih merata lagi. Kemudian akan menjadikan sekumpulan orang berprinsip yang kuat membantu yang lemah. Sehingga masyarakat akan menjadi makmur dan sejahtera.

b. Perbedaan Bagi Hasil dan Bunga

Tabel 2.1
Perbedaan Bagi Hasil dan Bunga

Bagi Hasil	Bunga
Bagi hasil ditetapkan dengan rasio nisbah yang disepakati antara pihak yang melaksanakan akad pada suatu saat akad	Besarnya bunga ditetapkan pada saat perjanjian dan mengikat kedua pihak yang melaksanakan perjanjian

dengan berpedoman adanya kemungkinan keuntungan atau kerugian.	dengan asumsi bahwa pihak penerima pinjaman akan selalu mendapatkan keuntungan
Besarnya bagi hasil dihitung berdasarkan nisbah yang diperjanjikan dikalikan dengan jumlah pendapatan dan atau keuntungan yang diperoleh.	Besarnya bunga yang diterima berdasarkan perhitungan persentase bunga dikalikan dengan jumlah dana yang dipinjamkan.
Jumlah bagi hasil akan dipengaruhi oleh besarnya pendapatan dan /atau keuntungan. Bagi hasil akan berfluktuasi.	Jumlah bunga yang diterima tetap, meskipun usaha peminjam meningkat atau menurun.
Sistem bagi hasil adil, karena perhitungannya berdasarkan hasil usaha. Eksistensi bunga diragukan oleh semua agama.	Sistem bunga tidak adil, karena tidak terkait dengan hasil usaha peminjam.
Tidak ada agama satupun yang meragukan sistem bagi hasil.	Eksistensi bunga diragukan oleh semua agama.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sistem Bagi Hasil

Faktor yang mempengaruhi bagi hasil terdiri dari dua faktor langsung dan tidak langsung.⁶¹

1) Faktor langsung

a) *Investment Rate*

⁶¹ Muhammad, 2016 “*Sistem Bagi Hasil Dan Pricing Bank Syariah*”. Yogyakarta: UII Press.

Persentase aktual dana yang diinvestasikan dari total dana

b) Jumlah dana yang tersedia

Jumlah dana yang berasal dari berbagai sumber dan tersedia untuk diinvestasikan. Dana tersebut dapat dihitung dengan menggunakan metode rata-rata saldo minimum bulanan atau rata-rata total saldo harian.

c) Nisbah bagi hasil (*profit sharing ratio*) Salah satu ciri dari pembiayaan mudharabah adalah nisbah yang harus

2) Faktor Tidak Langsung

a) Penentuan butir-butir pendapatan dan biaya dari nasabah melakukan *share* dalam pendapatan dan biaya. Bagi hasil yang berasal dari pendapatan setelah dikurangi dengan biaya-biaya disebut profit sharing. Sedangkan jika bagi hasil hanya dari pendapatan dan semua biaya ditanggung oleh mudharib disebut dengan *revenue sharing*.

b) Kebijakan Akunting

Bagi hasil tidak secara langsung dipengaruhi oleh prinsip dan metode akunting yang diterapkan. Namun, bagi hasil dipengaruhi oleh kebijakan pengakuan pendapatan dan biaya.

d. Indikator Sistem Bagi Hasil

- 1) Kesepakatan terhadap pembagian hasil usaha
- 2) Keuntungan yang diperoleh.

9. Ekonomi Islam

a. Definisi Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah suatu ekonomi yang berdasar pada ketuhanan. Ada suatu perbedaan pokok di dalam paradigma antara ekonomi Islam dan ekonomi konvensional. Ekonomi konvensional memandang suatu ilmu pengetahuan

sebagai sesuatu yang secular bahwa kebebasan ekonomi Islam dibangun berdasarkan pada prinsip religius.⁶²

Adapun dalam pandangan Islam, ekonomi atau *iqtishad* berasal dari kata *qosdu* yang berarti keseimbangan (*equilibrium*) dan keadilan (*equally ballanced*).⁶³ Firman Allah tentang arti kata al-qashdu dalam Al-Qur'an yang dimaknai dekat, seperti yang tertera dalam ayat Al-Qur'an :

لَوْ كَانَ عَرَضًا قَرِيبًا وَسَفَرًا قَاصِدًا لَاتَّبَعُوكَ وَلَٰكِن بَعُدَتْ عَلَيْهِمُ الشُّقَّةُ

Artinya : “Kalau yang kamu serukan kepada mereka itu keuntungan yang mudah diperoleh dan perjalanan yang tidak berapa jauh, pastilah mereka mengikutimu, tetapi tempat yang dituju itu amat jauh terasa oleh mereka”. (Q.S At Taubah : 42)

b. Karakteristik Ekonomi Islam

Terdapat beberapa karakteristik yang merupakan kelebihan dalam sistem ekonomi Islam menurut Abdullah at-tariqi, antara lain:⁶⁴

1. Bersumber dari illahiyah
Sumber awal ekonomi Islam merupakan bagian dari Muamalah berbeda dengan sumber sistem ekonomi lainnya karena merupakan peraturan dari Allah.
2. Unsur pertengahan dan berimbang
Ekonomi Islam memadukan kepentingan pribadi dan kemaslahatan masyarakat dalam bentuk yang berimbang.
3. Ekonomi berkecukupan dan berkeadilan

⁶²Salman Saesar Widyaishwara Madya, 'Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional', Oleh: Salman Saesar Widyaishwara Madya. *Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*, 2015.

⁶³ Moh Nasuka, *Pengantar Ekonomi Islam* (Jepara : UNISNU Press, 2021) hal.17

⁶⁴ Zulkifli Rusby, *Ekonomi Islam* (Pekanbaru : Pusat Kajian Pendidikan Islam FAI UIR) hal. 5

Ekonomi Islam memiliki kelebihan dengan menjadikan manusia sebagai fokus perhatian. Ekonomi ini ditujukan untuk memenuhi dan mencakupi kebutuhan manusia.

4. Ekonomi pertumbuhan dan keberkahan

Ekonomi Islam memiliki kelebihan dari sistem lain yaitu ber operasi atas dasar pertumbuhan dan investasi harta secara legal agar tidak berhenti dan rotasinya dalam kehidupan sebagai bagian dari meditasi jaminan kebutuhan pokok bagi manusia

c. Ciri-Ciri Ekonomi Islam

Berikut ini ciri-ciri ekonomi Islam: ⁶⁵

1. Memelihara fitrah manusia
2. Memelihara norma norma akhlak
3. Memenuhi keperluan.
4. Keperluan masyarakat.
5. Kegiatan kegiatan ekonomi adalah sebahagian dari pada ajaran agama Islam
6. Kegiatan ekonomi Islam mempunyai cita cita luhur, yaitu bertujuan berusaha untuk mencari keuntungan individu, disamping memelihara kan kebahagiaan bersama bagi masyarakat.
7. Aktiviti-aktiviti ekonomi Islam senantiasa diawasi oleh hukum hukum Islam dan perlaksanaannya dikawal pula oleh pihak pemerintah.
8. Ekonomi Islam main seimbangkan antara kepentingan individu dan masyarakat.

B. Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori hubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting⁶⁶

⁶⁵ Ibid., hal. 8

⁶⁶ Metode Sugiyono, 'Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D', Bandung: Alfabeta, 2008.60

Persepsi merupakan suatu proses yang membuat seseorang untuk memilih, mengorganisasikan, serta menginterpretasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran. Definisi lain juga mengartikan persepsi adalah suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana sensasi adalah aktivitas merasakan keadaan emosi yang menggembirakan, karena persepsi memiliki peran penting dalam memilih suatu yang sama halnya dalam menentukan apakah seseorang minat dalam mengambil pilihan tersebut. Dengan kata lain apabila kita memiliki persepsi yang baik tentang bank syariah maka akan menambah minat seseorang untuk menjadi nasabah bank syariah.

Kepercayaan merupakan perasaan yang dimiliki oleh semua manusia dalam menyandarkan harapan mereka terhadap suatu situasi, keadaan yang bisa melibatkan suatu objek, antar manusia lain, ataupun perusahaan. Kepercayaan merupakan suatu hal yang sangat penting karena seseorang yang merasa percaya dan harapannya sesuai dengan apa yang didapatkan dari bank tersebut maka akan membuat nasabah merasa yakin dan berminat untuk menjadi nasabah bank syariah. Dengan kesimpulan, bahwa masyarakat masih percaya pada bank syariah secara keseluruhan sehingga dapat mendorong minatnya untuk menggunakan bank syariah. Terlebih perkembangan pesat yang dilakukan bank syariah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat serta menumbuhkan rasa percaya masyarakat yang tinggi.

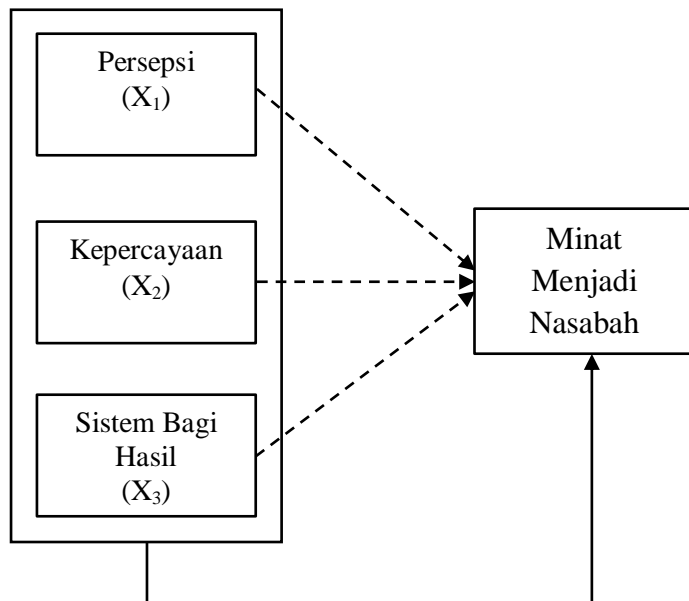
Sistem bagi hasil merupakan suatu sistem pembagian keuntungan yang menjauhi riba dan sesuai dengan syariat Islam. Faktor ini sangat penting diketahui dan dipahami oleh para calon nasabah bank syariah, karena apabila calon nasabah sudah mengetahui dan memahami tentang sistem bagi hasil maka akan meningkatkan minat calon nasabah untuk menjadi nasabah bank syariah. Maka dari itu pentingnya sosialisasi yang dilakukan oleh pihak bank untuk diberikan kepada masyarakat, karena semakin banyak pemahaman yang diketahui tentang sistem bagi hasil atau sistem yang ada di perbankan syariah maka makin

banyak masyarakat yang berminat menjadi nasabah bank syariah.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi, Kepercayaan dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat di Wilayah Kecamatan Kalianda).

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



Keterangan:

- > :Hubungan Variabel secara parsial
 —————> :Hubungan Variabel secara simultan

Hubungan variabel Persepsi (X_1) terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y), variabel Kepercayaan (X_2) terhadap

Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y), dan variabel Sistem Bagi Hasil (X_3) terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y) merupakan hubungan antar variabel secara parsial yaitu pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel variabel bebas secara terpisah atau sendiri sendiri terhadap variabel terikat. Dalam statistik pengaruh parsial digambarkan dengan uji t. dalam konteks hipotesis, pengaruh parsial ditunjukkan dengan pernyataan hipotesis yang kurang lebih seperti ini : “variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat”. Signifikan atau tidaknya pengaruh tersebut terlihat dari hasil uji statistik. Sedangkan Variabel X_1 (Persepsi), X_2 (Kepercayaan), dan X_3 (Sistem Bagi Hasil) terhadap Y (Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah) merupakan hubungan antar variabel secara simultan yaitu pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel variabel bebas jika digabungkan terhadap variabel terikat. Dalam statistik pengaruh parsial digambarkan dengan uji F. dalam konteks hipotesis, pengaruh parsial ditunjukkan dengan pernyataan hipotesis yang kurang lebih seperti ini : “variabel bebas 1 dan variabel bebas lainnya secara bersama sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat”. Signifikan atau tidaknya pengaruh tersebut terlihat dari hasil uji F statistik.

C. Pengajuan Hipotesis

Menurut Sugiyono hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁶⁷ Jadi dapat disimpulkan hipotesis adalah jawaban sementara dari suatu masalah yang dihadapi dan perlu diuji kebenarannya dengan data yang lebih lengkap dan menunjang.

⁶⁷ Metode Sugiyono.

1. Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mia Yunita dengan judul Analisis Pengaruh Persepsi Masyarakat, Citra Perusahaan Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank BRI Syariah Kantor Cabang Semarang) menunjukkan bahwa Persepsi tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung di Bank Syariah. Maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H_{01} : Tidak terdapat pengaruh antara variabel persepsi terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah

H_{a1} : Terdapat pengaruh antara variabel persepsi terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Riyanti dengan judul Pengaruh Bagi Hasil Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Kota Jambi menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H_{02} : Tidak terdapat pengaruh antara variabel kepercayaan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah.

H_{a2} : Terdapat pengaruh antara variabel kepercayaan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah

3. Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Ashry Rivaldi dengan judul Pengaruh Persepsi, Kepercayaan, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat di Wilayah Kota Tangerang) menunjukkan bahwa secara simultan bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. Maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H_{03} : Tidak terdapat pengaruh antara variabel bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah

H_{a3} : Terdapat pengaruh antara variabel bagi hasil terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan sejak bulan Oktober pada tahun 2022. Penelitian ini dilakukan di Wilayah Kecamatan Kalianda

B. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu hasil penelitian disajikan dalam bentuk deskriptif berupa angka-angka statistik. Penelitian kuantitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa angka-angka dan umumnya dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif atau inferensial.⁶⁸

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif. Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan dan menganalisis apakah terdapat pengaruh variabel-variabel independent. Dalam penelitian ini tidak membuat perbandingan variabel pada sampel yang lain.

C. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data primer merupakan data yang langsung membagikan informasi kepada peneliti dengan beberapa Teknik yang dapat digunakan seperti wawancara, kuesioner, observasi serta gabungan ketiganya.⁶⁹ Yang menjadi data primer dalam penelitian ini adalah hasil pernyataan angket, hasil dari wawancara dan data-data yang bersumber dari pengamatan langsung dengan masyarakat di wilayah Kecamatan Kalianda.

⁶⁸ Montaris Silaen, 'Analysis of The Quality of The Application of SFAS 45 Financial Statements in St Peter's Catholic Church Parish Field East', *Jurnal Manajemen*, 4.1 (2018), 34-42.

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. (Bandung: Alfabeta, 2019)

Penelitian ini juga menggunakan data sekunder, data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung diberikan kepada peneliti seperti dokumen atau disampaikan melalui orang lain. Pada penelitian ini data sekunder dijadikan sebagai data pendukung bagi data primer dalam pelaksanaannya, data sekunder didapat melalui studi kepustakaan maupun internet seperti buku, jurnal, dokumen maupun berita.⁷⁰

D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁷¹ Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat umum dengan usia diatas 20 tahun yang tinggal di wilayah Kecamatan Kalianda dan sekitarnya.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁷² Dalam penelitian ini sampel yang diambil secara acak dari populasi dan hasilnya digeneralisasikan pada populasi penelitian. Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah teknik *Probability Sampling* dengan menggunakan metode *Simple Random Sampling*. Metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel, dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* (Bandung: Alfabeta, 2019)

⁷¹ Sujarweni V Wiratna, 'Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif', *PUSTAKABARUPRESS, Yogyakarta*, 2018.

⁷² Prof Sugiyono, 'Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)', *Bandung: Alfabeta*, 28 (2015), 1–12.

e : batas toleransi kesalahan (10%)

Berdasarkan rumus tersebut dapat dihitung jumlah sampel dari populasi. Penelitian ini didapatkan populasi sejumlah 94.785 jiwa dan ditentukan toleransi kesalahan sebesar 10%. Maka dapat ditentukan jumlah sampel penelitian sebagai berikut :

$$n = \frac{94.785}{1 + 94.785 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{94.785}{948,85}$$

$$n = 99,89 \approx 100$$

Dari hasil perhitungan di atas, jumlah sampel dalam pengumpulan data primer berjumlah 100 responden yang merupakan masyarakat yang tinggal di Kecamatan Kalianda.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner. Data utama diperoleh dengan instrumen penyebaran kuesioner yang telah dibuat oleh peneliti dan secara tidak langsung disebarkan kelapangan pada pihak pertama melalui google form.

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah masyarakat umum yang bertempat tinggal di wilayah Kecamatan Kalianda.

Tabel 3.1
Skala Likert

Kode	Kriteria	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
R	Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

E. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang dipilih oleh penelitian lalu dipelajari sehingga peneliti mendapat informasi dan bisa ditarik kesimpulan mengenai hal yang dipilih. Variabel yang baik ditentukan oleh landasan teoriti dan dikuatkan dengan hipotesis dan tergantung rumit atau tidaknya rancangan penelitian tersebut.

Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel yang berisi 3 variabel bebas (X) yaitu persepsi (X_1), kepercayaan (X_2), dan sistem bagi hasil (X_3) serta satu variabel terikat (Y) yaitu minat menjadi nasabah Bank Syariah.

1. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang menurut pemikiran keilmuan menjadi variabel yang disebabkan oleh adanya perubahan variabel lainnya. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dalam penelitian ini adalah minat menjadi nasabah Bank Syariah.

2. Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang akan mempengaruhi variabel dependen didalam suatu penelitian. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu :

a. Persepsi

Persepsi adalah suatu proses penginderaan yang ditempuh individu untuk mengorganisasikan dan menfasirkan kesan-kesan indera mereka agar memberikan makna bagi lingkungan mereka.⁷³

b. Kepercayaan

Kepercayaan adalah kemauan untuk membuat dirinya peka terhadap tindakan yang diambil oleh orang yang

⁷³ Dudih Sutrisman, 'Pendidikan Politik', *Persepsi, Kepemimpinan, Dan Mahasiswa, Guepedia, Bogor*, 2019.

dipercayainya berdasarkan pada rasa kepercayaan dan tanggung jawab.⁷⁴

c. Sistem Bagi Hasil

Bagi hasil adalah pembagian atas hasil usaha yang telah dilakukan oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian yaitu pihak nasabah dan pihak bank syariah.⁷⁵ Dalam hal ini terdapat dua pihak yang melakukan perjanjian usaha, maka hasil atas usaha yang dilakukan oleh kedua belah pihak atau salah satu pihak akan dibagi sesuai dengan porsi masing-masing pihak yang melakukan akad perjanjian.

F. Instrument Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut variabel penelitian.⁷⁶ Instrumen yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner yang disusun atas variabel-variabel yang terdapat dimensi serta indikator yang akan diukur kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan.

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan software SPSS. Data kuesioner yang disusun peneliti menggunakan skala likert untuk menjadi acuan pengukuran. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁷⁷ Dalam penelitian ini jawaban yang diperoleh dari responden diberikan skor dengan pemberian skor sebagai berikut :

⁷⁴ Safitri Aprilia and Vita Aprilia, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Bank BRI Syariah KCP Demak' (IAIN SALATIGA, 2018).

⁷⁵ M B A Ismail, *Perbankan Syariah* (Kencana, 2017).

⁷⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* (Bandung: Alfabeta, 2019)

⁷⁷ Ibid., hal. 146.

Tabel 3.2
Variabel Penelitian dan Instrument Penelitian

Variabel	Teori	Indikator	Pernyataan
Persepsi	<ul style="list-style-type: none"> Menurut Sunyoto persepsi adalah sebagai proses di mana seorang memilih, mengorganisasikan dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti di dunia ini. 	<ul style="list-style-type: none"> Memilih Masukan Informasi Tentang Variasi Produk Perbankan 	<ul style="list-style-type: none"> Pengetahuan tentang produk yang diberikan kepada nasabah sangat informatif Pemberian informasi tentang suatu produk yang bervariasi kepada nasabah
	<ul style="list-style-type: none"> Persepsi. Menurut Hawkins 2007, sebuah proses yang akan diawali dengan pemahaman konsumen dan perhatian terhadap rangsangan 	<ul style="list-style-type: none"> Pemahaman Nasabah Terhadap Variasi Pemasaran Produk Perbankan Syariah Penafsiran Nasabah Terhadap Variasi 	<ul style="list-style-type: none"> Produk Wadiah dalam bank syariah digunakan untuk tabungan Produk Murabahah dalam bank syariah digunakan

	<p>pemasaran dan berakhir dengan penafsiran konsumen terhadap sesuatu</p>	<p>Produk Perbankan Syariah</p>	<p>untuk transaksi jual beli</p> <ul style="list-style-type: none"> • Di bank syariah terdapat produk pembiayaan dengan akad Musyarakah
		<ul style="list-style-type: none"> • Pemahaman Nasabah Terhadap Manfaat Perbankan Syariah 	<ul style="list-style-type: none"> • Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil sehingga tidak memberatkan sebelah pihak • Bank syariah menggunakan prinsip Islam sehingga terhindar dari dosa

		<ul style="list-style-type: none"> • Pemahaman Nasabah Terhadap Keistimewaan Perbankan Syariah 	<ul style="list-style-type: none"> • Di bank syariah mempunyai produk yang tidak tersedia di bank konvensional • Penyaluran dana usaha dari nasabah bersifat halal dan menguntungkan • Menjadi nasabah di bank syariah secara tidak langsung saya turut berzakat dan membantu mereka yang membutuhkan
Kepercayaan	<ul style="list-style-type: none"> • Menurut Kusmayadi kepercayaan adalah 	<ul style="list-style-type: none"> • Keyakinan Terhadap Kinerja Pegawai 	<ul style="list-style-type: none"> • Pemberiaan pelayanan yang baik terhadap

	<p>keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertindak laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dari suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji, atau pernyataan orang lain dapat dipercaya</p>	<p>Bank Syariah</p>	<p>nasabah dapat memuaskan nasabah</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saya berminat menabung di bank syariah karena etika karyawan bank syarioah baik dalam melayani nasabah • Saya berminat menabung di bank syariah karena pengetahuan dan keterampilan pegawainya membuat saya merasa puas
		<ul style="list-style-type: none"> • Transaksi Terjadi Apabila Masing 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya keterbukaan dalam memberika

	<ul style="list-style-type: none"> Kepercayaan, Menurut Riyanti adalah pondasi dari bisnis. Transaksi antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. 	<p>Masing Saling Mempercayai.</p>	<p>n informasi yang dibutuhkan</p> <ul style="list-style-type: none"> Ketersediaan nasabah terkait pemberian informasi pribadi kepada bank syariah Keterangan yang diberikan oleh pihak bank dalam menawarkan produk
Sistem Bagi Hasil	<ul style="list-style-type: none"> Sistem bagi hasil menurut Wahab dan wirdayani adalah ciri khusus yg ditawarkan kepada masyarakat, dan didalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha 	<ul style="list-style-type: none"> Kesepakatan Terhadap Pembagian Hasil Usaha di Tentukan Terlebih Dahulu 	<ul style="list-style-type: none"> Besaran nisbah bagi hasil disepakati pada waktu akad pembukaan tabungan Besarnya nisbah bagi hasil berdasarkan hasil tawar menawar antara sahibul

	<p>harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistem bagi hasil menurut mutasowifin dan ali merupakan suatu bentuk 		<p>maal dan mudharib</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diperlukan ya kerja sama antara kedua belah pihak untuk mencapai kesepakatan dalam pembagian hasil
	<p>pembagian keuntungan yang akan diperoleh nasabah sebagai pemilik modal dengan koperasi sebagai pengelola modal yang disimpan nasabah. Pembagian keuntungan didasarkan kepada seberapa besar koperasi dapat mengelola dana tersebut</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Keuntungan Yang Diperoleh Dalam Mengelola Dana 	<ul style="list-style-type: none"> • Saya berminat menabung di bank syariah karena lebih aman dalam mengelola dana • Saya berminat menabung di bank syariah karena bank syariah sudah terdaftar di Lembaga Penjamin Simpanan

	<p>untuk mendapat keuntungan atau mungkin juga kerugian</p>		<p>(LPS)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saya berminat menabung di bank syariah karena menggunakan sistem bagi hasil • Saya berminat menjadi nasabah di bank syariah karena sudah terjamin halal
<p>Minat Menjadi Nasabah</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Minat menurut B. Slameto adalah ketertarikan seseorang untuk bersedia memiliki atau menguasai sesuatu • Minat menurut Tri Astuti merupakan keinginan 	<ul style="list-style-type: none"> • Ketertarikan Dalam Ketersediaan Produk Bank Syariah 	<ul style="list-style-type: none"> • Kecenderungan seseorang untuk membeli produk • Terdapat ketertarikan dalam suatu produk dibanding produk lain • Adanya dorongan dalam keinginan

	yang timbul dari diri sendiri tanpa adanya paksaan dari orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu.		an terhadap suatu produk
	<ul style="list-style-type: none"> • Minat menurut Tampubolon adalah suatu perpaduan keinginan dan kemauan yang dapat berkembang jika ada motivasi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Keinginan Dalam Mencapai Tujuan 	<ul style="list-style-type: none"> • Keingintahuan dan pemahaman mengenai bank syariah • Saya menjadi nasabah bank syariah karena saya ingin menyimpan dana dalam jangka waktu yang lama menggunakan produk deposito
		<ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan Motivasi Yang Menimbulkan Keinginan Dan Kemauan 	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat banyak produk di bank syariah yang akan menjadi pertimbangan dalam

			<p>memutuskan menjadi nasabah di bank syariah</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan produk yang berlandaskan prinsip Islam.
--	--	--	--

G. Metode Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.⁷⁸ Validitas merupakan pengukuran dari kuesioner yang telah dibuat apakah sudah benar dan sejauh mana instrumen pengukur mampu mengukur dengan apa yang akan diukur. Pengujian validitas ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika r hitung $>$ r tabel maka butir pertanyaan yang diajukan kepada responden adalah valid. Sebaliknya, jika r hitung $<$ r tabel maka butir pertanyaan yang diajukan tersebut tidak valid.⁷⁹

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji konsistensi data dalam jangka waktu tertentu, yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengukuran yang digunakan dapat dipercaya atau diandalkan. Uji reliabilitas ini merupakan alat untuk mengukur

⁷⁸ Imam Ghazali, 'Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25', 2018.

⁷⁹ Ibid., hal. 52.

suatu kuesioner yang merupakan indikator konstruk. Suatu variabel atau konstruk dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,7$ maka suatu konstruk akan dikatakan reliabel. Namun jika nilai Cronbach Alpha $< 0,7$ maka suatu konstruk akan dikatakan tidak reliabel.⁸⁰

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, uji t mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji model regresi apabila ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik diasumsikan tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal merupakan variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.⁸¹ Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya Variance Inflation Factor (VIF). Tolerance

⁸⁰ Ibid., hal. 45.

⁸¹ Ibid., hal. 107

mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai Tolerance $< 0,10$ atau sama dengan nilai VIF > 10 (Ghozali, 2018:107-108)

H. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Husein Umar menyatakan bahwa: “Regresi Linear Berganda merupakan data pengamatan biasanya tidak hanya disebabkan oleh satu variabel melainkan oleh beberapa atau bahkan banyak variabel”.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan variabel bebas yaitu variabel Persepsi (X_1), Kepercayaan (X_2), Sistem Bagi Hasil (X_3) terhadap variabel terikat yaitu minat menjadi nasabah Bank Syariah. Agar hasil penelitian lebih terarah dan teruji maka penulis menggunakan program SPSS. Model penelitian ini dapat dijelaskan dengan model linier sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + E$$

Keterangan:

Y = Minat menjadi Nasabah

a = konstanta

b1 = koefisien regresi variabel Persepsi (X_1)

b2 = koefisien regresi variabel Kepercayaan (X_2)

b3 = koefisien regresi variabel Sistem Bagi Hasil (X_3)

X_1 = Persepsi

X_2 = Kepercayaan

X_3 = Sistem Bagi Hasil

ε = error term (variabel residual)

I. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (t)

Uji statistik t pada dasarnya untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual

dalam menerangkan variasi variabel dependen. Apabila t hitung $> t$ tabel dengan tingkat signifikannya (p -value).⁸²

2. Uji Simultan (F)

Uji statistik F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Apabila nilai F hitung $> F$ tabel dengan tingkat signifikan $< 0,05$ maka ini menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima.⁸³

3. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R² adalah diantara nol dan satu. Jika nilai R² berkisar hampir satu, berarti semakin kuat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dan sebaliknya jika nilai R² semakin mendekati angka nol, berarti semakin lemah kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.⁸⁴

⁸² Ibid., hal. 43.

⁸³ Ibid., hal. 98

⁸⁴ Ibid., hal. 97

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Penelitian ini dilakukan di Wilayah Kecamatan Kalianda, responden dalam penelitian ini adalah masyarakat di Wilayah Kecamatan Kalianda.

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini gambaran dari karakteristik Masyarakat di Wilayah Kecamatan Kalianda berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 4.1
JenisKelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	33	33.0	33.0	33.0
Wanita	67	67.0	67.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023

Dari tabel diatas, diketahui bahwa jenis kelamin Masyarakat di Wilayah Kecamatan Kalianda yang menjadi responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan. Jenis kelamin wanita dalam penelitian berjumlah (67%) sedangkan yang berjenis kelamin pria berjumlah (33%)

2. Responden Berdasarkan Umur

Berikut ini gambaran dari karakteristik Masyarakat di Wilayah Kecamatan Kalianda berdasarkan umur :

Tabel 4.2
Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-25th	71	71.0	71.0	71.0
	26-30th	21	21.0	21.0	92.0
	31-35th	6	6.0	6.0	98.0
	36-40th	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023

Dari tabel diatas, menunjukkan bahwa responden yang berusia 20-25th berjumlah 71 orang (71%), responden yang berusia 26-30th berjumlah 21 orang (21%), responden yang berusia 31-35th berjumlah 6 orang (6%), dan responden yang berusia 36-40th berjumlah 2 orang (2%). Jadi dari tabel diatas menunjukkan bahwa responden masyarakat di Wilayah Kecamatan Kalianda yang mendominasi adalah responden yang berusia 20-25th.

3. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berikut ini gambaran dari karakteristik Masyarakat di Wilayah Kecamatan Kalianda berdasarkan pekerjaan :

Tabel 4.3
Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Freelance	10	10.0	10.0	10.0
Guru	15	15.0	15.0	25.0
Mahasiswa	16	16.0	16.0	41.0
Karyawan	38	38.0	38.0	79.0
Wiraswasta	10	10.0	10.0	89.0
TenagaKerja Kesehatan	8	8.0	8.0	97.0
PNS	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Dari tabel diatas menunjukkan responden yang berprofesi sebagai freelance berjumlah 10 orang (10%), responden yang berprofesi sebagai guru berjumlah 15 orang (15%), responden yang menjadi mahasiswa berjumlah 16 Orang (16%), responden yang berprofesi sebagai karyawan berjumlah 38 orang (38%), responden yang berprofesi sebagai wiraswasta berjumlah 10 orang (10%), responden yang berprofesi sebagai tenaga kerja kesehatan berjumlah 8 orang (8%) dan responden yang berprofesi sebagai pns berjumlah 3 orang (3%). Jadi dari tabel diatas menunjukkan bahwa profesi karyawan merupakan pekerjaan yang mendominasi dalam penelitian ini.

4. Hasil Skor Kuesioner Responden

Penyajian data deskriptif variabel penelitian bertujuan untuk melihat tanggapan responden dalam penelitian.

Distribusi hasil jawaban responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner adalah sebagai berikut :

a. Variabel Persepsi (X1)

Tabel 4.4
Deskripsi Data Variabel Persepsi (X1)

Item	SS (5)	S (4)	R (3)	TS (2)	STS (1)	Total
X1.1	27	48	20	4	1	100
X1.2	28	48	19	3	2	100
X1.3	35	35	26	4	0	100
X1.4	33	43	21	1	2	100
X1.5	33	42	21	4	0	100
X1.6	40	38	21	1	0	100
X1.7	44	37	16	2	1	100
X1.8	30	46	19	4	1	100
X1.9	43	41	16	0	0	100

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden terhadap kuesioner mengenai pernyataan X1.1 (pengetahuan tentang produk yang di berikan kepada nasabah sangat informatif). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 27 responden, setuju (S) sebanyak 48 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 20 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 4 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan X1.2 (pemberian informasi yang jelas tentang produk perbankan yang bervariasi kepada nasabah). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 28 responden, setuju (S) sebanyak 48 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 19 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 3

responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 2 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan X1.3 (produk wadiah dalam bank syariah digunakan untuk tabungan). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 35 responden, setuju (S) sebanyak 35 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 26 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 4 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan X1.4 (produk Murabahah dalam bank syariah digunakan untuk transaksi jual beli). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 33 responden, setuju (S) sebanyak 43 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 21 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 1 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 2 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan X1.5 (di Bank Syariah terdapat produk pembiayaan dengan akad musyarakah). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 33 responden, setuju (S) sebanyak 42 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 21 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 4 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan X1.6 (Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil sehingga tidak memberatkan sebelah pihak). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 40 responden, setuju (S) sebanyak 38 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 21 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 1 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan X1.7 (Bank syariah menggunakan prinsip Islam sehingga terhindar dari dosa). Yang memberikan tanggapan sangat setuju

(SS) sebanyak 44 responden, setuju (S) sebanyak 37 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 16 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 2 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan X1.8 (di Bank Syariah mempunyai produk yang tidak tersedia di Bank Konvensional). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 30 responden, setuju (S) sebanyak 46 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 19 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 4 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan X1.9 (menjadi nasabah di Bank Syariah secara tidak langsung saya turut berzakat dan membantu mereka yang membutuhkan). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 43 responden, setuju (S) sebanyak 41 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 16 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 0 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0 responden.

b. Variabel Kepercayaan (X2)

Tabel 4.5

Deskripsi Data Variabel Kepercayaan (X2)

Item	SS (5)	S (4)	R (3)	TS (2)	STS (1)	Total
X2.1	56	29	12	3	0	100
X2.2	33	43	20	3	1	100
X2.3	32	39	23	5	1	100
X2.4	42	35	20	2	1	100
X2.5	30	45	21	2	2	100
X2.6	41	40	14	3	2	100

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden terhadap kuesioner mengenai pernyataan X2.1 (pemberian pelayanan yang baik terhadap nasabah dapat memuaskan nasabah). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 56 responden, setuju (S) sebanyak 29 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 12 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 3 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan X2.2 (Saya berminat menabung di bank syariah karena etika karyawan bank syariah baik dalam melayani nasabah). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 33 responden, setuju (S) sebanyak 43 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 20 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 3 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan X2.3 (Saya berminat menabung di bank syariah karena pengetahuan dan keterampilan pegawainya membuat saya puas). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 32 responden, setuju (S) sebanyak 39 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 23 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 5 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan X2.4 (Adanya keterbukaan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 42 responden, setuju (S) sebanyak 35 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 20 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 2 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan X2.5 (Ketersediaan nasabah terkait pemberian informasi pribadi kepada bank syariah). Yang memberikan

tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 30 responden, setuju (S) sebanyak 40 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 14 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 3 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan X2.6 (Keterus terangan yang diberikan oleh pihak bank dalam menawarkan produk). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 33 responden, setuju (S) sebanyak 43 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 20 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 3 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 2 responden.

- c. Variabel Sistem Bagi Hasil (X3)

Tabel 4.6

Deskripsi Data Variabel Sistem Bagi Hasil (X3)

Item	SS (5)	S (4)	R (3)	TS (2)	STS (1)	Total
X3.1	41	40	16	2	1	100
X3.2	35	42	18	2	3	100
X3.3	45	33	17	3	2	100
X3.4	40	36	20	2	2	100
X3.5	46	33	17	3	1	100
X3.6	42	35	22	0	1	100
X3.7	39	39	21	1	0	100

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden terhadap kuesioner mengenai pernyataan X3.1 (Besaran nisbah sistem bagi hasil disepakati pada waktu akad pembukaan tabungan). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 41 responden, setuju (S) sebanyak 40 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 16 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 2

responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan X3.2 (Besarnya nisbah bagi hasil berdasarkan hasil tawar menawar antara sahibul maal dan mudharib). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 35 responden, setuju (S) sebanyak 42 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 18 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 2 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 3 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan X3.3 (Diperlukanya kerja sama antara kedua belah pihak untuk mencapai kesepakatan dalam pembagian hasil). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 45 responden, setuju (S) sebanyak 33 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 17 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 3 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 2 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan X3.4 (Saya berminat menabung di bank syariah karena lebih aman dalam mengelola dana). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 40 responden, setuju (S) sebanyak 36 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 20 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 2 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 2 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan X3.5 (Saya berminat menabung di bank syariah karena bank syariah sudah terdaftar di Lembaga Penjamin Simpanan (LPS)). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 46 responden, setuju (S) sebanyak 33 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 17 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 3 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan X3.6 (Saya berminat menabung di bank syariah karena menggunakan sistem bagi hasil). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 42 responden, setuju (S) sebanyak 35 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 22 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 0 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan X3.7 (Saya menjadi nasabah di bank syariah karena sudah terjamin halal). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 39 responden, setuju (S) sebanyak 39 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 21 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 1 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0 responden.

d. Variabel Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y)

Tabel 4.7

Deskripsi Data Variabel Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y)

Item	SS (5)	S (4)	R (3)	TS (2)	STS (1)	Total
Y.1	27	35	35	2	1	100
Y.2	30	36	31	2	1	100
Y.3	33	44	19	4	0	100
Y.4	35	41	20	4	0	100
Y.5	32	39	21	6	2	100
Y.6	32	41	24	2	1	100
Y.7	48	34	17	1	0	100

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dijelaskan bahwa tanggapan responden terhadap kuesioner mengenai pernyataan Y.1 (Kecenderungan seseorang untuk membeli produk). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 27 responden, setuju (S) sebanyak

35 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 35 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 2 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan Y.2 (Terdapat ketertarikan dalam suatu produk dibanding produk lain). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 30 responden, setuju (S) sebanyak 36 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 31 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 2 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan Y.3 (Adanya dorongan dalam keingintahuan terhadap suatu produk perbankan syariah). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 33 responden, setuju (S) sebanyak 44 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 19 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 4 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan Y.4 (Keingintahuan dan pemahaman mengenai bank syariah). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 35 responden, setuju (S) sebanyak 41 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 20 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 4 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan Y.5 (Saya menjadi nasabah bank syariah karena saya ingin menyimpan dana dalam jangka waktu yang lama menggunakan produk di deposito). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 32 responden, setuju (S) sebanyak 39 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 21 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 6 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 2 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan Y.6 (Terdapat banyak produk di perbankan syariah yang menjadi pertimbangan dalam memutuskan menjadi nasabah di bank syariah). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 32 responden, setuju (S) sebanyak 41 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 24 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 2 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 1 responden.

Jawaban responden terhadap pernyataan Y.7 (Penggunaan produk yang berlandaskan prinsip Islam). Yang memberikan tanggapan sangat setuju (SS) sebanyak 48 responden, setuju (S) sebanyak 34 responden, ragu-ragu (R) sebanyak 17 responden, tidak setuju (TS) sebanyak 1 responden dan untuk tanggapan sangat tidak setuju (STS) sebanyak 0 responden.

B. Analisis dan Interpretasi Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya, selain itu untuk mengukur sah atau tidaknya pertanyaan atau pernyataan yang terdapat pada kuesioner yang digunakan dalam penelitian tersebut.

Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasi masing-masing skor item dengan skor total dari instrument yang ada. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (uji dua sisi signifikansi 0,05) : maka instrument atau item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total dan dinyatakan valid. Sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan signifikansi 0,05) maka instrument atau item pertanyaan tidak berkorelasi secara signifikan terhadap skor total dan dinyatakan tidak valid.

Perhitungan Uji Validitas untuk variabel-variabel penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS 25. Data primer yang didapatkan diperoleh dengan menyebar

kuesioner pada masyarakat di wilayah Kecamatan Kalianda. Hasil dari uji validitas dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Persepsi (X1)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	-0,411	0,195	Tidak Valid
X1.2	0,711	0,195	Valid
X1.3	0,845	0,195	Valid
X1.4	0,834	0,195	Valid
X1.5	0,716	0,195	Valid
X1.6	0,790	0,195	Valid
X1.7	0,764	0,195	Valid
X1.8	0,786	0,195	Valid
X1.9	0,741	0,195	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa pada Uji Validitas Variabel Persepsi (X1) diketahui semua pernyataan dalam kuesioner dinyatakan Valid karena r hitung $>$ r tabel.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X2)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,650	0,195	Valid
X2.2	0,807	0,195	Valid
X2.3	0,870	0,195	Valid
X2.4	0,869	0,195	Valid
X2.5	0,824	0,195	Valid
X2.6	0,801	0,195	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa pada Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X2) diketahui semua pernyataan dalam kuesioner dinyatakan Valid karena r hitung $>$ r tabel.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Sistem Bagi Hasil (X3)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	0,793	0,195	Valid
X3.2	0,844	0,195	Valid
X3.3	0,806	0,195	Valid
X3.4	0,819	0,195	Valid
X3.5	0,810	0,195	Valid
X3.6	0,827	0,195	Valid
X3.7	0,784	0,195	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa pada Uji Validitas Variabel Sistem Bagi Hasil (X3) diketahui semua pernyataan dalam kuesioner dinyatakan Valid karena $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	-0,386	0,195	Tidak Valid
Y2	0,838	0,195	Valid
Y3	0,849	0,195	Valid
Y4	0,827	0,195	Valid
Y5	0,833	0,195	Valid
Y6	0,888	0,195	Valid
Y7	0,816	0,195	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa pada Uji Validitas Variabel Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y) diketahui semua pernyataan dalam kuesioner dinyatakan Valid karena $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan-pertanyaan yang digunakan

peneliti tersebut. Penggunaan uji reliabilitas yaitu dengan membandingkan nilai *cronbach's alpha*. Taraf signifikansi yang digunakan bisa 0,5, 0,6 hingga 0,7 tergantung kebutuhan dalam penelitian.

Kriteria pengujiannya yaitu sebagai berikut : Jika nilai *cronbach's alpha* > tingkat signifikan, maka instrument dikatakan *reliable*. Sebaliknya jika nilai *cronbach's alpha* < tingkat signifikan, maka instrument dikatakan tidak *reliable*. Hasil dari pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dicantumkan di dalam tabel di bawah ini :

Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi (X1), Kepercayaan, Sistem Bagi Hasil (X3) dan Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y)

Reliability Statistics	
Hasil Uji Reliabilitas Persepsi (X1)	
Cronbach's Alpha	N of Items
.911	8
Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan (X2)	
Cronbach's Alpha	N of Items
.891	6
Hasil Uji Reliabilitas Sistem Bagi Hasil (X3)	
Cronbach's Alpha	N of Items
.913	7
Hasil Uji Reliabilitas Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y)	
Cronbach's Alpha	N of Items
.920	6

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil uji reliabilitas instrument penelitian yang diuji memperoleh nilai $> 0,60$ yang berarti bahwa instrument-instrument penelitian tersebut memiliki konsistensi dalam nilainya.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independent mempunyai distribusi yang normal atau tidak.. model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk mengetahui normal atau tidak sebaran data maka dilakukan perhitungan uji normalitas sebaran dengan uji *statistic Kolmogorof-Smirnov* (K-S) metode monte carlo. Data dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikan $> 0,05$ dan sebaliknya jika nilai signifikan $< 0,05$ maka dikatakan berdistribusi tidak normal. Hasil uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel yang disajikan sebagai berikut

Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.80957377	
Most Extreme Differences	Absolute	.114	
	Positive	.114	
	Negative	-.114	
Test Statistic		.114	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.003 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.138 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.129
		Upper Bound	.147

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas yang diperoleh dengan menggunakan uji statistic *Kolmogorof-Smirnov* nilai uji normalitas dapat dilihat dari nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0.138 yang berarti nilai uji normalitas lebih besar dari ketentuan yang ada yaitu 0.05. oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa data dari seluruh variabel dalam penelitian ini dikatakan berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berfungsi untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel independent dalam suatu model regresi linier berganda. Uji multikolinearitas dapat diketahui dari VIF (*Variance Inflation Factors*) dan nilai tolerance. Jika nilai VIF > 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas, sebaliknya jika nilai VIF < 0,10 maka terjadi multikolinearitas. Dan jika nilai VIF < 10.00 maka tidak terjadi multikolinearitas, sebaliknya jika nilai VIF > 10.00 maka terjadi multikolinearitas. hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini dapat dilihat gambar sebagai berikut :

Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.976	1.844		1.614	.110		
Persepsi	.373	.109	.450	3.425	.001	.248	4.031
Kepercayaan	.148	.129	.143	1.142	.256	.272	3.675
Sistem Bagi Hasil	.188	.114	.216	1.647	.103	.250	4.003

a. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dan VIF variabel Persepsi sebesar 0.248 > 0.10 dan 4.031 < 10.00, nilai *tolerance* dan VIF

variabel Kepercayaan sebesar $0.272 > 0.10$ dan $3.675 < 10.00$. nilai *tolerance* dan VIF variabel Sistem Bagi Hasil sebesar $0,250 > 0.10$ dan $4.003 < 10.00$. Jadi dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil nilai *tolerance* dan VIF dari masing-masing variabel dikatakan tidak adanya gejala multikolinearitas antara variabel independent.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidakseimbangan *variance* dan residual serta pengamatan lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan memakai uji Glejser, pada uji glejser nilai residual absolut diregresi dengan variabel independent. Jika variabel independent signifikan secara statistic mempengaruhi variabel dependen, maka diketahui terjadinya heteroskedastisitas. Uji glejser dilakukan dengan meregresikan antara variabel independent dengan absolut residualnya. Jika nilai signifikan antara variabel independent dengan absolut residual lebih dari 0.05 maka tidak terjadi adanya masalah heteroskedastisitas.⁸⁵ Hasil uji heteroskedstisitas pada penelitian ini dapat dilihat dari gambar sebagai berikut :

Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.498	1.353		1.846	.068
	Persepsi	.040	.080	.102	.500	.618
	Kepercayaan	-.054	.095	-.112	-.573	.568
	Sistem Bagi Hasil	-.020	.084	-.048	-.236	.814

a. Dependent Variable: Abs_Res

⁸⁵ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006).

Berdasarkan Output diatas dapat diketahui bahwa nilai Sig. uji heteroskedastisitas penelitian ini yaitu pada variabel Persepsi diperoleh nilai sig sebesar $0.618 > 0.05$, nilai sig variabel Kepercayaan sebesar $0.568 > 0.05$, nilai sig variabel Sistem Bagi Hasil sebesar $0.814 > 0.05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada semua variabel.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui Pengaruh Persepsi, Kepercayaan dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. Model persamaan analisis regresi berganda yang digunakan yaitu :

$$y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

keterangan :

y : minat menjadi nasabah bank syariah

x1 : persepsi

x2 : kepercayaan

x3 : sistem bagi hasil

a : variabel atau balagan konstanta

b1 : koefisien regresi dari variabel 1

b2 : koefisien regresi dari variabel 2

b3 : koefisien regresi dari variabel 3

e : tingkat eror (*error tern*)

Tabel 4.16

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.976	1.844		1.614	.110
	Persepsi	.373	.109	.450	3.425	.001
	Kepercayaan	.148	.129	.143	1.142	.256
	Sistem Bagi Hasil	.188	.114	.216	1.647	.103

a. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai analisis regresi linier berganda pada variabel Persepsi sebesar 3.425, variabel Kepercayaan sebesar 1.142 variabel Sistem Bagi Hasil sebesar 1.647. sehingga persamaan model analisis regresi linier berganda yang diperoleh yaitu :

$$y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e \text{ atau } y = 2.976 + 3.425 X_1 + 1.142 X_2 + 1.647 X_3$$

Dari rumus diatas dapat dijelaskan nilai koefisien regresi sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta sebesar 2.976 diartikan bahwa, jika nilai variabel Persepsi, Kepercayaan dan Sistem Bagi Hasil 0 (nol) maka berarti nilai minat menjadi nasabah bank syariah adalah sebesar 2.976.
- b. Koefisien regresi variabel Persepsi (X1) sebesar 3.425 yang artinya apabila terjadi kenaikan dari nilai variabel persepsi sebesar satuan maka akan menaikkan minat menjadi nasabah bank syariah sebesar 3.425
- c. Koefisien Kepercayaan (X2) sebesar 1.142 yang artinya apabila terjadi kenaikan dari nilai variabel kepercayaan sebesar satuan maka akan menaikkan dari nilai minat menjadi nasabah bank syariah sebesar 1.142
- d. Koefisien Sistem Bagi Hasil (X3) sebesar 1.647 yang artinya apabila terjadi kenaikan dari nilai variabel kepercayaan sebesar satuan maka akan menaikkan dari nilai minat menjadi nasabah bank syariah sebesar 1.647

5. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t adalah uji yang dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen secara individu.

Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0.05 ($\alpha = 5\%$).

Pengujian dalam menentukan kesimpulan adalah dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ atau 0.05 yaitu :

- 1) Apabila tingkat signifikansi $< 5\%$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_1 diterima yang berarti bahwa variabel independent memiliki pengaruh secara individu terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila tingkat signifikansi $> 5\%$ maka H_0 diterima dan sebaliknya H_1 ditolak yang berarti bahwa variabel independent tidak memiliki pengaruh secara individu terhadap variabel dependen

Tabel 4.17 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.976	1.844		1.614	.110
	Persepsi	.373	.109	.450	3.425	.001
	Kepercayaan	.148	.129	.143	1.142	.256
	Sistem Bagi Hasil	.188	.114	.216	1.647	.103

a. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan gambar tabel *coefficients* diatas dapat diketahui kesimpulan dari uji t masing-masing variabel dalam penelitian sebeagi berikut :

- a) Pengaruh Persepsi terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji t pada tabel *coefficients* diatas diketahui bahwa nilai t hitung variabel persepsi adalah sebesar 3.425 lebih besar dari nilai T tabel yaitu sebesar 1.660. dan untuk nilai signifikansi memperoleh nilai $0.01 < 0.05$ yang berarti bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka

dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah.

b) Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji t pada tabel *coefficients* diatas diketahui bahwa nilai t hitung variabel kepercayaan adalah sebesar 1.142 lebih kecil dari nilai T tabel yaitu sebesar 1.660. dan untuk nilai signifikansi memperoleh nilai $0.256 > 0.05$ yang berarti bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah.

c) Pengaruh Sistem Bagi Hasil terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Berdasarkan hasil uji t pada tabel *coefficients* diatas diketahui bahwa nilai t hitung variabel sistem bagi hasil adalah sebesar 1.647 lebih kecil dari nilai T tabel yaitu sebesar 1.660. dan untuk nilai signifikansi memperoleh nilai $0.103 > 0.05$ yang berarti bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel sistem bagi hasil tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah.

b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F adalah pengujian signifikansi untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama dari variabel independent terhadap variabel dependen.

Pengujian ini dilakukan untuk membandingkan tingkat nilai signifikansi dengan $\alpha = 5\%$ atau 0.05, yaitu :

- 1) Apabila nilai sig f $< 5\%$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya H_1 diterima, yang berarti bahwa

variabel independen memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

- 2) Apabila nilai sig $f > 5\%$ maka H_0 diterima dan sebaliknya H_1 ditolak, yang berarti bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen

Tabel 4.18 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1116.683	3	372.228	45.726	.000 ^b
	Residual	781.477	96	8.140		
	Total	1898.160	99			

a. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

b. Predictors: (Constant), Sistem Bagi Hasil, Kepercayaan, Persepsi

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan tabel ANOVA diatas dapat dilihat bahwa F hitung sebesar 45.726 dengan nilai F tabel sebesar 2.69 maka berarti F hitung $>$ F tabel ($45.726 > 2.69$) dan dengan nilai signifikansi sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai Sig lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$) sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Yang berarti variabel persepsi, kepercayaan dan sistem bagi hasil secara bersama-sama mempunyai pengaruh secara simultan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

c. Koefisien Determinansi (R Square)

Uji ini bertujuan untuk menghitung pengaruh dari variabel independent terhadap variabel dependen. Nilai R^2 menunjukkan seberapa besar proporsi dari total

variabel bebas yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel penjelasnya. Jika nilai R^2 semakin besar maka artinya semakin besar proporsi dari total dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independent.⁸⁶

Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinansi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 ^a	.588	.575	2.853

a. Predictors: (Constant), Sistem Bagi Hasil, Kepercayaan, Persepsi

b. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan gambar dari tabel model summary diatas dapat dilihat bahwa nilai R Square memperoleh nilai sebesar 0.588, berarti bahwa pengaruh yang diberikan variabel persepsi, kepercayaan dan sistem bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah bank syariah adalah sebesar 58,8% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini.

C. Pembahasan Hasil Analisis Data

Setelah peneliti menganalisis berbagai tahap model, maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi yang digunakan telah cukup baik dalam menggambarkan keadaan objek penelitian.

1. Berdasarkan hasil uji t, dapat diketahui kesimpulan masing-masing variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :

⁸⁶ V Wiratna Sujarweni, 'Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi' (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2015).

a. Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah.

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel persepsi memiliki pengaruh secara parsial terhadap terhadap minat menjadi nasabah bank syariah hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung variabel persepsi sebesar 3.425 lebih besar dari nilai t tabel yaitu sebesar 1.660 dan nilai signifikansi nya sebesar $0.01 < 0.05$.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Muhammad Ashry Rivaldi, 2021) yang berjudul “Pengaruh Persepsi, Kepercayaan, Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Wilayah Kota Tangerang)” yang menunjukkan adanya pengaruh positif persepsi masyarakat terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

Dari hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa mereka menyetujui dengan adanya persepsi masyarakat yang baik dan berkembang mengenai bank syariah secara keseluruhan dapat menarik minatnya untuk menjadi nasabah bank syariah. Adanya anggapan bahwa bank syariah itu berdampak positif bagi masyarakat, sehingga dapat mendorong masyarakat di wilayah Kecamatan Kalianda untuk menggunakan bank syariah.

b. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap terhadap minat menjadi nasabah bank syariah hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung variabel persepsi sebesar 1.142 lebih besar dari nilai t tabel yaitu

sebesar 1.660 dan nilai signifikansi nya sebesar $0.256 > 0.05$.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Fitria Saptia Riani, 2019) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Kemiling Bandar Lampung)” Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk bank Syariah.

Dari hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa masyarakat belum memiliki kepercayaan penuh terhadap bank dan sistem-sistem serta produk yang terdapat di bank syariah tersebut. Hal ini disebabkan masyarakat masih mempercayai bahwa tidak ada perbedaan terhadap bank syariah dan bank konvensional dalam penghimpunan, penyaluran dana nasabah serta pelayanan jasa bank terhadap nasabah bank syariah.

c. Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel sistem bagi hasil tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat menjadi nasabah bank syariah hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung variabel persepsi sebesar 1.647 lebih besar dari nilai t tabel yaitu sebesar 1.660 dan nilai signifikansi nya sebesar $0.103 > 0.05$.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Riyanti, 2021) yang berjudul “Pengaruh Bagi Hasil Dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariahkota Jambi” Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk bank Syariah.

Dari hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat masih ragu akan perbedaan sistem bagi hasil yang ada di bank syariah dan sistem yang ada di bank konvensional, Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa tidak ada perbedaan antara keduanya maka dari itu diperlukannya pengetahuan dan pemahaman tentang sistem bagi hasil yang ada di bank syariah, untuk mendorong masyarakat berminat untuk menjadi nasabah bank syariah.

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa variabel persepsi memiliki pengaruh secara parsial dibandingkan dengan variabel kepercayaan dan sistem bagi hasil. Hasil ini didorong oleh pernyataan “pengetahuan tentang produk yang diberikan kepada nasabah sangat informatif” dinyatakan positif atau berpengaruh karena memiliki angka yang paling besar. Sedangkan pada variabel kepercayaan dengan pernyataan “pemberian pelayanan yang baik terhadap nasabah dapat memuaskan nasabah” dan pada variabel sistem bagi hasil dengan pernyataan “besaran nisbah sistem bagi hasil disepakati pada waktu akad pembukaan tabungan” keduanya memiliki angka yang kecil sehingga dinyatakan negatif dan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

2. Berdasarkan hasil uji F, dapat diketahui kesimpulan sebagai berikut :

Pengaruh Persepsi, Kepercayaan dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel persepsi (X1), kepercayaan (X2), dan sistem bagi hasil

(X3) terhadap minat menjadi nasabah bank syariah secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah (Y). Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung $> F$ tabel yaitu $45.726 > 2.69$ dan dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara bersamaan variabel persepsi, kepercayaan, dan sistem bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah bank syariah secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

Nilai koefisien determinansi (*R square*) yang diperoleh sebesar 0.588. Berarti variabel persepsi, kepercayaan dan sistem bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah bank syariah adalah sebesar 0.588 (58,8%) dan sisanya 48,2% dengan dasar perhitungan ($100\% - 58,8\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Ashry Rivaldi yang menunjukkan bahwa variabel persepsi, kepercayaan dan sistem bagi hasil secara bersama-sama (simultan) berpengaruh dan signifikan terhadap variabel minat menjadi nasabah pada masyarakat di wilayah Kecamatan Kalianda.

3. Persepsi dan Kepercayaan Menurut Ekonomi Islam

Ekonomi Islam atau ekonomi syariah adalah cabang ilmu ekonomi yang merujuk pada nilai-nilai islam yaitu Al-Qur'an dan hadits. Ekonomi Islam dalam bahasa Arab diistilahkan dengan *al-iqtishad al-islami*. *Iqtishad* (ekonomi) didefinisikan sebagai pengetahuan tentang aturan yang berkaitan dengan produksi, distribusi, dan konsumsinya.⁸⁷

⁸⁷ Azharsyah Ibrahim, Erika Amelia, dkk. *Pengantar Ekonomi Islam* (Jakarta : Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah-Bank Indonesia, 2021) hal. 55

Ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang perilakunya diatur berdasarkan aturan agama Islam yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang perilakunya diatur berdasarkan aturan agama Islam dan didasari dengan tauhid sebagaimana dirangkum dalam rukun iman dan rukun islam. Dapat disimpulkan bahwa Ekonomi Islam menghindarkan diri dari setiap perilaku asusila.

Persepsi dalam pandangan Islam adalah proses manusia dalam memahami suatu informasi baik melalui mata untuk melihat, telinga untuk mendengar, hidung untuk penciuman, hati untuk merasakan yang disalurkan ke akal dan fikiran manusia agar menjadi suatu pemahaman.⁸⁸ Dalam buku Rafy Sapuri yang berjudul psikologi islam dasar dari persepsi dapat dilihat dalam firman Allah SWT Q.S Al-Lukman ayat 20 yaitu⁸⁹ :

أَلَمْ تَرَوْا أَنَّ اللَّهَ سَخَّرَ لَكُمْ مَّا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي
 الْأَرْضِ وَأَسْبَغَ عَلَيْكُمْ نِعْمَهُ ظَهْرَةً وَبَاطِنَةً وَمِنَ
 النَّاسِ مَن يُجَادِلُ فِي اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَلَا هُدًى وَلَا
 كِتَابٍ مُّنبِئٍ

Artinya : "Tidaklah kamu perhatikan sesungguhnya Allah telah menundukkan untuk (kepentingan) mu apa yang di langit dan apa yang di bumi Dan

⁸⁸ JAMAL LATIF, 'PENGARUH PERSEPSI DAN PREFERENSI TERHADAP PERILAKU PEDAGANG', 2017.

⁸⁹ Alni Liana Saputri, 'Persepsi Mahasiswa Prodi Pendidikan Agama Islam Terhadap Penggunaan Metode Diskusi Dalam Pembelajaran Di Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau' (Universitas Islam Riau, 2018).

menyempurnakan untuk mu nikmat-Nya lahir Dan batin. Dan diantara manusia Ada yang membantah tentang (keesaan) Allah tanpa ilmu pengetahuan dan petunjuk Dan tanpa kitab yang memberi penerangan.”

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah SWT menundukkan segala sesuatu yang ada di muka bumi untuk kepentingan umat manusia. Hal ini sejalan lurus dengan tujuan dari ekonomi islam. Tujuan ekonomi Islam adalah masalah bagi umat manusia, yang mana Menurut istilah umum masalah memiliki arti mendatangkan segala bentuk kemanfaatan atau menolak segala kemungkinan yang merusak.⁹⁰ Persepsi ini dipengaruhi oleh ajaran Islam yang terdapat dalam Al-Quran, Hadis, serta interpretasi ulama dan cendekiawan Islam.

Persepsi juga dapat diartikan sebagai landasan setiap manusia dalam memulai kehidupan, ketika manusia mampu mengolah persepsi dengan nilai yang baik, maka akan menjadikan manusia tersebut berperilaku yang baik, begitu pula ketika manusia mengolah persepsinya dengan nilai yang buruk, maka akan menjadikan manusia tersebut cenderung berperilaku buruk.

Prinsip-prinsip ekonomi Islam seperti, larangan riba (bunga), pentingnya berbagi melalui zakat (sumbangan keagamaan), dan penekanan pada keadilan dalam bertransaksi, juga membentuk landasan bagi persepsi ekonomi Islam. Dengan kata lain, persepsi ekonomi Islam mencakup bagaimana masyarakat dapat memahami, menerapkan, dan mengintegrasikan nilai-nilai agama Islam dalam aspek-aspek ekonomi sehari-hari. Ada pula sebuah hadits Qudsi yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari dan Muslim, yang artinya mendawuhkan bahwa “Aku sesuai dengan persepsi hamba-KU”. Bisa diperkirakan ketika seseorang yang

⁹⁰ Rahmat Gunawijaya, ‘Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam’, *Jurnal Al-Maslahah*, 13.1 (2017), 131–50.

sudah memiliki persepsi berdasarkan Islam sebagai agamanya, maka ia hanya membahas hal akhirat.

Persepsi ekonomi Islam sebagai cara pandang dan pemahaman masyarakat terhadap prinsip-prinsip dan nilai-nilai ekonomi yang diatur oleh ajaran agama Islam. Ini melibatkan cara individu dan masyarakat memandang serta memahami berbagai aspek ekonomi, termasuk kepemilikan, distribusi kekayaan, perdagangan, keadilan sosial, kebebasan bertindak atau berusaha, larangan riba, larangan maysir, pembagian keuntungan dan resiko yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.⁹¹

Jika ditarik kesimpulan dari definisi diatas bahwa persepsi dalam pandangan ekonomi syariah merupakan pemahaman manusia terhadap suatu informasi yang berkaitan dengan ekonomi sebagai suatu kemasalahah terhadap umat manusia.

Kepercayaan (*the spirit of trust*) adalah beberapa aksi yang mencakup perilaku positif dan berdampak pada adanya sebuah reaksi, yaitu kepercayaan yang utama (*transcendental*).⁹² Beberapa variabel aksi yang merupakan ajaran tentang kepercayaan, yang mencakup bagaimana seharusnya seseorang memandang, berbicara, berperilaku dan bekerja. Dalam KBBI kepercayaan mempunyai makna anggapan atau keyakinan bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar atau nyata atau dapat juga memiliki arti harapan dan keyakinan (akan kejujuran, kebaikan, dan sebagainya). Dalam islam percaya dapat dimaknai sebagai sikap yang amanah. Menurut Quraish Shihab amanah adalah kepercayaan yang diberikan seseorang untuk dipelihara dan dijalankan

⁹¹ Adiwarman A Karim, 'Ekonomi Mikro Islam Edisi Keempat', *PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta*, 2012.

⁹² Agung Prayoga, "Ajaran tentang kepercayaan (the spirit of trust) Dalam Ekonomi Islam, TanjungPura2018, https://www.academia.edu/37991320/Ajaran_tentang_kepercayaan_the_Spirit_of_trust_Dalam_ekonomi_Islam_docx

sebaik mungkin.⁹³ Jika seseorang di analogikan dengan ilmu ekonomi maka kepercayaan ekonomi memiliki definisi yaitu bahwa kepercayaan ekonomi adalah suatu keyakinan terhadap ekonomi yang akan tumbuh menjadi lebih baik.

Percaya terhadap ekonomi islam mengacu pada keyakinan terhadap prinsip-prinsip ekonomi yang sesuai dengan ajaran Islam. Ekonomi islam berlandaskan pada prinsip-prinsip moral dan etika Islam, serta mengintegrasikan nilai-nilai agama ke dalam sistem ekonomi.

Kepercayaan ini tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain, melainkan harus dibangun mulai dari awal dan dapat dibuktikan. Maka dari itu pentingnya ajaran islam yang dapat memperkuat kepercayaan tersebut. Ilmu ekonomi islam berkembang secara bertahap sebagai bidang ilmu terdisiplin yang menjadi bahan kajian para fuqaha, mufassir, filsuf, sosiologi dan politikus.⁹⁴

Konsep kepercayaan menjadi sangat penting dalam dunia ekonomi, karena kepercayaan merupakan faktor fundamental dalam kemajuan ekonomi. Nabi Muhammad SAW mengajarkan konsep kepercayaan dalam melakukan segala aktifitas sehari-hari termasuk aktifitas ekonomi. sesuai dengan gelar yang diberikan oleh Allah SWT kepada nabi yaitu *al-amin* yang artinya dapat dipercaya. Di dunia ekonomi, kepercayaan telah dipertimbangkan sebagai katalis dalam berbagai transaksi antara penjual dan pembeli agar kepuasan konsumen dapat terwujud sesuai dengan yang diharapkan. kepercayaan mencakup perilaku positif tentang

⁹³ Fia Afifah, Andra Nur Oktaviani, "Hadist tentang Amanah dan Keutamaannya, Salah Satunya Tanda Keimanan, 2022, <https://www.orami.co.id/magazine/hadis-tentang-amanah>

⁹⁴ Melis Melis, 'Pemikiran Tokoh Ekonomi Muslim: Imam Al-Syatibi', *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 2.1 (2016), 51–62.

bagaimana seharusnya seseorang memandang, berbicara, berperilaku dan bekerja.⁹⁵

Ada sebuah hadits yang menjadi sebuah tolak ukur untuk merumuskan ajaran tentang kepercayaan yang artinya “Seberat-berat agama adalah memelihara amanah. Sesungguhnya tidak ada agama bagi orang yang tidak memelihara amanah, bahkan tidak diterima shalat dan zakatnya.” (HR al-Bazzar).

Dalam ekonomi Islam, kepercayaan adalah nilai fundamental yang membentuk dasar perilaku ekonomi, baik individu maupun masyarakat secara keseluruhan. Berbagai macam bahasan dalam ekonomi Islam bermuara pada satu titik, yaitu untuk kepercayaan masing-masing perilaku ekonomi. Dalam konteks ekonomi Islam, kepercayaan merujuk pada prinsip kepercayaan yang harus dijaga dalam berbagai aspek aktivitas ekonomi. Ini mencakup: kepercayaan dalam transaksi, kepercayaan dalam berbisnis, kepercayaan dalam sistem zakat dan semua kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas ekonomi. Percaya terhadap ekonomi islam melibatkan pengaplikasian prinsip-prinsip kehidupan sehari-hari, termasuk dalam investasi, perbankan, perdagangan, dan sektor ekonomi lainnya. Ini merupakan cara bagi umat Muslim untuk menjalankan praktik ekonomi yang sesuai dengan nilai-nilai agama mereka. Pemikiran ekonomi Islam di era sekarang ini telah membuahkan hasil dengan banyak wacana ekonomi islam dalam teori-teori dan dipraktiknya ekonomi islam diranah bisnis modern seperti halnya lembaga keuangan syariah dan lembaga keuangan konvensional. Sebagai contoh dalam lembaga keuangan syariah terdapat faktor-faktor yang

⁹⁵ M M Haryanto and D R Rudy, ‘Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori Dan Praktik)’ (Duta Media Publishing, 2020).

mempengaruhi kepercayaan terhadap masyarakat, antara lain:⁹⁶

- a) Kemampuan (*Ability*), dalam hal ini kemampuan pihak bank untuk menyediakan, melayani, mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain.
- b) Kebaikan hati (*Benevalence*), merupakan kemauan pihak bank memberikan kepuasan yang saling menguntungkan.
- c) Integritas (*Integrity*), berkaitan dengan bagaimana perilaku kebiasaan pihak bank dalam memberikan informasi kepada nasabah sesuai dengan fakta.

⁹⁶ Ajeng Fitriani, 'Kepercayaan Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Sekampung)' (IAIN Metro, 2019).

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Simpulan

Kesimpulan yang didapat dari hasil pembahasan dan analisis yang dilakukan pada penelitian ini yang berjudul pengaruh persepsi, kepercayaan, sistem bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah bank syariah akan diuraikan sebagai berikut :

1. Hasil uji t atau uji parsial variabel X terhadap variabel Y (minat menjadi nasabah bank syariah) sebagai berikut :
 - a. Variabel Persepsi (X1) memperoleh nilai t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel ($3.425 > 1.660$) dan nilai signifikansi sebesar $0.01 < 0.05$ sehingga secara parsial variabel persepsi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.
 - b. Variabel Kepercayaan (X2) memperoleh nilai t hitung lebih kecil dari pada nilai t tabel ($1.142 < 1.660$) dan nilai signifikansi sebesar $0.256 > 0.05$ sehingga secara parsial variabel kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.
 - c. Variabel sistem bagi hasil (X3) memperoleh nilai t hitung lebih kecil dari pada nilai t tabel ($1.647 < 1.660$) dan nilai signifikansi sebesar $0.103 > 0.05$ sehingga secara parsial variabel sistem bagi hasil tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.
2. Berdasarkan hasil uji F variabel persepsi, kepercayaan, dan sistem bagi hasil dapat diketahui bahwa nilai F hitung $>$ F tabel yaitu $45.726 > 2.69$ dan dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ sehingga secara simultan mempunyai pengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

3. Persepsi menurut ekonomi Islam adalah cara pandang dan pemahaman masyarakat terhadap prinsip-prinsip dan nilai-nilai ekonomi yang diatur oleh ajaran agama Islam serta bagaimana manusia memahami suatu informasi yang berkaitan dengan ekonomi yang tujuannya untuk memaksimalkan suatu kemaslahatan bagi umat manusia dengan berlandaskan prinsip-prinsip Islam. Sedangkan kepercayaan menurut ekonomi Islam merupakan suatu keyakinan terhadap prinsip-prinsip ekonomi yang sesuai dengan ajaran Islam. Konsep kepercayaan sangat penting dalam dunia ekonomi, karena kepercayaan merupakan faktor fundamental dalam kemajuan ekonomi. Percaya terhadap ekonomi islam melibatkan pengaplikasian prinsip-prinsip kehidupan sehari-hari, termasuk dalam investasi, perbankan, perdagangan, dan sektor ekonomi lainnya.

B. Rekomendasi

1. Saran bagi Bank Syariah yang berada di Kecamatan Kalianda diharapkan agar dapat mempertahankan kualitas dan kuantitas produk-produknya serta memaksimalkan kinerja karyawan dalam melayani nasabah ataupun mempromosikan dan mengsosialisasikan perbankan syariah kepada masyarakat. Melihat hasil dari penelitian ini, pengaruh persepsi, kepercayaan dan sistem bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah bank syariah bisa dijadikan tolak ukur mengenai bagaimana membangun citra yang baik pada masyarakat sehingga masyarakat bersedia menggunakan jasa perbankan syariah. Bank syariah juga diharapkan bisa membangun kepercayaan kepada masyarakat untuk menciptakan persepsi yang baik dari setiap individu. Dan juga bank syariah disarankan bisa membangun image yang baik pada masyarakat agar dapat dipertahankan sistem bagi hasil yang sama-sama menguntungkan untuk nasabah dan bank.

2. Saran untuk peneliti selanjutnya, pada penelitian ini hanya berfokus pada tiga variabel yaitu persepsi, kepercayaan dan sistem bagi hasil terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Oleh karena itu diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan dan membahas pengaruh diluar variabel yang telah digunakan pada penelitian kali ini, sehingga informasi yang didapatkan akan jauh lebih banyak guna untuk mengetahui variabel lain yang dapat mempengaruhi minat menjadi nasabah bank syariah.

DAFTAR RUJUKAN

Buku

- Azharsyah Ibrahim, Erika Amelia, dkk. *Pengantar Ekonomi Islam* (Jakarta : Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah-Bank Indonesia, 2021)
- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik* (Gema Insani, 2001)
- Egan, John, *Relationship Marketing: Exploring Relational Strategies in Marketing* (Pearson education, 2008)
- Fauzia, Ika Yunia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Prenada Media, 2018)
- Ghozali, Imam, 'Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25', 2018 *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006)
- Setiadi, Nugroho J, 'Perilaku Konsumen, Cetakan 4', *Edisi Revisi, Jakarta: Kencana, 2010*
- Setiadi, Nugroho J, and M M SE, *Perilaku Konsumen: Edisi Revisi* (Kencana, 2015)

Jurnal

- Acfira, Lukyitta Gusti, Mursalim Mursalim, and H Amiruddin, 'Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar', *Jurnal Mirai Management*, 5.3 (2020), 166–84
- Ahmad, Syukra Fauzan, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Universitas Andalas Bertransaksi Dengan Bank Syariah Mandiri Cabang Padang' (Universitas Andalas, 2018)
- Andriani, Gicella Fanny, and Halmawati Halmawati, 'Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan Dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah', *JURNAL EKSPLORASI AKUNTANSI (JEA)*, 1.3 (2019), 1322–36
- Anggraeni, Nina, 'Pengaruh Layanan 3 in 1 Masalah (Branchless Banking) Terhadap Pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) Dan Efisiensi Biaya Operasional Bank Pada PT. Bank BJB Syariah' (Fakultas Syariah (UNISBA), 2015)
- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik* (Gema Insani, 2001)
- Aprilia, Safitri, and Vita Aprilia, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR) Dengan

- Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Bank BRI Syariah KCP Demak' (IAIN SALATIGA, 2018)
- Astuti, Tri, and Rr Indah Mustikawati, 'Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah', *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2.1 (2013), 182–98
- Dendawijaya, Lukman, 'Manajemen Perbankan, Jakarta, Ghaha Indonesia', *Gani, Khoerudin (2010), Perbankan Syariah: Harapan Dan R^ Alita I Diambil*, 10 (2001)
- Don, Peppers, and Rogers Martha, 'Managing Customer Relationships: A Strategic Framework', *United States of America, John Wiley & Sons Inc*, 2004, 13
- Egan, John, *Relationship Marketing: Exploring Relational Strategies in Marketing* (Pearson education, 2008)
- Fitria, Tira Nur, 'Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1.02 (2015)
- Fitriani, Ajeng, 'Kepercayaan Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus BPRS Aman Syariah Sekampung)' (IAIN Metro, 2019)
- Ghozali, Imam, 'Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25', 2018
- , *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006)
- Gunawijaya, Rahmat, 'Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam', *Jurnal Al-Maslahah*, 13.1 (2017), 131–50
- Hariadi, Sugeng, and Sari Angriani, 'Pengaruh Persepsi Keyakinan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah', *Ekonomi Dan Bisnis: Berkala Publikasi Gagasan Konseptual, Hasil Penelitian, Kajian, Dan Terapan Teori*, 23.1 (2018), 1–10
- Hariati, Hariati, and Muhammad Syukur, 'Minat Masyarakat Melanjutkan Perguruan Tinggi Desa Gareccing Kecamatan Sinjai Selatan Kabupaten Sinjai', *Jurnal Sosialisasi*, 6.2 (2019), 30–35
- Haryanto, M M, and D R Rudy, 'Manajemen Pemasaran Bank Syariah (Teori Dan Praktik)' (Duta Media Publishing, 2020)
- Hasana, Hasana, 'Upaya Peningkatan Minat Membaca Karya Sastra Peserta Didik MAN 3 Kota Jambi', *Jurnal Pendidikan Guru*, 1.2 (2020)
- Imancezar, Reagi Garry, and Imroatul Khasanah, 'Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Konsumen, Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Distro Districtsides Di Semarang)' (Universitas Diponegoro, 2011)

- Imran, Imran, and Bambang Hendrawan, 'Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah', *Journal of Applied Business Administration*, 1.2 (2017), 209–18
- Imran, Muhammad, Binti Abdul Hamid SN, and A Aziz, 'Religiosity and Organizational Commitment: A Conceptual Framework', *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 4.9 (2017), 953–61
- Ismail, M B A, *Perbankan Syariah* (Kencana, 2017)
- Karim, Adiwarman A, 'Ekonomi Mikro Islam Edisi Keempat', *PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta*, 2012
- Khasanah, Yulika, and Arie Indra Gunawan, 'Pengaruh Sistem Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Cirebon (Penelitian Survei Terhadap Nasabah Bank Syariah Di Kota Cirebon)', *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2.1 (2014)
- Komariyah, Fitri, and Ali Farhan, 'Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Sidoarjo Dan Surabaya', *Media Mahardhika*, 18.3 (2020), 341–44
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller, 'Manajemen Pemasaran' (edisi, 2009)
- Kusmayadi, Tatang, 'Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan', *STIE STAN Indonesia Mandiri*, 2007
- LATIF, JAMAL, 'PENGARUH PERSEPSI DAN PREFERENSI TERHADAP PERILAKU PEDAGANG', 2017
- Lilayan, Aditya, 'Entrepreneurial Marketing Dan Trust Terhadap Marketing Performance', *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17.4 (2020), 531–47
- Madya, Salman Saesar Widyaishwara, 'Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional', *Oleh: Salman Saesar Widyaishwara Madya. Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional*, 2015
- Masin, Muhlis, and Ainur Hasanah, 'Pengetahuan Produk Dan Reputasi Bank Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia', *ABHATS: Jurnal Islam Ulil Albab*, 4.1 (2023), 28–38
- Melis, Melis, 'Pemikiran Tokoh Ekonomi Muslim: Imam Al-Syatibi', *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 2.1 (2016), 51–62

- Muhammad, H M S, *Manajemen Dana Bank Syariah* (Ekonesia, 2004)
- Mutasowifin, Ali, 'Menggagas Strategi Pengembangan Perbankan Syariah Di Pasar Nonmuslim', *Jurnal Universitas Paramadina*, 3.1 (2003), 25–39
- Nasution, Mislah Hayati, and Sutisna Sutisna, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking', *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 1.1 (2015), 62–73
- Prasetyo, Adrian Yudya, Achmad Fauzi DH, and Brillyanes Sanawiri, 'Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/ Vol*, 61.3 (2018)
- Priansa, Donni Juni, 'Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer', 2017
- Rakhmawati, Sherly, and Isharijadi Isharijadi, 'Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun', *Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 2.2 (2013), 71–84
- Saffer, Adam J, 'Value-Added Theory', *The International Encyclopedia of Strategic Communication*, 2018, 1–10
- Sakum, Sakum, and Hidayat Iftia, 'PENGARUH PERSEPSI NASABAH TENTANG PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT MENABUNG NASABAH', *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 5.01 (2020), 120–48
- Saleh, Abdul Rahman, and Muhib Abdul Wahab, 'Psikologi Suatu Pengantar', 2004
- Sangadji, Etta Mamang, 'Perilaku Konsumen; Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian', 2013
- Sani, Heny Septiana, Dheasey Amboningtyas, and Yulianeu Yulianeu, 'Comparative Analysis Of The Financial Performance Of Banks Bca And Bank Mega (Studies On Banking Companies 2012-2016 Listed In Bei)', *Journal of Management*, 4.4 (2018)
- Saputri, Alni Liana, 'Persepsi Mahasiswa Prodi Pendidikan Agama Islam Terhadap Penggunaan Metode Diskusi Dalam Pembelajaran Di Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau' (Universitas Islam Riau, 2018)
- Schiffman, Leon, 'G. & Leslie Lazar Kanuk.(2007). Perilaku Konsumen' (New Jersey: Prentice Hall)
- Setiadi, Nugroho J, 'Perilaku Konsumen, Cetakan 4', *Edisi Revisi, Jakarta: Kencana*, 2010
- Setiadi, Nugroho J, and M M SE, *Perilaku Konsumen: Edisi Revisi*

- (Kencana, 2015)
- Silaen, Montaris, 'Analysis of The Quality of The Application of SFAS 45 Financial Statements in St Peter's Catholic Church Parish Field East', *Jurnal Manajemen*, 4.1 (2018), 34–42
- Slameto, B, 'Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya (Cetakan IV)', *Rineka Cipta*, 2003
- Sugiyono, Metode, 'Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D', *Bandung: Alfabeta*, 2008
- Sugiyono, Prof, 'Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)', *Bandung: Alfabeta*, 28 (2015), 1–12
- Sujarweni, V Wiratna, 'Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi' (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2015)
- SULTON, MUKHAMMAD FAIZ, 'PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN BANK SYARIAH (STUDI PADA BPR SYARIAH BANGUN'
- Sumitro, Warkum, and Asas-asas Perbankan Islam, 'LembagalembagaTerkait'', Jakarta: PT', *Raja Grafindo Persada*, 2004
- Sunyoto, Danang, and Tri Admojo, 'Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen', 2014
- Supranto, Limakrisna, 'Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Edisi II', *Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media*, 2011
- Sutrisman, Dudih, 'Pendidikan Politik', *Persepsi, Kepemimpinan, Dan Mahasiswa, Guepedia, Bogor*, 2019
- Wahab, Wirdayani, 'Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah', *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 1.2 (2016), 167–84
- Wahyuni, Sri, 'Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syari'ah', *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 2.2 (2017), 437–59
- Wiratna, Sujarweni V, 'Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif', *PUSTAKABARUPRESS, Yogyakarta*, 2018
- Yahya, Subchan, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Bank: Studi Kasus Pt. Bank Syariah Mandiri Tbk. Cabang Pembantu Lebal', 2012
- Yulianti, Rika, Marijati Sangen, and Ahmad Rifani, 'Pengaruh Nilai-Nilai Agama, Kualitas Layanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Di

Banjarmasin', *Jurnal Wawasan Manajemen*, 4.2 (2016), 127–38
Zuhirsyah, Muhammad, and Nurlinda Nurlinda, 'Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah', *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10.1 (2018), 48–62

Website

Agung Prayoga, "Ajaran tentang kepercayaan (*the spirit of trust*) Dalam Ekonomi Islam, *TanjungPura2018*,

[https://www.academia.edu/37991320/Ajaran_tentang_keperca
yaan_the_Spirit_of_trust_Dalam_ekonomi_Islam_docx](https://www.academia.edu/37991320/Ajaran_tentang_kepercayaan_the_Spirit_of_trust_Dalam_ekonomi_Islam_docx)

Fia Afifah, Andra Nur Oktaviani, "Hadist tentang Amanah dan Keutamaannya, Salah Satunya Tanda Keimanan, 2022,

<https://www.orami.co.id/magazine/hadis-tentang-amanah>

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Salam sejahtera, Saya Ega Ainayah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Prodi Perbankan Syariah. Disini saya sedang melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Persepsi, Kepercayaan dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Masyarakat di Wilayah Kecamatan Kalianda)”**. Agar penelitian ini bisa berlangsung dengan baik, saya memohon kesediaan dan bantuan untuk mengisi kuesioner ini dengan sebaik-baiknya. Atas perhatian dan waktunya saya mengucapkan terimakasih.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :
4. Pekerjaan :

DAFTAR KUESIONER

Mohon untuk meberikan tanda (√) pada setiap jawaban yang dipilih.

Keterangan :

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. RG : Ragu-Ragu
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

Persepsi (X₁)

NO.	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
		Memilih Masukan Informasi Tentang Variasi Produk Perbankan				
1.	Pengetahuan tentang produk yang diberikan kepada nasabah sangat informatif					
2.	Pemberian informasi yang jelas tentang produk perbankan yang bervariasi kepada nasabah					
	Pemahaman Nasabah Terhadap Variasi Produk Perbankan Syariah Penafsiran Nasabah Terhadap Variasi Produk Perbankan Syariah					
3.	Produk Wadiah dalam bank syariah digunakan untuk tabungan					
4.	Produk Murabahah dalam bank syariah digunakan untuk transaksi jual beli					
5.	Di bank syariah terdapat produk pembiayaan dengan akad Musyarakah					
	Pemahaman Nasabah Terhadap Manfaat Perbankan Syariah					
6.	Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil sehingga tidak memberatkan sebelah pihak.					
7.	Bank syariah menggunakan					

	prinsip Islam sehingga terhindar dari dosa					
	Pemahaman Nasabah Terhadap Keistimewaan Perbankan Syariah					
8.	Di bank syariah mempunyai produk yang tidak tersedia di bank konvensional					
9.	Menjadi nasabah di bank syariah secara tidak langsung saya turut berzakat dan membantu mereka yang membutuhkan					

Kepercayaan (X₂)

NO.	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
	Keyakinan Terhadap Kinerja Pegawai Bank Syariah					
1.	Pemberian pelayanan yang baik terhadap nasabah dapat memuaskan nasabah					
2.	Saya berminat menabung di bank syariah karena etika karyawan bank syariah baik dalam melayani nasabah					
3.	Saya berminat menabung di bank syariah karena pengetahuan dan keterampilan pegawainya membuat saya puas					
	Transaksi Terjadi Apabila Masing Masing Saling Mempercayai					
4.	Adanya keterbukaan dalam memberikan informasi yang					

	dibutuhkan					
5.	Ketersediaan nasabah terkait pemberian informasi pribadi kepada bank syariah					
6.	Keterus terangan yang diberikan oleh pihak bank dalam menawarkan produk					

Sistem Bagi Hasil (X₃)

NO.	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
	Kesepakatan Terhadap Pembagian Hasil Usaha di Tentukan Terlebih Dahulu					
1.	Besaran nisbah sistem bagi hasil disepakati pada waktu akad pembukaan tabungan					
2.	Besarnya nisbah bagi hasil berdasarkan hasil tawar menawar antara sahibul maal dan mudharib					
3.	Diperlukanya kerja sama antara kedua belah pihak untuk mencapai kesepakatan dalam pembagian hasil					
	Keuntungan Yang Diperoleh Dalam Mengelola Dana					
4.	Saya berminat menabung di bank syariah karena lebih aman dalam mengelola dana					
5.	Saya berminat menabung di bank syariah karena bank syariah sudah terdaftar di Lembaga Penjamin Simpanan (LPS)					
6.	Saya berminat menabung di					

	bank syariah karena menggunakan sistem bagi hasil					
7.	Saya menjadi nasabah di bank syariah karena sudah terjamin halal					

Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y)

NO.	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
		Ketertarikan Dalam Kesiediaan Memiliki Produk Bank Syariah				
1.	Kecenderungan seseorang untuk membeli produk					
2.	Terdapat ketertarikan dalam suatu produk dibanding produk lain					
3.	Adanya dorongan dalam keingintahuan terhadap suatu produk perbankan syariah					
	Keinginan Dalam Mencapai Tujuan					
4.	Keingintahuan dan pemahaman mengenai bank syariah					
5.	Saya menjadi nasabah bank syariah karena saya ingin menyimpan dana dalam jangka waktu yang lama menggunakan produk di deposito					
	Pengembangan Motivasi Yang Menimbulkan Keinginan Dan Kemauan					

18	4	3	3	5	4	4	5	5	5	38
19	4	4	4	4	4	4	5	5	4	38
20	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
21	5	5	4	5	4	4	5	4	5	41
22	2	3	4	4	3	4	4	4	5	33
23	4	5	3	3	4	3	3	2	3	30
24	3	3	3	4	2	3	4	3	4	29
25	3	3	3	4	2	4	4	3	4	30
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
27	4	4	3	3	4	4	3	4	3	32
28	3	4	4	4	4	3	4	3	4	33
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
31	4	4	3	3	3	4	4	4	4	33
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
33	4	4	4	4	5	5	4	4	4	38
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
35	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
36	5	4	4	4	5	5	5	5	5	42
37	4	4	3	3	3	3	4	3	3	30
38	4	4	5	5	4	5	5	4	5	41
39	4	5	4	4	5	5	5	4	5	41
40	3	4	4	3	4	4	4	3	4	33
41	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
42	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39
43	4	4	5	5	4	3	4	5	5	39
44	4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
45	4	4	3	4	4	4	4	3	4	34

73	4	5	5	5	4	4	4	4	4	39
74	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37
75	5	4	5	4	4	5	5	4	5	41
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
77	5	3	3	3	3	3	3	3	3	29
78	4	4	4	4	3	3	5	4	5	36
79	2	3	3	1	5	5	4	3	4	30
80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
81	5	5	5	5	3	5	5	5	5	43
82	3	2	2	3	3	4	3	2	5	27
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
84	3	5	4	4	4	3	3	3	3	32
85	5	5	5	4	4	5	5	4	5	42
86	4	4	5	4	4	5	5	4	4	39
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
90	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
92	5	5	4	4	4	4	3	4	3	36
93	3	3	3	3	3	4	3	4	4	30
94	3	3	3	3	3	3	4	3	3	28
95	4	4	3	3	3	4	4	3	4	32
96	4	5	4	4	4	5	5	5	5	41
97	5	4	4	4	4	5	4	4	5	39
98	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
100	3	4	5	3	5	5	3	5	3	36

Kepercayaan (X2)

No	Kepercayaan						Total X2
	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	5	4	4	5	4	4	26
3	5	4	3	3	4	4	23
4	4	4	4	4	5	5	26
5	5	5	5	5	5	5	30
6	4	4	3	4	3	4	22
7	5	3	4	4	3	5	24
8	4	5	4	4	4	4	25
9	4	5	4	5	5	5	28
10	5	5	4	4	4	3	25
11	5	4	4	4	2	4	23
12	4	4	5	5	4	5	27
13	5	4	4	5	5	5	28
14	5	5	3	4	4	4	25
15	5	4	4	4	5	5	27
16	5	4	5	5	4	5	28
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	5	5	5	4	5	29
19	5	5	4	5	4	4	27
20	5	5	5	5	5	3	28
21	5	5	5	5	5	5	30
22	3	4	4	4	4	4	23
23	5	4	4	3	5	4	25
24	2	3	2	3	3	4	17

25	2	2	3	3	4	4	18
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	3	3	4	4	4	22
28	3	3	4	4	4	4	22
29	4	4	4	4	4	4	24
30	5	5	5	5	5	5	30
31	5	5	5	5	4	4	28
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	4	4	4	4	4	25
34	5	5	5	5	5	5	30
35	5	4	5	5	5	4	28
36	5	4	5	5	4	5	28
37	5	3	4	3	3	3	21
38	5	4	4	4	4	4	25
39	4	4	4	5	4	4	25
40	4	4	4	4	4	4	24
41	5	5	5	5	5	5	30
42	5	5	5	5	5	5	30
43	5	4	3	3	3	4	22
44	5	5	4	4	4	4	26
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	2	3	3	4	20
47	4	4	4	4	4	4	24
48	5	5	5	5	5	5	30
49	5	5	4	4	4	5	27
50	5	4	4	5	3	5	26
51	2	2	3	2	2	2	13
52	5	5	5	5	5	5	30

53	5	3	3	5	4	5	25
54	5	4	5	5	4	4	27
55	3	4	4	2	4	4	21
56	3	3	3	3	3	3	18
57	5	2	2	5	3	5	22
58	5	5	5	5	5	5	30
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	4	4	4	4	4	24
61	5	5	5	5	5	5	30
62	3	3	3	3	3	3	18
63	4	3	3	4	3	5	22
64	5	5	5	5	5	5	30
65	4	5	3	4	4	4	24
66	5	3	3	3	3	3	20
67	5	5	4	4	4	4	26
68	4	3	3	4	4	4	22
69	5	4	3	4	5	5	26
70	5	4	4	5	4	5	27
71	5	4	5	5	4	5	28
72	5	5	5	5	5	5	30
73	4	4	4	4	4	5	25
74	4	5	5	4	4	4	26
75	5	4	4	5	3	5	26
76	5	5	5	5	5	5	30
77	3	3	3	3	3	3	18
78	4	4	4	3	4	4	23
79	4	3	4	3	4	1	19

80	3	3	3	3	3	3	18
81	5	5	5	5	5	5	30
82	5	3	1	1	1	1	12
83	4	4	4	4	4	4	24
84	5	1	2	3	3	3	17
85	3	4	4	3	5	5	24
86	4	4	4	5	4	4	25
87	3	3	3	3	3	3	18
88	5	5	5	5	5	5	30
89	3	3	3	4	4	4	21
90	5	5	5	5	5	5	30
91	3	3	3	3	3	3	18
92	5	3	3	4	3	3	21
93	4	4	2	4	1	2	17
94	3	4	3	3	3	3	19
95	5	4	4	4	4	3	24
96	5	5	5	5	4	5	29
97	4	4	5	5	5	4	27
98	5	5	5	5	5	5	30
99	4	4	5	5	5	5	28
100	4	3	3	3	3	2	18

Sistem Bagi Hasil (X3)

Sistem Bagi Hasil								Total X3
No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	
1	4	4	4	4	4	4	4	28
2	5	4	4	4	5	5	5	32

3	4	4	3	4	3	3	4	25
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	35
6	3	4	4	4	4	4	4	27
7	5	5	5	5	5	5	4	34
8	5	4	4	4	4	4	4	29
9	4	4	4	4	5	3	4	28
10	5	4	4	4	5	5	4	31
11	3	3	4	3	4	3	3	23
12	4	5	5	5	5	5	5	34
13	5	5	5	5	5	5	5	35
14	5	5	5	4	4	4	4	31
15	4	5	4	4	4	5	5	31
16	5	5	4	4	4	5	5	32
17	5	5	5	5	5	5	5	35
18	4	4	5	5	5	5	5	33
19	4	4	4	5	5	4	4	30
20	5	5	5	5	5	5	4	34
21	5	5	5	5	5	5	5	35
22	3	4	1	2	2	3	5	20
23	5	4	3	4	4	5	3	28
24	3	4	4	3	4	3	4	25
25	4	4	3	3	3	4	4	25
26	4	4	4	4	4	4	4	28
27	4	3	4	3	3	3	4	24
28	4	4	4	3	4	4	4	27
29	4	4	4	4	4	4	4	28

30	5	5	5	5	5	5	5	35
31	4	3	4	4	5	4	4	28
32	5	5	5	5	5	5	5	35
33	2	1	1	3	4	3	3	17
34	5	5	5	5	5	5	5	35
35	5	4	5	4	5	4	5	32
36	5	5	5	4	4	5	5	33
37	3	3	3	4	3	3	3	22
38	4	4	5	5	4	4	5	31
39	5	5	5	4	4	5	4	32
40	5	5	5	4	5	5	4	33
41	4	4	4	5	5	5	5	32
42	5	5	5	5	5	5	5	35
43	4	4	5	3	5	5	5	31
44	4	4	5	4	5	4	4	30
45	4	4	4	4	4	4	4	28
46	4	3	3	4	4	4	3	25
47	4	4	4	4	4	4	4	28
48	5	5	5	5	5	5	5	35
49	5	5	5	5	5	5	5	35
50	4	4	4	4	5	4	5	30
51	2	2	3	3	2	4	4	20
52	5	5	5	5	5	5	5	35
53	5	3	5	3	2	1	2	21
54	4	4	5	5	5	5	5	33
55	4	3	3	3	4	3	4	24
56	3	3	3	3	3	3	3	21
57	5	5	5	1	1	3	3	23

58	5	5	5	5	5	5	5	35
59	4	3	4	4	4	4	4	27
60	4	4	4	3	4	3	4	26
61	5	5	5	5	5	5	5	35
62	3	3	3	4	3	3	3	22
63	5	3	5	5	5	5	4	32
64	5	5	5	5	5	5	5	35
65	5	4	5	4	4	3	3	28
66	3	3	3	3	3	4	3	22
67	4	4	4	4	4	4	4	28
68	4	4	4	4	4	4	4	28
69	4	4	5	5	3	3	5	29
70	4	3	4	2	4	3	3	23
71	5	5	5	5	5	5	4	34
72	5	5	5	5	5	5	5	35
73	5	4	4	4	3	4	3	27
74	4	5	5	5	4	4	4	31
75	4	4	5	5	5	4	4	31
76	5	5	5	5	5	5	5	35
77	3	3	3	3	3	3	3	21
78	5	4	4	5	5	5	5	33
79	4	2	2	5	5	4	3	25
80	3	3	3	3	3	3	3	21
81	5	5	5	5	5	5	5	35
82	1	1	2	3	3	4	4	18
83	4	4	4	4	4	4	4	28
84	3	1	3	1	3	3	3	17

85	4	4	5	5	5	4	4	31
86	4	4	4	5	4	4	5	30
87	3	3	3	3	3	3	3	21
88	5	5	5	5	5	5	5	35
89	5	5	5	4	4	4	4	31
90	5	5	5	5	5	5	5	35
91	3	3	3	3	3	3	3	21
92	4	3	4	3	3	5	3	25
93	4	4	2	5	5	4	3	27
94	3	4	3	4	3	3	3	23
95	3	4	4	4	4	4	4	27
96	5	4	4	4	5	5	5	32
97	4	5	5	5	5	5	5	34
98	5	5	5	5	5	5	5	35
99	4	5	5	5	5	5	5	34
100	3	4	3	3	4	4	4	25

Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y)

Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah								Total Y
No	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	
1	4	4	4	4	4	4	4	28
2	3	4	4	3	4	5	4	27
3	3	3	3	3	3	4	4	23
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	35
6	3	3	4	4	4	4	4	26
7	5	4	4	5	5	5	5	33

8	4	4	4	4	4	4	5	29
9	5	5	5	4	5	4	5	33
10	3	3	4	5	3	4	5	27
11	3	3	4	3	4	3	5	25
12	4	4	4	5	4	4	4	29
13	5	5	5	5	5	5	5	35
14	3	3	5	5	4	4	5	29
15	4	5	5	4	4	4	4	30
16	4	5	5	5	4	4	5	32
17	4	4	4	4	4	4	5	29
18	3	3	3	5	4	4	5	27
19	4	4	4	4	4	4	4	28
20	3	2	2	2	3	3	2	17
21	4	4	4	4	5	4	5	30
22	4	4	5	5	5	5	5	33
23	4	4	2	4	4	4	5	27
24	2	3	3	4	3	3	4	22
25	3	3	4	2	5	4	3	24
26	4	4	4	4	4	4	4	28
27	3	3	4	3	3	3	3	22
28	4	4	4	3	3	4	4	26
29	4	4	4	4	4	4	4	28
30	5	5	5	5	5	5	5	35
31	4	4	4	4	4	4	4	28
32	5	5	5	5	5	5	5	35
33	4	4	4	4	1	3	3	23
34	5	5	5	5	5	5	5	35

35	5	4	5	4	5	4	5	32
36	5	5	5	5	4	5	5	34
37	3	4	4	4	3	3	4	25
38	3	3	4	4	4	3	5	26
39	5	5	4	4	5	5	5	33
40	4	3	4	4	4	4	5	28
41	4	4	3	3	4	3	4	25
42	4	4	4	4	4	3	4	27
43	3	3	5	4	4	4	5	28
44	4	4	5	5	4	5	5	32
45	4	4	4	4	4	3	4	27
46	3	3	4	4	4	4	3	25
47	4	4	4	4	4	4	4	28
48	5	5	5	5	5	5	5	35
49	5	5	5	5	5	5	5	35
50	3	3	4	4	2	4	5	25
51	3	2	2	2	3	3	3	18
52	5	5	5	5	5	5	5	35
53	3	3	4	4	5	5	5	29
54	5	5	5	5	5	5	5	35
55	4	4	3	4	3	2	4	24
56	3	3	3	3	3	3	3	21
57	1	1	3	3	1	1	3	13
58	5	5	5	5	5	5	5	35
59	3	3	3	4	4	4	4	25
60	3	4	3	4	4	4	4	26
61	5	5	5	5	5	5	5	35
62	3	3	3	3	3	3	3	21

63	3	4	4	3	4	3	4	25
64	5	5	5	5	5	5	5	35
65	4	4	4	5	5	4	4	30
66	3	3	3	3	3	3	4	22
67	4	4	4	4	4	4	5	29
68	4	4	4	4	2	4	4	26
69	5	3	4	4	5	4	4	29
70	3	3	4	4	2	3	3	22
71	4	4	4	5	3	5	5	30
72	5	5	5	5	5	5	5	35
73	3	3	4	5	4	4	5	28
74	4	5	5	4	4	4	4	30
75	4	4	5	4	4	4	4	29
76	5	5	5	5	5	5	5	35
77	3	3	3	3	3	3	3	21
78	5	5	5	5	5	5	5	35
79	2	5	3	2	2	2	3	19
80	3	3	3	3	3	3	3	21
81	5	5	5	5	5	5	5	35
82	3	4	4	5	4	4	5	29
83	4	4	4	4	4	4	4	28
84	3	3	2	3	3	3	4	21
85	3	5	4	4	5	5	5	31
86	4	4	4	5	4	4	4	29
87	3	3	3	3	3	3	3	21
88	5	5	5	5	5	5	5	35
89	3	3	3	3	3	3	3	21

90	5	5	5	5	5	5	5	35
91	3	3	3	3	3	3	3	21
92	3	3	3	3	3	4	4	23
93	5	5	4	3	3	5	5	30
94	4	3	4	4	2	3	3	23
95	4	4	4	4	4	4	4	28
96	5	5	5	5	5	5	5	35
97	4	4	5	4	4	5	5	31
98	5	5	5	5	5	5	5	35
99	4	5	5	5	5	5	4	33
100	3	3	3	3	2	3	3	20

**LAMPIRAN 3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
Uji Validitas**

Persepsi (X1)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	-0,411	0,195	Tidak Valid
X1.2	0,711	0,195	Valid
X1.3	0,845	0,195	Valid
X1.4	0,834	0,195	Valid
X1.5	0,716	0,195	Valid
X1.6	0,790	0,195	Valid
X1.7	0,764	0,195	Valid
X1.8	0,786	0,195	Valid
X1.9	0,741	0,195	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023

Kepercayaan (X2)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,650	0,195	Valid
X2.2	0,807	0,195	Valid
X2.3	0,870	0,195	Valid
X2.4	0,869	0,195	Valid
X2.5	0,824	0,195	Valid
X2.6	0,801	0,195	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023

Sistem Bagi Hasil (X3)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	0,793	0,195	Valid
X3.2	0,844	0,195	Valid
X3.3	0,806	0,195	Valid
X3.4	0,819	0,195	Valid
X3.5	0,810	0,195	Valid
X3.6	0,827	0,195	Valid
X3.7	0,784	0,195	Valid

Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	-0,386	0,195	Tidak Valid
Y2	0,838	0,195	Valid
Y3	0,849	0,195	Valid
Y4	0,827	0,195	Valid
Y5	0,833	0,195	Valid
Y6	0,888	0,195	Valid
Y7	0,816	0,195	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Uji Reliabilitas Persepsi (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.911	8

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Kepercayaan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.891	6

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Sistem Bagi Hasil (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.913	7

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	6

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

LAMPIRAN 4 Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-25th	71	71.0	71.0	71.0
26-30th	21	21.0	21.0	92.0
31-35th	6	6.0	6.0	98.0
36-40th	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	33	33.0	33.0	33.0
Wanita	67	67.0	67.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Freelance	10	10.0	10.0	10.0
Guru	15	15.0	15.0	25.0
Mahasiswa	16	16.0	16.0	41.0
Karyawan	38	38.0	38.0	79.0

Wiraswasta	10	10.0	10.0	89.0
TenagaKerja Kesehatan	8	8.0	8.0	97.0
PNS	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

LAMPIRAN 5 Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.80957377	
Most Extreme Differences	Absolute	.114	
	Positive	.114	
	Negative	-.114	
Test Statistic		.114	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.003 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.138 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.129
		Upper Bound	.147

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.976	1.844		1.614	.110		
	Persepsi	.373	.109	.450	3.425	.001	.248	4.031
	Kepercayaan	.148	.129	.143	1.142	.256	.272	3.675
	Sistem Bagi Hasil	.188	.114	.216	1.647	.103	.250	4.003

a. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Uji Heteroskedastisita

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.498	1.353		1.846	.068
	Persepsi	.040	.080	.102	.500	.618
	Kepercayaan	-.054	.095	-.112	-.573	.568
	Sistem Bagi Hasil	-.020	.084	-.048	-.236	.814

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

LAMPIRAN 6 Koefisien Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.976	1.844		1.614	.110
	Persepsi	.373	.109	.450	3.425	.001
	Kepercayaan	.148	.129	.143	1.142	.256
	Sistem Bagi Hasil	.188	.114	.216	1.647	.103

a. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

LAMPIRAN 7 Pengujian Hipotesis

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.976	1.844		1.614	.110
	Persepsi	.373	.109	.450	3.425	.001
	Kepercayaan	.148	.129	.143	1.142	.256
	Sistem Bagi Hasil	.188	.114	.216	1.647	.103

a. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1116.683	3	372.228	45.726	.000 ^b
	Residual	781.477	96	8.140		
	Total	1898.160	99			

a. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

b. Predictors: (Constant), Sistem Bagi Hasil, Kepercayaan, Persepsi

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.767 ^a	.588	.575	2.853

a. Predictors: (Constant), Sistem Bagi Hasil, Kepercayaan, Persepsi

b. Dependent Variable: Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah

Koefisien Determinansi R Square (R^2)

Sumber : Hasil Output SPSS, 2023

LAMPIRAN 8 Surat Izin Penelitian



**PEMERINTAH KABUPATEN LAMPUNG SELATAN
KECAMATAN KALIANDA**

Jalan. Kolonel Makmun Rasyid Kel. Way Urang Kec. Kalianda

SURAT IZIN PENELITIAN

NOMOR : 070/ 29 /VII.03/1/2023

BASAR : Surat Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor: 3460/Un.16/DE/PP.00.9/09/2022. Tentang Izin Permohonan Izin Riset

Dengan ini memberikan izin kepada :

1. Nama : **EGA AINAYAH**
N P M : 1851020245
Judul Penelitian : **"Pengaruh Persepsi, Kepercayaan dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi pada Masyarakat di Wilayah Kecamatan Kalianda "**
Lokasi : **Kecamatan Kalianda Kabupaten Lampung Selatan**

UNTUK : Melaksanakan penelitian/Survey sebagaimana maksud surat tersebut diatas.

Demikian untuk dilaksanakan.



LAMPIRAN 9 Dokumentasi



LAMPIRAN 10 Bebas Plagiasi



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
PUSAT PERPUSTAKAAN

Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame I, Bandar Lampung 35131
Telp. (0721) 780887-74531 Fax. 780422 Website: www.radenintan.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B-2368/Un.16/P1/KT/XI/2023

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dr. Ahmad Zarkasi, M.Sos. I
NIP : 197308291998031003
Jabatan : Kepala Pusat Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung

Menerangkan Bahwa Skripsi Dengan Judul :

**PENGARUH PERSEPSI, KEPERCAYAAN DAN SISTEM BAGI
HASIL TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH
(Studi Pada Masyarakat di Wilayah Kecamatan Kallanda)**

KARYA :

NAMA	NPM	FAK/PRODI
EGA AINAYAH	1851020245	FEBI/ PS

Bebas Plagiasi dengan hasil pemeriksaan kemiripan sebesar 19 % dan dinyatakan **Lulus** dengan bukti terlampir .

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Bandar Lampung, 24 November 2023
Kepala Pusat Perpustakaan



Ket:

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi untuk Salah Satu Syarat Penyebaran di Pusat Perpustakaan.

**PENGARUH PERSEPSI,
KEPERCAYAAN DAN SISTEM
BAGI HASIL TERHADAP MINAT
MENJADI NASABAH BANK
SYARIAH (Studi Pada
Masyarakat di Wilayah
Kecamatan Kalianda)**

by Perpustakaan Pusat

Submission date: 24-Nov-2023 10:57AM (UTC+0700)

Submission ID: 2237225606

File name: Turnitin_file_word.docx (222.62K)

Word count: 10001

Character count: 62471

PENGARUH PERSEPSI, KEPERCAYAAN DAN SISTEM BAGI HASIL TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH (Studi Pada Masyarakat di Wilayah Kecamatan Kalianda)

ORIGINALITY REPORT

19%	14%	13%	12%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ps.febi.radenintan.ac.id Internet Source	2%
2	Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Student Paper	2%
3	eprints.radenfatah.ac.id Internet Source	2%
4	repository.radenfatah.ac.id Internet Source	1%
5	repository.syekhnrjati.ac.id Internet Source	1%
6	kumparan.com Internet Source	1%
7	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
8	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	1%
9	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	1%
10	Submitted to Udayana University Student Paper	1%
11	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	1%
12	dokument.pub Internet Source	

		1 %
13	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	1 %
14	journal.iaingorontalo.ac.id Internet Source	1 %
15	journal.stieamkop.ac.id Internet Source	<1 %
16	Ummal Khoiriyah. "ANALISIS SISTEM PENENTUAN BESARAN NISBAH BAGI HASIL PADA PRODUK DEPOSITO DI BANK MUAMALAT INDONESIA KCP SITUBONDO", LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran dan Kebudayaan, 2019 Publication	<1 %
17	Submitted to STEI Tazkia Student Paper	<1 %
18	Julita Pikirang, Harijanto Sabijono, Heince R. N. Wokas. "PENGARUH TEKANAN WAKTU, INDEPENDENSI DAN ETIKA AUDITOR TERHADAP KUALITAS AUDIT DI KANTOR INSPEKTORAT KABUPATEN KEPULAUAN SANGIHE", GOING CONCERN : JURNAL RISET AKUNTANSI, 2017 Publication	<1 %
19	sip.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1 %
20	ejournal.almaata.ac.id Internet Source	<1 %
21	Irfan Marhaban, Suryadi Suryadi. "Pengaruh Perilaku Konsumen dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Imitasi Jenis Fashion (Sepatu Vans) di Kalangan Mahasiswa FEB Universitas	<1 %

Muhammadiyah Metro", Jurnal Manajemen
DIVERSIFIKASI, 2021

Publication

-
- 22 Januardin Manullang, Nanda Pratiwi, Refiensa Yohana Sihombing, Rifka Aulia Harahap, Kevin Christian Tampubolon. "Pengaruh Return on Asset, Net Profit Margin dan Current Ratio Terhadap Harga Saham Food and Beverage di Bursa Efek Indonesia", Owner, 2021 <1 %

Publication

-
- 23 Riskia Habiba Usman. "FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP PENDAPATAN PENGRAJIN SONGKOK DI KECAMATAN GRESIK KABUPATEN GRESIK", MANAJERIAL, 2018 <1 %

Publication

-
- 24 jurnal.uinsu.ac.id <1 %

Internet Source

-
- 25 repository.uir.ac.id <1 %

Internet Source

-
- 26 etheses.uin-malang.ac.id <1 %

Internet Source

-
- 27 journal.trunojoyo.ac.id <1 %

Internet Source

-
- 28 Submitted to Universitas Putera Batam <1 %

Student Paper

-
- 29 lib.ui.ac.id <1 %

Internet Source

-
- 30 ejournal.iai-tabah.ac.id <1 %

Internet Source

-
- 31 hermaninbismillah.blogspot.com <1 %

Internet Source

www.scribd.com

32 Internet Source

<1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 5 words

Exclude bibliography On