

**PERSEPSI MAHASISWA NON-MUSLIM TERHADAP  
EKSISTENSI BANK SYARIAH (STUDI PADA MAHASISWA  
ADONARA DI YOGYAKARTA)**

*Non- Muslim students' perception of the existence of Islamic banks  
(Study of Adonara students in Yogyakarta)*

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



Oleh:

**BELLA ATIKA ARMALINDA LAMANEPA**

16423034

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM**

**JURUSAN STUDI ISLAM**

**FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2020**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Bella Atika Armalinda Lamanepa  
Nim : 16423034  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa Non-Muslim Terhadap  
Eksistensi Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa  
Adonara di Yogyakarta)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata terib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 14 Oktober 2020



Bella Atika Armalinda Lamanepa



FAKULTAS  
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim  
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia  
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584  
T. (0274) 898444 ext. 4511 / (0274) 898462  
F. (0274) 898463  
E. fiaj@uii.ac.id  
W. fiaj.uui.ac.id

**PENGESAHAN**

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa  
Tanggal : 3 November 2020  
Nama : BELLA ATIKA ARMALINDA LAMANEPA  
Nomor Mahasiswa : 16423034  
Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa Non-Muslim terhadap Eksistensi Bank Syariah (Studi pada Mahasiswa Adonara di Yogyakarta)

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

**TIM PENGUJI:**

**Ketua**

Tulasmi, SEI, MEI

(.....)

**Penguji I**

Rakhmawati, S.Stat, MA

(.....)

**Penguji II**

Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM

(.....)

**Pembimbing**

Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec.

(.....)

Yogyakarta, 3 November 2020

Dekan,



Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA,

## REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi :

Nama Mahasiswa : Bella Atika Armalinda Lamanepa  
NIM : 16423034  
Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa Non-Muslim Terhadap Eksistensi Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Adonara di Yogyakarta)

Menyatakan bahwa, berdasarkan hasil dan proses bimbingan serta dilakukannya perbaikan, maka bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada program studi Ekonomi Islam Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 14 Oktober 2020



Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI,M.Sh.Ec

## NOTA DINAS

**Hal** : **SKRIPSI**

**Kepada** : **Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam**  
Universitas Islam Indonesia  
Di Yogyakarta

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Berdasarkan penunjukan Dekan fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor : 2280/Dek/60/DAS/FIAI/V/2019 tanggal 3 Maret 2020 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama : Bella Atika Armalinda Lamanepa

Nomor/Pokok NIM : 16423034

Program Studi/Konsentrasi : Ekonomi Islam/Keuangan dan Perbankan Islam

Tahun Akademik : 2020-2021

Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa Non-Muslim Terhadap Eksistensi Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Adonara di Yogyakarta)

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, sudah dapat diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana. Dengan ini kami berharap agar skripsi saudara tersebut diatas untuk dimunaqasahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

*Walaikumsalam. Wr.Wb*

Yogyakarta, 14 Oktober 2020



Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec



## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Puji syukur kepada Allah yang telah memberikan nikmat dan karunianya sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam selalu terlimpahkan kepada junjungan kita nabi Agung Muhammad SAW, semoga kita mendapatkan syafaat di Yaumul Qiamah..Amiin...

Karya ini kupersembahkan kepada orang tuaku, Ayah Anwar Lamanepa dan Ibu Mardia Due Duli, Beliau yang selalu mendoakanku, memotivasi agar bisa menyelesaikan skripsi ini dan sukses di dunia dan di akhirat. Semoga Allah membalas semua kebaikan kalian.

Adik –Adiku tercinta Yuzril Lamanepa, Yeyen Lamanepa, dan Naura Lamanepa yang telah mendukung dan menyemangatiku sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, dan Terimakasih sudah menjadi saudara terbaikku.

Teruntuk sahabat-sahabatku terima kasih sudah memberi dukungan, membantu dan mendoakan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Kepada Bapak Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec ,selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya dan seluruh Dosen Pengajar di Fakultas Ilmu Agama Islam terkhusus dosen Prodi Ekonomi Islam, terima kasih atas semua ilmu, didikan, dan pengalaman yang saya dapatkan sebagai mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Semoga Allah membalas semua kebaikan anda dan dilancarkan segala urusannya.

## **MOTTO**

Wahai orang-orang yang beriman! Mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan salat. Sungguh, Allah beserta orang-orang yang sabar.

(Qs. Al-Baqarah, 153)

Barang siapa beriman kepada Allah dan hari akhir, maka hendaklah ia berkata baik atau diam.

(Nabi Muhammad S.A.W)

Jangan tuntutan Tuhanmu karena tertundanya keinginanmu, tapi tuntutan dirimu karena menunda adabmu kepada Allah

(Ibnu Atha'illah As-Sakandari)





**ABSTRAK**  
**PERSEPSI MAHASISWA NON-MUSLIM TERHADAP EKSISTENSI**  
**BANK SYARIAH (STUDI PADA MAHASISWA ADONARA DI**  
**YOGYAKARTA)**

**BELLA ATIKA ARMALINDA**

**16423034**

Adonara merupakan salah satu pulau yang berada di Kepulauan Nusa Tenggara. Tepatnya disebelah timur Pulau Flores, Luas wilayah pulau Adonara 509 km<sup>2</sup>, dan titik tertinggi 1.676 m. Pulau ini dibatasi oleh Laut Flores di sebelah utara, selat solor di selatan (memisahkan dengan Pulau Solor), serta Selat Lowotobi di barat (memisahkan dengan Pulau Flores). Mayoritas masyarakat Adonara beragama Kristen Katolik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa non-muslim Adonara. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa yaitu karakteristik bank syariah, promosi bank syariah, produk bank syariah. Model penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner online kepada mahasiswa non-muslim Adonara yang kuliah di Yogyakarta. Besar sampel dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa non-muslim Adonara yang kuliah di Yogyakarta. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, uji regresi linear berganda. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Variable Independen yaitu Karakteristik Bank Syariah (X1), Produk Bank Syariah (X2), Promosi Bank Syariah (X3) dan Variable Dependen yaitu Persepsi Mahasiswa Non-Muslim. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa karakteristik bank syariah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi mahasiswa non-muslim tentang eksistensi bank syariah karena nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $0,912 < 1,984$ . Produk bank syariah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi mahasiswa non-muslim tentang eksistensi bank syariah karena nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $1,242 < 1,985$ . Promosi bank syariah berpengaruh signifikan terhadap persepsi mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta tentang eksistensi bank syariah karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $9,227 > 1,984$ . Jadi hasil penelitian ini menunjukkan bahwa yang meningkatkan persepsi responden terhadap eksistensi bank syariah adalah promosi, sedangkan untuk karakteristik, dan produk tidak mempengaruhi. Berdasarkan koefisien determinasi memperlihatkan bahwa karakteristik bank syariah, produk bank syariah, promosi bank syariah terhadap persepsi mahasiswa non-muslim tentang eksistensi bank syariah berdasarkan *Adjusted R Square* sebesar 74,7% atau 0,747, sedangkan 25,3% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain.

*Kata Kunci : Karakteristik, Produk, Promosi, dan Persepsi Mahasiswa Non-Muslim*

**ABSTRACT**  
**THE PERCEPTION OF NON-MOSLEM STUDENTS TOWARDS THE**  
**EXISTENCE OF SHARIA BANK**  
**(STUDY ON THE ADONARA STUDENTS YOGYAKARTA)**

**BELLA ATIKA ARMALINDA LAMANEPA 16423034**

Adonara is one of the islands in the Nusa Tenggara Islands. To be precise, to the east of Flores Island, the area of the island of Adonara is 509 km<sup>2</sup>, and the highest point is 1,676 m. The island is governed by the Flores Sea in the north, the Solor Strait in the south (one of which is Solor island), and the Lowotobi Strait in the west (one of them is Flores Island). The majority of Adonara's people are Catholic Christians. This study aims to see the perceptions of non-muslim students in Adonara. The factors that influence students' perceptions are Islamic banks, the promotion of Islamic banks, and products of Islamic banks. The model of this research was by distributing the online questionnaires to the Non-Moslem Adonara students studying in Yogyakarta. There were 100 non-Moslem Adonara students studying in Yogyakarta participated. The analysis technique used in this research is a multiple linear regression test. The variables used in this study are the Independent Variables, namely Islamic Bank (X1), Sharia Bank Product (X2), Sharia Bank Promotion (X3), and the Dependent Variable, namely Perceptions Of Non-Muslim Students. Based on the results of t test, it showed that the characteristics of sharia bank had no significant effects on the perception of non-Moslem students in terms of the existence of sharia bank as the value of  $t_{count} < t_{table}$  or  $0,912 < 1,984$ . The products of sharia bank had no significant effects on the perception of non-Moslem students about the existence of sharia bank as the value of  $t_{count} < t_{table}$  or  $1,242 < 1,985$ . The promotion of sharia bank had a significant effect on the perception of the non-Moslem students of Adonara Yogyakarta about the existence of sharia bank as  $t_{count} > t_{table}$  or  $9,227 > 1,984$ . Thus, the results of this research showed that the thing increasing the perception of the respondents towards the existence of sharia bank was promotion. Meanwhile, for the characteristics and products had no any effects. Based on the results of the determination coefficient, the characteristics of sharia bank, sharia bank products, and promotion of sharia bank towards the perception of non-Moslem students about the existence of sharia bank based on *Adjusted R Square* was 74,7% or 0,747; while, 25,3% was explained or determined by other variables.

**Keywords: Characteristics,Products,Promotion, Perception of Non-Moslem Students**

November 08, 2020

TRANSLATOR STATEMENT  
The information appearing herein has been translated  
by a Center for International Language and Cultural Studies of  
Islamic University of Indonesia  
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24  
YOGYAKARTA, INDONESIA.  
Phone/Fax: 0274 540 255

# **PEDOMAN TRANSLITERASI**

## **KEPUTUSAN BERSAMA**

### **MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA**

Nomor : 158 Th. 1987

Nomor : 0543b/U/1987

## **TRANSLITERASI ARAB-LATIN**

### **Pendahuluan**

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab-Latin memang dikehendaki oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab dipergunakan untuk menuliskan kitab agama Islam beserta penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju ke arah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim

yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab-Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H. Sawabi Ihsan MA, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahan tanggal 10 Maret 1986 pada seminar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelecturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda. Usaha penyeragamannya sudah pernah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh

seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

### **Pengertian Transliterasi**

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar “satu fonem satu lambang”.
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

### **Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin**

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta’marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)

7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šad	Š	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik dibawah)

ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ ...	fathah dan ya	Ai	A dan I
وُ ...	fathah dan wau	Au	A dan U

Contoh :

كَتَبَ Kataba

فَعَلَ fa'ala

1. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا...ى ...	fathah dan alif atau ya	A	A dan garis di atas
ى...ى	kasrah dan ya	I	I dan garis di atas
وُ...ى	Hammah dan wau	U	U dan garis di atas

Contoh :

قَالَ Qāla

قِيلَ Qīla



رَمَى Ramā

يَقُولُ Yaqūlu

## 2. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada 2 (dua) :

a. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl

raudatul atfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-Madīnah al-Munawwarah

al-Madīnatul-Munawwarah

طَلْحَةَ Talhah

## 3. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh :

رَبَّنَا	Rabbanā	الْحَجَّ	al-hajj
نَزَّلَ	Nazzala	نُعَمَّ	nu'ima
الْبِرِّ	al-birr		

#### 4. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah.

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda samping.

Contoh :

الرَّجُلُ	ar-rajulu	القَلَمُ	al-qalamu
السَّيِّدُ	as-sayyidu	البَدِيعُ	al-badī'u
الشَّمْسُ	as-syamsu	الجَلَالُ	al-jalālu

## 5. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	ta'khuḏūna	إِنَّ	Inna
النَّوْءِ	an-nau'	أَمْرٌ	Umirtu
شَيْءٍ	syai'un	أَكَلَ	Akala

## 6. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn
	Wa innallāha lahuwa khairrāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almīzān
	Wa auf al-kaila wal mīzān
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ	Ibrāhīm al-Khalīl
	Ibrāhīmūl-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	Bismillāhi majrehā wa mursahā

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ  
سَبِيلًا

Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti  
manistatā’a ilaihi sabīla

Walillāhi ‘alan-nāsi hijjul-baiti  
manistatā’a ilaihi sabīlā

## 7. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ

Wa mā Muhammadun illā rasl

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا

Inna awwala baitin wudi’a linnāsi  
lallażī bibakkata mubārakan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ

Syahru Ramadān al-lażī unzila fīh al-  
Qur’ānu

Syahru Ramadān al-lażī unzila fīhil  
Qur’ānu

وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ

Wa laqad ra’āhu bil-ufuq al-mubīn

Wa laqad ra’āhu bil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdu lillāhi rabbil al-‘ālamīn

## Alhamdu lillāhi rabbilil ‘ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak digunakan.

Contoh :

نَصْرٌ مِّنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ      Nasrun minallāhi wa fathun qarīb

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا      Lillāhi al-amru jamī’an

Lillāhil-amru jamī’an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ      Wallāha bikulli syai’in ‘alīm

### 8. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu 'alaikum Warrahmatullahi Wabarakaatuh*

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ

الْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah, Puji dan syukur kita panjatkan kehadiran Allah. S.W.T yang telah memberikan nikmat iman dan islam, serta melimpahkan segala rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Tak lupah Sholawat serta salam kita hanturkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman yang gelap gulita menuju zaman yang terang benerang. Semoga kita mendapatkan syafaat di Yaumul Qiamah..

Penelitian dengan judul Persepsi Mahasiswa Non-Muslim Terhadap Eksistensi Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Adonara di Yogyakarta). Penelitian dan penyusunan skripsi ini guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Dalam penyusunan skripsi penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini berkat bantuan dan bimbingan berbagai pihak. Untuk itu penghargaan dan ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. H Tamyiz Mukharrom, MA., selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

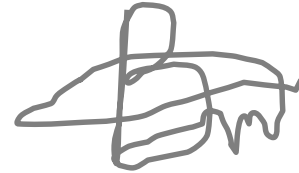
3. Ibu Dr. Rahmani Timorita Yulianti, M. Ag., selaku Ketua Jurusan Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
4. Ibu Soya Sobaya, S.E.I., M.M., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec ,selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan ilmu, bimbingan, arahan dan memberikan kemudahan-kemudahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Kepada orangtua ku tercinta Bapak Anwar Lamanepa dan Ibu Mardia Due Duli telah merawat, mendidik, mendoakan, menyemangati sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Segenap Dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Agama Islam yang telah memberikan ilmu, membantu, dan mempermudah dalam urusan penyusunan skripsi, maupun dalam pengurusan administrasi baik dari awal perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi saat ini.
8. Ketiga adiku tersayang yang selalu memberikan dorongan sehingga terselesai skripsi ini.
9. Sahabat terbaik/teman dekat penyusun, Arum Maulina, Nilna Farikhana, Casrini, Rezka Renia, Titani Mukti, dan Nur Aisyah yang telah memberikan dukungan, membantu, dan mendoakan sehingga terselesainya penulisan skripsi ini.
10. Teman-teman Ekonomi Islam angkatan 2016, sukses selalu untuk kalian semua, semangat mewujudkan cita-cita dan impian kalian.

Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Penyusun menyadari bahwa baik dalam segi penyusunan, bahasa, maupun penulisannya jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk kedepannya dari semua pihak. Terakhir penyusun berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak terkait.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaahu*

Witihama, 14 Oktober 2020

Penyusun,



Bella Atika Armalinda Lamanepa





## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
REKOMENDASI PEMBIMBING .....	iv
NOTA DINAS .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
MOTTO .....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xi
KATA PENGANTAR .....	xxii
DAFTAR TABEL.....	xxviii
DAFTAR GAMBAR .....	xxxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Sistematika Penulisan .....	6
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	8
A. Telaah Pustaka .....	8
B. Landasan Teori.....	11
1. Teori Persepsi .....	11
2. Teori Bank.....	14

3. Fungsi Bank Syariah .....	16
4. Karakteristik Bank Syariah.....	19
5. Produk Bank Syariah.....	19
6. Promosi Bank Syariah .....	21
C. Kerangka Pemikiran.....	23
D. Pengembangan Hipotesis.....	24
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
A. Desain Penelitian .....	26
D. Populasi, dan Sampel.....	27
E. Sumber Data.....	28
F. Teknik Pengumpulan Data .....	28
G. Variabel Penelitian.....	29
H. Definisi Operasional Variabel .....	29
I. Instrumen Penelitian.....	31
J. Teknik Analisis Data.....	31
K. Uji Asumsi Klasik.....	32
I. Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
1. Uji T (T-test).....	34
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>35</b>
A. Statistik Deskriptif .....	35
B. Uji Kualitas Data.....	58
C. Pengujian Asumsi Klasik .....	64
D. Analisis Regresi Linear Berganda .....	68
E. Pembahasan Hasil Analisis Data.....	72
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>75</b>

A. Kesimpulan.....	75
B. Saran .....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	80



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Klasifikasi Responden terhadap Jenis Kelamin .....	38
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden terhadap Usia .....	39
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden terhadap Agama .....	40
Tabel 4.5 Karakteristik Bank Syariah terhadap Pelanggaran Riba .....	40
Tabel 4.6 Karakteristik Bank Syariah terhadap Konsep Uang yang baik .....	41
Tabel 4.7 Karakteristik Bank Syariah Konsep Uang sebagai alat tukar .....	41
Tabel 4.8 Karakteristik Bank Syariah <i>Interesert Free Banking</i> .....	42
Tabel 4.9 Produk Bank Syariah terhadap Penyalur Dana .....	43
Tabel 4.10 Produk Bank Syariah terhadap Kebutuhan Nasabah .....	43
Tabel 4.11 Produk Bank Syariah terhadap Semua Kalangan .....	44
Tabel 4.12 Produk Bank Syariah terhadap penghimpun Dana .....	44
Tabel 4.13 Produk Bank Syariah terhadap Produk Jasa .....	45
Tabel 4.14 Produk Bank Syariah terhadap Perolehan nisbah .....	46
Tabel 4.15 Produk Bank Syariah terhadap Keuntungan Masyarakat .....	46
Tabel 4.16 Produk Bank Syariah terhadap Fasilitas Jaringan .....	47
Tabel 4.17 Produk Bank Syariah terhadap Risiko .....	48
Tabel 4.18 Produk Bank Syariah terhadap Investasi/Pembiayaan .....	48
Tabel 4.19 Produk Bank Syariah terhadap Biaya Administrasi .....	49
Tabel 4.20 Produk Bank Syariah terhadap Keuntungan Bagi Hasil .....	49
Tabel 4.21 Promosi Bank Syariah terhadap Media Cetak .....	50

Tabel 4.22 Promosi Bank Syariah terhadap Periklanan.....	51
Tabel 4.23 Promosi Bank Syariah Konsep Uang sebagai alat tukar.....	51
Tabel 4.24 Promosi Bank Syariah terhadap Informasi yang baik.....	52
Tabel 4.25 Promosi Bank Syariah terhadap tatap muka .....	53
Tabel 4.26 Promosi Bank Syariah terhadap Tenaga Marketing .....	53
Tabel 4.27 Promosi Bank Syariah terhadap Pesan dan Kesan.....	54
Tabel 4.28 Promosi Bank Syariah terhadap Nisbah .....	55
Tabel 4.29 Promosi Bank Syariah terhadap kemudahan mencari informasi ...	55
Tabel 4.30 Promosi Bank Syariah terhadap Kegiatan Bank .....	56
Tabel 4.31 Persepsi Responden terhadap Kondisi Lingkungan.....	57
Tabel 4.32 Persepsi Responden terhadap Kepuasan dan Keinginan .....	57
Tabel 4.33 Persepsi Responden terhadap Bebas Bunga.....	58
Tabel 4.34 Persepsi Responden terhadap Pengalaman masa lalu .....	59
Tabel 4.35 Persepsi Responden terhadap Kepercayaan.....	59
Tabel 4.36 Persepsi Responden terhadap Praktik Bank Syariah.....	60
Tabel 4.37 Persepsi Responden terhadap Prinsip Syariah .....	60
Tabel 4.38 Persepsi Responden terhadap Bisnis Halal dan Baik.....	61
Tabel 4.39 Uji Validitas Karakteristik Bank Syariah (X1) .....	62
Tabel 4.40 Uji Validitas Produk Bank Syariah (X2) .....	64
Tabel 4.41 Uji Validitas Promosi Bank Syariah (X3) .....	65
Tabel 4.42 Uji Validitas Persepsi Mahasiswa Non-Muslim (Y).....	66

Tabel 4.43 <i>Reliabilitas Alphan Cronbach</i> .....	67
Tabel 4.4 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	68
Tabel 4.45 Uji Multikolonieritas Coefficients .....	69
Tabel 4.46 Coefficients .....	70
Tabel 4.47 Coefficients .....	72
Tabel 4.48 ANOVA .....	74
Tabel 4.49 Model Summary .....	75



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	24
Gambar 4.1 Histogram .....	68
Gambar 4.2 Scatterplot.....	71
Gambar 4.3 Klasifikasi Responden terhadap Universitas.....	39



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Bank syariah sebagai lembaga keuangan yang kegiatannya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Bank syariah pertama di Indonesia yaitu bank Muamalat Indonesia tahun 1991 oleh Majelis Ulama Indonesia dengan tujuan pemenuhan kebutuhan rakyat muslim. Program kerja bank dengan berpedoman pada prinsip Islam. Riba merupakan suatu batasan dalam bank syariah dan bank konvensional. Investasi hanya terjadi pada usaha-usaha yang dikategorikan halal. Bank syariah menggunakan bagi hasil sebagai prinsip dasar operasionalnya yang tidak dapat diterapkan oleh bank konvensional (Setiawan B. , 2015).

Bank syariah berkembang pesat saat ditetapkan Undang-undang No 7 tahun 1992 dengan dasar-dasar hukum yang berlaku, dan kemudian diubah dengan menetapkan Undang-Undang No 10 tahun 1998. Tujuan dari perubahan Undang-Undang yaitu Bank syariah mempertegas otoritas moneter sebagai penjamin kegagalan bank syariah, dan memberikan leluasa kepada bank syariah dalam memperluas gerakan.

Peranan dan fungsi bank syariah yaitu memperbaiki sistem operasional bank syariah dan lebih meningkatkan kesadaran syariah sehingga dapat memperluas pangsa pasar. Melakukan kerja sama dengan para ulama sehingga lebih dipercayai oleh masyarakat, karena peranan para ulama di Indonesia sangat dominan (Purwatatmdja, 2005).

Perkembangan perbankan tidak hanya didominasi oleh perbankan konvensional namun perkembangan juga dialami oleh bank syariah yang disignifikan dimulai semenjak terjadinya krisis ekonomi 1998, bank syariah menampilkan imunitas yang lebih kuat dibandingkan bank konvensional yang mengalami kebangkrutan. Bank syariah pertama di



Indonesia yaitu Bank Muamalat yang tidak mendapatkan bantuan dari Bank Indonesia namun Bantuan Likuiditas sepenuhnya mengalir kepada bank konvensional sebesar 650 Trilyun.

Sistem yang digunakan Bank Syariah yang selalu berpedoman pada Qur'an dan Hadis dan prinsipnya berdasarkan syariat Islam. Bank Syariah beroperasi berdasarkan syariat Islam, yaitu pada cara-cara bermuamalat seperti menjauhi perkara mencari ribah dan melakukan investasi dengan mengharapkan keuntungan yang lebih. Sementara kegiatan usaha yang selalu berpedoman kepada Al-Qur'an dan Al-Hadits yaitu menjauhi semua larangan atau praktik yang menyimpang dari Al-Qur'an maupun Al-Hadits, dan melakukan kegiatan sesuai dengan ajaran dari Baginda Rasulullah Muhammad SAW. Penekanan yang menjauhi larangan tersebut yaitu pada praktik yang mengandung unsur riba. Dan faktor lainnya yaitu produk, produk ialah sesuatu yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan seorang (Kasmir, 2010). Selanjutnya pengertian produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan dan menarik perhatian untuk dimiliki, dan dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Produk yang dimiliki bank syariah berbeda dengan produk dari bank konvensional, produk financing pada bank syariah harus berakad sesuai dengan akidah Islam dan undang-undang syariah (Kotler, 2000).

Masih banyak pemahaman mengenai bank syariah hanya untuk kaum muslim saja. Perlu adanya pemahaman ke pada kaum awam bahwa bank syariah merupakan bank yang berdasarkan pada syariat Islam. Bank syariah dapat digunakan oleh semua kalangan bukan hanya agama Islam saja. Semua agama mengharamkan penggunaan riba karena riba dianggap sesuatu yang dapat merusak. Di dalam kitab suci agama Hindu mengatakan riba termasuk dalam dosa besar. Pada perjanjian baru dan perjanjian lama kitab suci agama Kristen juga mengharamkan riba (Algaoud, 2004).

Negara Indonesia dengan mayoritas muslim namun negara Indonesia bukan negara Islam. Ada enam agama yang ada di Indonesia yaitu, Islam, Kristen Katolik, Kristen Protestan, Hindu, Budha, dan Kong Hu Cu, dari tahun 2010 dengan sensus penduduk terakhir didapat dengan 87,18% penduduk yang beragama Islam dan sisahnya beragama non-muslim yakni 13%, dari rincian agama protestan sebesar 6,96%, 2,91% yang beragama Katolik, 0,72% Buddha dan terakhir 0,05% Kong Hu Cu dari semua total penduduk Indonesia sekarang. Hal ini akan menjadi peluang bagi bank syariah di Indonesia.

Keberadaan bank syariah diakui ketika munculnya Undang-Undang no. 7 tahun 1992 tentang perbankan, kemudian ditegas dengan Undang-undang no. 23 tahun 2003 isinya berupa, Negara Indonesia menganut dua sistem bank, yang berarti bank syariah dan bank konvensional dapat diselenggarakan. Dengan adanya Undang-Undang tersebut dapat memunculkan persepsi masyarakat mengenai perbankan syariah di Indonesia dan telah diatur dalam undang-undang tersebut. Pada kedua sistem ini mempunyai tujuan yang sama yaitu memenuhi kebutuhan masyarakat mengenai produk dan jasa perbankan, serta mendukung segala pembiayaan pada sektor-sektor perekonomian nasional (Adi, 2016).

Persepsi sebagai sebuah proses menata dan menyampaikan kesan yang dirasakan oleh lingkungan sekitar (Rahmat, 2007). Sebuah Persepsi muncul karena ada hal-hal yang diterima, yakni penerimaan melalui penginderaan, pengorganisasian, pemfokusan, penyeleksi, dan implementasi dari kerjasama berbagai faktor, baik faktor stimulasi dan faktor personal yang akan membentuk seseorang (Walgito, 2010). Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi, yaitu objek atau stimulasi, pengindraan, syaraf-syaraf dan pusat susunan syaraf, yang menjadi syarat fisiologis dan syarat psikologis yaitu perhatian.

Menurut Subarjo terkait beberapa kendala pengembangan perbankan syariah yang muncul: Pertama, pemahaman yang minim terkait segala operasional kegiatan bank berdasarkan prinsip syariah. Kedua,

peraturan yang belum mengakomodasi operasional kegiatan bank berdasarkan syariah sepenuhnya. Ketiga, jaringan yang belum meluas sampai ke plosok-plosok daerah, Keempat, sumber daya manusia dalam hal keahlian masih minim mengenai bank syariah. Rata-rata yang bertransaksi di bank syariah karena motif bisnis atau keuntungan yang didapat, bukan semata-mata karena agama. (Kurniati, 2012)

Bank syariah memiliki produk seperti, tabungan, deposit, giro ataupun jasa, namun pada karakteristik bank syariah tidak mengenal ribah dan *Interest Free Banking* (tanpa bunga), sesuai dengan prinsip Islam. Dengan produk dan karakteristik, bank syariah juga melakukan promosi, untuk dapat dikenali masyarakat umum, baik masyarakat muslim ataupun non muslim. Semakin baik promosi akan mempermudah mengenal keunggulan-keunggulan bank syariah, terutama mahasiswa non muslim yang memperdalam ilmu ekonomi di Indonesia, dengan pengenalan terhadap bank syariah.

Adonara merupakan sebuah pulau kecil di ujung timur Pulau Flores. Adonara berasal dari kata Adoknara. Adok yang berarti mengadu domba dan nara yang artinya kampung, suku bangsa, kaum kerabat, atau golongan. Jadi Adoknara berarti mengadu domba warga antar kampung, atau kaum kerabat. Pengertian ini merujuk pada watak orang Adonara yang gemar berperang. Jika hendak berperang maka pelaku akan menghubungi nara yakni keluarga, kaum kerabat lainnya agar memihak mereka dalam perang tanding tersebut. Penyebab pertikaian darah yang terjadi di Adonara yaitu masalah tanah, dan watak menyelesaikan sengketa tanah dengan cara kekerasan, sebab nenek moyang orang Adonara ditempa dengan kehidupan yang keras, dan dimana peristiwa pertumpahan darah sudah merupakan hal biasa.

Adonara merupakan salah satu pulau yang berada di Kepulauan Nusa Tenggara. Tepatnya disebelah timur Pulau Flores, Luas wilayah pulau Adonara 509 km<sup>2</sup>, dan titik tertinggi 1.676 m. Pulau ini dibatasi oleh Laut Flores di sebelah utara, selat solor di selatan (memisahkan dengan

Pulau Solor), serta Selat Lowotobi di barat (memisahkan dengan Pulau Flores). Secara administrasi, Pulau Adonara termasuk wilayah Kabupaten Flores Timur, Provinsi Nusat Tenggara Timur, Indonesia. Mayoritas penduduk Adonara adalah beragama Katolik.

Dari latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **PERSEPSI MAHASISWA NON-MUSLIM TERHADAP EKSISTENSI BANK SYARIAH (STUDI PADA MAHASISWA ADONARA DI YOGYAKARTA)**

### **B. Rumusan Masalah**

Berikut uraian diperoleh dari latar belakang di atas, maka permasalahan yang akan diteliti yaitu:

1. Apakah karakteristik bank syariah berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa Adonara yang kuliah di Yogyakarta
2. Apakah produk dari bank syariah berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa Adonara yang di Yogyakarta
3. Apakah promosi dari bank syariah berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa Adonara yang kuliah di Yogyakarta

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh karakteristik bank syariah terhadap persepsi mahasiswa non-muslim.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh produk bank syariah terhadap persepsi mahasiswa non-muslim.
3. Untuk mengetahui dan menjeaskan pengaruh promosi bank syariah terhadap persepsi mahasiswa non-muslim.

### **D. Manfaat Penelitian**

Harapan dari penulis yaitu penelitian dapat bermanfaat baik secara Teoritis maupun Praktis:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis harapan dari penelitian ini untuk menambah ilmu pengetahuan wawasan mengenai bank syariah, terkhusus pengaruh karakteristik dari bank syariah, produk dari bank syariah, dan promosi dari bank syariah terhadap persepsi mahasiswa non-muslim tentang eksistensi bank syariah.

## 2. Manfaat Praktis:

### a. Bagi pembaca

Dapat memberikan ilmu pengetahuan dan informasi mengenai bank syariah, dan persepsi non-muslim terkait perbankan syariah, serta informasi mengenai berpengaruhnya karakteristik, produk, promosi mahasiswa non-muslim terhadap eksistensi dari bank syariah.

### b. Bagi Akademik

Manfaat penelitian dapat digunakan sebagai bahan referensi penelitian lain sebagai penelitian lanjutan maupun penelitian yang berkelanjutan

### c. Bagi peneliti

Dapat mengimplementasikan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah dan dapat memberikan pemahaman terkait materi yang diperoleh.

## E. Sistematika Penulisan

Penulis memaparkan 3 bab uraian, dan tiap-tiap bab dilengkapi dengan sub dari masing-masing bab yakni:

**BAB I PENDAHULUAN**, penulis memuat latarbelakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan dengan masalah yang dipilih yaitu persepsi mahasiswa non-muslim terhadap eksistensi bank syariah.

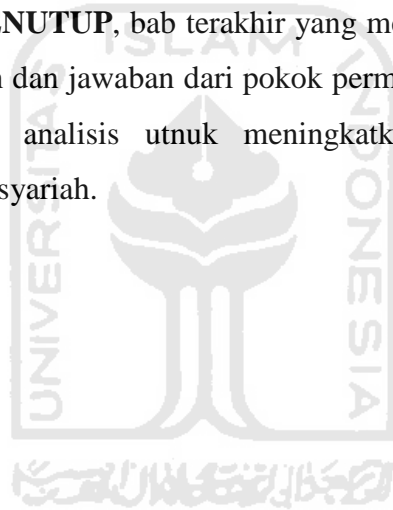
**BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**, penulis memaparkan kajian-kajian penelitian terdahulu, membandingkan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, menganalisis, mencari

perbedaan dari penelitian tersebut, dan menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan judul yang diteliti.

**BAB III METODE PENELITIAN**, penulis memaparkan desain penelitian, lokasi penelitian, waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, teknik analisis data, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan analisis regresi linear berganda.

**BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**, bab ini berisi tentang pembahasan analisis terkait hasil perhitungan yang didapat. Analisis data menggunakan bantuan SPSS IBM 22.

**BAB V PENUTUP**, bab terakhir yang mencantumkan kesimpulan dari hasil penelitian dan jawaban dari pokok permasalahan dan saran-saran berdasarkan hasil analisis untuk meningkatkan pengetahuan terkait pengetahuan bank syariah.



## BAB II

### TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

#### A. Telaah Pustaka

Pada bagian ini terdapat penjelasan mengenai penelitian-penelitian terdahulu mengenai persepsi non-muslim maupun muslim tentang eksistensi bank syariah dan faktor apa saja yang dapat mempengaruhi nasabah non-muslim memilih jasa bank syariah

Penelitian dilakukan oleh Heriyati Chrisna, dan Erni Wakhyuni (2019) dengan judul *Persepsi Mahasiswa Akuntansi Universitas Pembangunan Pencabudi Terhadap Perbankan Syariah Sebagai Lembaga Keuangan Syariah*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, jenis penelitian deskriptif. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer, sedangkan pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan menyebarkan kepada objek penelitiannya yaitu mahasiswa akuntansi Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Pancabudi. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa setengah dari mahasiswa akuntansi yang dijadikan sampel memiliki persepsi positif mengenai perbankan syariah sebagai lembaga keuangan syariah.

Penelitian kedua oleh Harviz Akbar dan Haroni Doli (2013), dengan judul penelitian, *Persepsi Etnis Tionghoa Terhadap Perbankan Syariah di Kota Medan*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif karena peneliti harus menganalisis atau menjelaskan suatu kasus. Jenis sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, observasi dan studi kepustakaan. Pengolahan data dengan menggunakan program komputer Microsoft Excel dan SPSS 20. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi etnis Tionghoa terhadap perbankan syariah di kota Medan dilihat dari pekerjaan, promosi dan bukti fisik (nyata).

Penelitian yang ketiga oleh Amaliah Al Azmi dan R. Moh. Qudsi Fauzy (2015) yang berjudul *Alasan Nasabah Non Muslim Memilih Pembiayaan*

*Murabahah di Bank Syariah*, penelitian dilakukan pada nasabah di BNI Syariah KC. Rungkut Surabaya. Metode penelitiannya menggunakan kualitatif, karena menjelaskan suatu masalah atau menginterpretasikan suatu kasus unik. Ruang lingkup penelitian seputar pembiayaan murabahah, dan mencari jawaban alasan kenapa nasabah non-muslim lebih memilih pembiayaan murabahah tersebut. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Teknik analisis data menggunakan metode *surposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan ada tiga alasan nasabah non muslim memilih pembiayaan murabahah yaitu alasan yang pertama, Kesederhanaan skema pembiayaan, alasan kedua Promosi pembiayaan mikro yang selalu mendatangi calon nasabah, alasan yang ketiga, Akad yang saling menguntungkan, antara kedua belah pihak.

Penelitian keempat oleh Kasmiah, St Fitri, Fitri Kumalasari, dan Andi Muttaqin Mufti (2019) dengan judul penelitian, *Persepsi Masyarakat Perkotaan dan Pedesaan Terhadap Perbankan Syariah*. Dari hasil penelitian ini menunjukkan masyarakat kota lebih paham terhadap perbankan syariah karena sudah banyak bank-bank syariah yang beroperasi disekitarnya dibandingkan masyarakat pedesaan yang tidak paham dengan perbankan syariah karena tidak ditemukan bank-bank syariah disekitarnya dan yang ada hanyalah bank konvensional.

Penelitian kelima oleh Mawaddah Irham (2019) dengan judul, *Analisis Persepsi Dosen Terhadap Perbankan Syariah*, penelitian dilakukan pada Dosen Fakultas Ekonomi UMN. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menjelaskan secara detail melalui pengumpulan data. Tekni pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner, dan wawancara langsung pada narasumbernya. Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa banyak yang menyetujui prinsip bank syariah merupakan Tahuid atau ketuhanan. Sedangkan persepsi dosen dari sisi operasional masih ditemukan perbedaan, ada yang mengatakan bank syariah sama saja dengan bank konvensional pada sistem operasionalnya, ada juga mengatakan bank syariah tidak boleh disamakan dengan bank konvensional, karena keduanya jelas berbeda.



Penelitian keenam oleh Agung Anugerah dengan judul penelitian *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Non-Muslim dalam memilih Bank Syariah*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi nasabah non muslim dalam memilih jasa bank syariah sebagai pembiayaan.. Penelitian menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner secara online dan diisi oleh nasabah nonmuslim dari bank syariah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan faktor yang dapat menarik nasabah dalam memilih bank syariah yaitu, faktor produk, faktor promosi, definisi perbankan syariah, keuntungan administrasi, pelayanan dan faktor lokasi. Faktor ini yang dapat meningkatkan pelanggan non-muslim untuk menggunakan bank syariah.

Penelitian yang ketujuh oleh Fithri Tyas Hapsari, dan Irfan Syauqi Beik dengan judul penelitian, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Non-Muslim dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah di DKI Jakarta*. Jenis dan sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Kuesioner didapat langsung dari nasabah non-muslim BSM, BNI Syariah, BRIS maupun bank konvensional. Data sekunder dari berbagai studi kepustakaan. Metode pengumpulan data dengan teknik *nonprobability sampling*, dan metode *purposive sampling*. Metode pengolahan data dan analisis data dengan menggunakan analisis deskriptif dan regresi logistik biner dengan bantuan program SPSS 16 untuk mengelola data, sedangkan untuk tabulasi data diolah dengan menggunakan program *Microsoft Excel*. Penelitian ini menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah non-muslim yaitu faktor dengan nilai odds dari 1.450, faktor keuntungan administrasi dengan nilai rasio odds 6,79, dan faktor stimulasi agama dengan rasio odds sebesar 2,679.

Penelitian kedelapan oleh Ikin Ainul Yakin pada tahun 2016 yang berjudul *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nonmuslim Terhadap Transaksi Pembiayaan Pada Perbankan Syariah*. Data yang digunakan dalam penelitian ini, data primer dan data sekunder. Jenis penelitian lapangan jadi data dapat diperoleh dari pengamatan langsung di Bank BRI Syariah Cabang Cilegon. Dengan menggunakan angket yang instrumen nya *di-design* dengan skala Likert. Teknik

analisis data menggunakan model regresi yaitu analisis yang mengukur kekuatan dan menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Hasil dari penelitian ini, yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara minat nasabah non-muslim dan muslim terhadap transaksi pembiayaan Bank BRI Syariah. Pengaruh minat muslim dan non-muslim terhadap transaksi pembiayaan pada Bank Syariah senilai 72,8 % sedangkan minat nasabah muslim dan non-muslim senilai 70,5 %.

Penelitian kesembilan dilakukan oleh Aqdhia Pradipta, Sugeng Hariadi, dan Mintatri Ariani pada tahun 2017 yang berjudul, *Preferensi Nasabah Non-Muslim Terhadap Bank Syariah: Studi Kualitatif*. Metode dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif karena menyoroti, menginterpretasikan dan menjelaskan sebuah fenomena unik. Penelitian dilakukan dengan tujuan mengetahui perkembangan nasabah non-muslim di perbankan syariah. Hasil dari penelitian ini diperoleh 6 responden menunjukkan pengaruh yang mendominasi dari perilaku nasabah non-muslim dalam memilih produk simpanan *mudharabah* pada perbankan syariah.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Teori Persepsi**

Persepsi berasal dari bahasa latin yaitu, *perception, percipio* yang berarti mengenali, menyusun, menafsirkan informasi yang berhubungan dengan panca indra (sensoris) untuk memperoleh gambaran dan pemahaman terhadap lingkungan. Persepsi menurut Hans Eysenck yaitu proses belajar dari pengalaman. Hasil yang diperoleh dari seseorang dalam proses belajar dan berintraksi akan memperoleh pengalaman untuk dirinya sehingga dapat membandingkan suatu keadaan yang dihadapi (Asrori, 2009). Menurut Slameto persepsi adalah suatu proses yang selalu berkaitan dengan pesan dan informasi yang ditangkap oleh otak manusia. Dapat diperoleh kesimpulan yaitu, suatu proses menyeleksi, dan memperhatikan, mengorganisasikan stimulasi lingkungan. Proses menyeleksi, dan memperhatikan segala kegiatan yang dilakukan oleh panca indra yang terdiri dari (indra penglihat, indra pencium, indra perasa, indra pendengar, dan indra peraba) terhadap berbagai stimulasi lingkungan yang dihadapkan. Akan tetapi tidak semua stimulasi kita

hadapi, namun kita mengambil beberapa bagian yang penting dan perlu diperhatikan sehingga tidak menimbulkan kebingungan. (Slameto, 2015)

a. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi

Beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu :

1. Objek ersepsi, objek yang timbul karena sentuhan alat indra. Stimulus dapat diperoleh dari indiviu yang mempersepsi. Namun terjadi pada individu secara langsung melalui saraf penerimaan kerja secara langsung dari reseptor.
2. Indra, syaraf, dan susunan saraf  
Indra sebagai penerima stimulus, adanya syaraf sensorik sebagai alat penerus, dan susunan saraf yaitu otak akan menerima reseptor.
3. Perhatian  
Perhatian merupakan langka awal terjadinya persepsi. Perhatian adalah pemusataan yang dilakukan seseorang atau konsentrasi terhadap suatau objek. Persepsi merupakan suatau proses pengamatan dengan menggunakan alat indra sebagai perantara. Intinya persepsi adalah suatau aktifitas melihat, mendengar, mencium, merabah atau merasakan apa yang terjadi disekitar (Walgito, Pengantar Psikologi Umum, 1994)

b. Indikator-Indikator Persepsi

Indikator dari persepsi yakni:

1. Tanggapan (Respon)

Gambaran tentang sesuatu yang terekam dalam ingatan setelah mengamati sesuatu kejadian atau berimajinasi. Tanggapan dapat dikatakan kenangan, bekas. Tanggapan biasanya berada dalam ruang bawah sadar atau pra sadar, tanggapan ini dapat disadari kembali setelah dalam ruang kesadaran karena ada penyebab. *Talent* (tersembunyi) merupakan tanggapan yang berada dibawah ruang sadar, sementara *actual* (sungguh-sungguh) berada dalam ruang yang penuh kesadaran (Ahmadi, 1982)

## 2. Pendapat (Ahmadi, 1982)

Pendapat dalam bahasa dapat diartikan sebagai dugaan, anggapan, perkiraan, pendapatan subjek “perasaan” (Kartono, 1991)

Proses adanya suatu pendapatan yakni:

- a. Memahami suatu pengertian atau tanggapan yang dilemparkan sehingga terbentuk suatu pendapat. Tanpa adanya suatu pemahaman mengenai pengertian atau tanggapan maka mustahil adanya pendapat.
- b. Menguraikan secara detail tanggapan pengertian. Misalnya kita hendak memberikan buku gambar kepada anak, maka kita harus menjelaskan isi buku gambar tersebut.
- c. Menghubungkan beberapa pengertian dengan pendapat sehingga menghasilkan hubungan yang logis (Ahmadi, 1982)

## 3. Penilaian

Akhir dari persepsi adalah penilaian. Penilaian merupakan proses menanggapi atau memberikan tanggapan suatau objek baik bersifat negatif maupun positif.

### c. Proses terjadinya persepsi

Proses terjadinya persepsi diawali dengan objek, ada tindakan pengamatan, maka persepsi akan terjadi namun ada proses persepsi harus melalui unsur lain seperti, bayangan yang mengiringi, dan bayangan editis maka terjadinya persepsi. Ada beberapa unsur-unsur persepsi yaitu: (Alma Buchori, 2009) Objek, Pengamatan, Bayangan pengiring, Bayangan editis, Persepsi.

Proses terjadinya persepsi merupakan suatu proses informasi yang terjadi disekitar lingkungan. Proses memutuskan informasi, mengumpulkan informasi yang diperlukan, bagaimana mengorganisasikan suatau persepsi dan cara memahami persepsi tersebut. Persepsi adalah proses yang terjadi melalui penyeleksian, pengorganisasian, dan interpretasi stimulus. Persepsi seseorang terbentuk oleh :

- a. Karakteristik yang dimiliki stimulus

- b. Hubungan stimulus dengan yang lainnya
- c. Kondisi-kondisi yang ada didiri individu.

## 2. Teori Bank

Kata bank, menurut bahasa Italia, *banca*, yang berarti meja atau tempat menukarkan uang. Fungsi bank yaitu menyediakan tempat yang aman untuk menyimpan atau penitipan uang dan menyediakan uang sebagai alat pembayaran. Sedangkan bank menurut istilah, sebuah lembaga keuangan yang memiliki usaha memberikan kredit dan jasa kepada nasabah yang membutuhkan pada jalur pembayaran dan peredaran uang (Muslich, 2010). Bank juga dapat dikatakan sebagai lembaga keuangan yang berfungsi menghimpun dana dari masyarakat dan memberikan dana kepada masyarakat serta menawarkan produk-produk dari bank. (Kasmir, 2010)

Bank sebagai lembaga keuangan baik di negara maju maupun negara berkembang. Masyarakat beranggapan bank merupakan tempat yang sangat aman dalam melakukan segala macam aktivitas yang berhubungan dengan uang. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan oleh masyarakat berkembang dan masyarakat maju yaitu menyimpan dana dan memberikan pinjaman. Bank sebagai lembaga yang memiliki peran penting dalam perkembangan ekonomi di negara maju. Sedangkan di negara berkembang, bank tidak hanya digunakan sebagai tempat penyimpanan dana dan penyaluran dana, tetapi bank akan menyediakan berbagai produk yang diperlukan nasabahnya (Ismail, 2011)

Bank dapat menghimpun dana langsung ke masyarakat tanpa perantara. Bank sebagai tempat ternyaman dan terpercaya oleh berbagai kalangan masyarakat dalam hal penyimpanan dana. Namun tugas lain dari bank yaitu menyalurkan dana berupa memberikan pinjaman kepada nasabah yang membutuhkan dana. Dengan demikian masyarakat dengan mudah memperoleh pinjaman di bank sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan oleh bank. Pada dasarnya bank mempunyai dua fungsi, yaitu menghimpun dana secara langsung dari masyarakat yang memiliki dana,

dan memberikan pinjaman dana kepada masyarakat yang membutuhkan untuk keperluan sehari-hari, sehingga bank dapat dikatakan sebagai *Financial Depository Institution*.

Berdasarkan Undang-undang Perbankan Tahun 2008 pasal 1 Nomor 21 menyatakan bahwa bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan penyaluran kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya. Bank menghimpun dana dari masyarakat, selanjutnya dana yang diperoleh tersebut disalurkan kepada masyarakat yang membutuhkan guna meningkatkan taraf hidup orang banyak. Sehingga dapat disimpulkan bank memiliki dua fungsi yaitu, menghimpun dana masyarakat, dan menyalurkan dana kepada masyarakat sehingga bank disebut sebagai *Financial Intermediary* (Ismail, 2011)

a. Teori Bank Syariah

Bank syariah terdiri dari dua kata, yaitu Bank dan syariah. Kata bank yang berarti sebuah lembaga keuangan yang berfungsi perantara keuangan dari pihak memiliki dana, dan pihak yang memerlukan dana. Dengan demikian bank syariah dapat dikatakan sebagai lembaga keuangan yang berasaskan pada asas keadilan, kemitraan, transparansi, dan universal serta berbagai kegiatan usaha yang berpedoman pada hukum Islam (Kasmir, 2010)

Bank Islam atau bank syariah merupakan bank yang beroperasi tanpa bunga atau riba merupakan lembaga yang beroperasi dan menyediakan berbagai produk bank yang berpedoman pada Al-qur'an dan Al-hadits.

Bank syariah di Indonesia didirikan pada tahun 1992. Bank Muamalat Indonesia sebagai bank syariah pertama di Indonesia. Perkembangan bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992-1999 masih stagnan. Pada tahun 1997 dan 1998 terjadi krisis moneter di Indonesia. Tujuan didirikan bank syariah sebagai promosi dan menerapkan prinsip-prinsip Islam. Bank syariah memiliki prinsip utama sebagai berikut:

1. Larangan penggunaan riba
2. Memperoleh keuntungan dari sebuah usaha atau perdagangan yang halal atau sah.
3. Memberikan zakat atau infaq.

Pertentangan bisa terjadi kapan saja dan dimana saja, perlu adanya penerapan prosedur sendiri sebagai pedoman dalam melakukan aktivitas perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Dibentuknya dewan pengawas syariah bertujuan untuk memberikan pengawasan kepada bank syariah agar bank syariah tetap berada dijalannya sebagai bank Islam atau tidak menyimpang dari syariat Islam. (Arifin, 2005)

Dari uraian diatas dapat dipahami bahwa bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi menghimpun dana dari masyarakat kemudian menyalurkan dana kembali kepada masyarakat yang berdasarkan pada asas keadilan, transparasi, kemitraan, universal dan segala kegiatan berlandaskan hukum Islam.

### 3. Fungsi Bank Syariah

Menurut ketentuan Undang-Undang Nomor 21 pasal 4 Tahun 2008 tentang fungsi bank syariah yakni:

1. Menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat.
2. Menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga *baitul mal*, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat (wakaf).
3. Menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif).
4. Pelaksanaan kegiatan sosial (Ikit, 2015)

b. Akad-Akad Bank Syariah

Bagi hasil pada bank syariah bertujuan untuk terbinanya kebersamaan dalam menanggung resiko dan berbagi hasil usaha antara pemilik dana (*shahibul mal*) yang memilih menyimpan uang di bank, bank selaku pengelola dana (*mudharib*) dan masyarakat yang membutuhkan dana sehingga dapat meminjam dana tersebut. Ada akad-akad yang disesuaikan kaidah muamalah yang dapat digunakan dalam pengelolaan dana. Fiqih muamalat membagi akad menjadi dua yaitu: (Amir, 2014)

1. Akad tabarru, perjanjian yang menyangkut *non-profit transaction*. Transaksi dilakukan bertujuan saling berbuat kebaikan dalam hal tolong menolong sesama bukan semata-mata hanya untuk mencari keuntungan komersial. Ada beberapa contoh akad tabarru yaitu:
  - Wadiah (*Depository*) merupakan titipan yang harus dijaga dan dikembalikan sewaktu-waktu apabila pihak penitip meminta dikembalikan. Pihak penitip bisa berupa badan hukum maupun individu.
  - a. Kafalah (*Guaranty*) merupakan akad pemberian jaminan dari pihak bank kepada nasabah untuk memenuhi kewajiban tertentu oleh pihak yang dijamin.
  - b. Wakalah (*Deputyship*) merupakan akad pemberi kuasa (muwakil), kepada penerima kuasa (*wakil*) dalam menjalankan suatu amanat (*tuakil*) atas nama pemberi kuasa.
  - c. Hiwalah (*Transfer Service*) merupakan akad yang mengharuskan pemindahan hutang dari pihak yang bertanggung ke pihak penanggungjawab lainnya.
  - d. Ar Rahn (*Mortgage*) merupakan harta benda yang memiliki nilai ekonomis yang dimiliki oleh nasabah dan wajib memberikan kepada pihak bank sebagai jaminan atas pinjaman yang diterima nasabah tersebut. Al-Qardh (*Soft and Benevolent Loan*) merupakan pemberian harta atau meminjamkan harta



kepada nasabah tanpa mengharapkan imbalan atau dapat ditagih sewaktu-waktu.

- e. Dhaman, menggadaikan barang untuk membayar utang.
2. Akad tijaroh (*Compensational contract*) merupakan perjanjian yang menyangkut profit transaction. Akad yang bertujuan mencari keuntungan atau bersiat komersial, ada beberapa akad tijaroh yaitu:
    - a. Mudharabah dari kata dharb yang berarti memukul. Atau suatu proses yang terjadi dalam suatau usaha. Secara teknis, mudharabah sebuah akad dimana pihak pertama (*shahib al mal*) menyediakan modal untuk dikekolah pihak lainnya.
    - b. Murabahah merupakan Akad jual beli dimana penjual memberitahukan harga barang kemudian menyepakati keuntungan bersama.
    - c. Musyarakah (*Partnership, Project Financing Participation*) akad kerja sama antara dua pihak dimana masing-masing mengeluarkan dana yang diperlukan untuk suatu keperluan usaha, dengan kesepakatan dimana keuntungan dan resiko ditanggung bersama sesuai perjanjian.
    - d. Salam (*In-Front Payment Sale*) Pembiayaan jual beli dimana pembayaran dimuka sesuai dengan kesepakatan bersama namun pengantaran barangnya kemudian.
    - e. Istishna (*Purchase by Order or Manufacture*) Pembiayaan jual beli dimana pihak bank memesan barang yang dipesan oleh nasabah.
    - f. Ijarah (*Operational Lease*) Perjanjian sewa menyewa dimana, pemilik barang menyewakan barang untuk dimanfaatkan dengan imbalan uang sewa dan batas waktu penyewaan sesuai kesepakatan bersama. Apabila waktu sewa barangnya berakhir maka barang harus dikembalikan kepada pemilik barang, namun penyewa dapat juga membeli barang sewaan dengan pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank atau pemilik kepada pihak lain.

- g. Muzara'ah merupakan bentuk kontrak bagi hasil yang diterapkan tanaman pertanian dalam setahun.
- h. Musyqaoh merupakan salah satu bentuk kontrak milik tanaman pertanian dengan bagi hasil dalam setahun.
- i. Mukhabarah merupakan muzara'ah namun bibitnya dari pemilik tanah. (Antonio, 2017)

#### 4. Karakteristik Bank Syariah

Beberapa Karakteristik bank syariah yang bersifat fleksibel, yaitu :

- a. Keadilan, melarang riba tapi menggunakan sistem bagi hasil. Riba adalah pengambilan tambahan hak milik nasabah, baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam-meminjam secara batil atau bertentangan dengan syariat Islam.
- b. Kemitraan, yaitu saling menguntungkan. Posisi nasabah, investor, peminjam dana dan bank berada dalam hubungan sejajar sebagai mitra usaha yang saling memberi manfaat dan memiliki tanggung jawab bersama dan tidak ada pihak yang dirugikan.
- c. Universal, melarang transaksi yang ada unsur *gharar* . Penggunaan sumber daya yang efisien, terbuka seluas-luasnya kepada masyarakat tanpa pandang bulu, ras, maupun agama (Antonio, 2017)

#### 5. Produk Bank Syariah

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk didagangkan kepada pembeli untuk dikonsumsi, digunakan untuk memenuhi kebutuhan atau memuaskan keinginan. Produk bisa juga diartikan sebagai sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari atau untuk memenuhi kepuasan konsumen. Jadi dapat disimpulkan bahwa Produk merupakan segala sesuatu yang bisa ditawarkan, diperdagangkan di pasar untuk mencapai tujuan guna memenuhi kebutuhan (Kotler, 2000).

Empat karakter produk jasa yang dimiliki oleh bank sebagai lembaga bisnis jasa yaitu :

a. Tidak berwujud

Yang berarti jasa perbankan tidak mampu dilihat, dirabah, dan dipajang. Atau tidak dapat dinikmati atau dirasakan sebelum jasa bank tersebut dibeli dan dapat dikonsumsi atau dinikmati.

b. Tidak dapat dipisahkan

Yang berarti antara penjual dan pembeli tidak mampu dipisahkan atau dengan kata lain saling berkaitan satu sama lain.

c. Keanekaragaman

Yang berarti jasa dapat diperdagangkan dalam berbagai bentuk dan wahana baik tempat, waktu, atau sifat.

d. Mudah rusak

Yang berarti tidak tahan lama atau jasa tidak dapat disimpan namun harus dikonsumsi sesegera mungkin (Kasmir, 2010).

Produk total dibagi menjadi tiga tingkatan yang diperhatikan oleh perencanaan produk yaitu:

a. Produk Inti (*Core Product*)

Produk inti merupakan produk yang dicari pelanggan yang bermanfaat sehingga dapat memecahkan masalah, baik produk barang maupun jasa.

b. Produk Aktual (*Branded Product*)

Produk aktual merupakan produk yang berkarakteristik sehingga dapat dibedakan dengan produk lain yang serupa. Lima atribut yang dapat membedakan suatu produk yaitu, kualitas, sifat, rancangan, merek, dan kemasan produk.

c. Produk tambahan (*Augmented Product*)

Produk Tambahan merupakan karakteristik produk yang tingkat nilainya lebih di atas dibandingkan produk inti dan

produk aktual. Karakteristik produk tambahan berupa, perbaikan dan pelayanan, jasa pengiriman, pemasangan, kemudahan pembayaran, dan garansi pelayanan purna jual. (Harrel, 2008)

Ada 5 tingkatan produk yaitu keuntungan inti (*core benefit*), produk mendasar (*basic product*), produk harapan (*expect product*), produk tambahan (*augmented product*), dan produk potensial (*potential product*).

- a. Keuntungan inti atau disebut juga dengan produk tingkat terdasar merupakan keuntungan yang diperoleh dari pelanggan yang membeli produk atau manfaat dari suatu produk.
- b. Produk pemasaran yaitu produk yang menyiapkan kebutuhan berlanggan dengan menyediakan produk dasar, seperti perlengkapan hotel dengan menyediakan ranjang, lemari, haduk, sabun.
- c. Produk harapan yaitu pemasaran menyediakan produk untuk pelanggan namun pelanggan mengharapkan produk yang disediakan itu harus bersih, suasana yang nyaman, adem dan lain-lain. Apabila tingkatan ini dapat dipenuhi oleh pemasar, maka pelanggan dapat merasa puas.
- d. Produk tambahan, pemasar menyediakan produk tambahan.
- e. Produk pada tingkat terakhir akan bertujuan memuaskan pelanggan pada tingkat yang lebih tinggi, sehingga pelanggan benar-benar merasa puas. Kesuksesan perusahaan dengan menambahkan keuntungan pada produk yang ditawarkan akan memuaskan pelanggan.

Dari uraian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pelanggan tidak hanya membeli produk fisik atau jasa saja namun kepuasan juga bagian dari pembelian produk.

## 6. Promosi Bank Syariah

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berarti aktifitas pemasaran melakukan penyebaran informasi, membujuk atau mempengaruhi dan menawarkan berbagai produk oleh perusahaan tertentu.

Promosi ialah semua kegiatan yang dilaksanakan perusahaan untuk menyampaikan manfaat suatu produk dan meyakinkan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan tersebut. Promosi merupakan suatu kegiatan antara produsen dan konsumen dalam meningkatkan tingkat permintaan terhadap produk yang dipasarkan dengan menggunakan komunikasi. Komunikasi penting dilakukan guna sebagai pengenalan produk

Empat sasaran kegiatan dalam promosi yaitu:

a. Periklanan

Menurut Kotler, Iklan merupakan segala bentuk penyajian non personal dan promosi ide, barang atau jasa oleh sponsor yang perlu dibayar. Kunci utama periklanan yaitu iklan harus berhasil menarik perhatian calon pembeli terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan, menjelaskan atau menginfokan manfaat dari sebuah produk tersebut.

b. Promosi penjualan

penjualan merupakan kegiatan penjualan yang bersifat jangka pendek dan tidak rutin dilakukan namun harus menargetkan kecepatan promosi penjualan pada pasar yang ditargetkan sehingga produk atau barang lebih cepat laku (Chotimah, 2014).

c. Penjualan tatap muka

Penjualan tatap muka merupakan pertemuan dengan calon pembeli dengan tujuan penjualan suatu produk atau jasa.

d. Publisitis

Publisitis merupakan hubungan masyarakat. Atau ruang editor yang dibaca, dilihat, atau didengan untuk mencapai tujuan dari penjualan tanpa dipungut biaya (Kotler, 2008).

### C. Kerangka Pemikiran

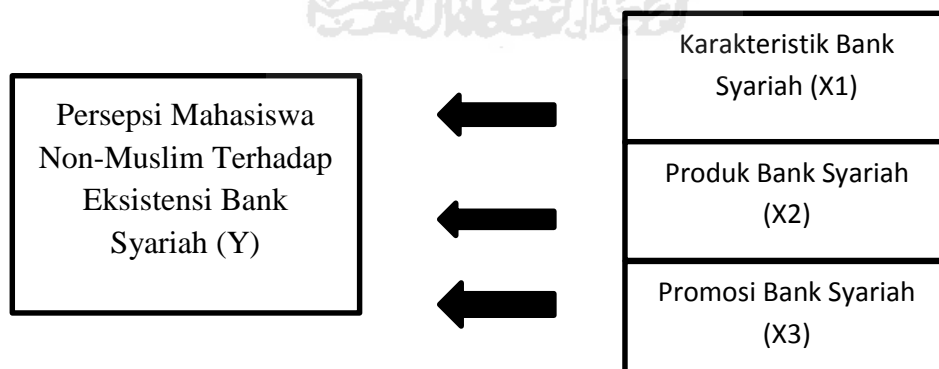
Bank syariah melakukan berbagai cara untuk meenarik perhatian calon nasabah dengan mempromosikan berbagai produk yang dimiliki.

Bank syariah memiliki karakteristik yang lebih menguntungkan nasabah kita dengan tidak menerapkan sistem riba dan *interest free banking* (tanpa bunga) , tidak ada perjanjian apabila nasabah menyimpan duit sekian dan akan mendapatkan bunga yang fantastik.

Karakteristik bank syariah sudah dipromosikan dengan baik melalui periklanan baik elektronik, media cetak, dan media online. Para pegawai bank juga melakukan promosi dengan cara mendatangi calon nasabah secara langsung untuk menawarkan berbagai produk bank syariah. Tabunga, giro, deposit, dan produk jasa yang biasanya dikenal dengan *valuta asing* merupakan produk dari bank syariah

Produk bank syariah sama juga dengan produk yang ada di bank konvensional. Dari karakteristik, produk, promosi yang dilakukan bank syariah akan menarik persepsi mahasiswa non muslim, terutama mahasiswa non-muslim Adonara yang kuliah di Yogyakarta.

Dalam penelitian ini dilihat dari segi karakteristik, produk, dan promosi bank syariah yang mempengaruhi persepsi mahasiswa non muslim.



**Gambar 2.1 Kerangka Berpikir**

Kerangka berpikir pada gambar 2.1 ini menjelaskan bahwa variabel (X1), produk variabel (X2), dan variabel (X3) berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa non muslim terhadap eksistensi bank syariah.

#### D. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Karakteristik Bank syariah terhadap persepsi mahasiswa non muslim Adonara di Yogyakarta.

Bank syariah adalah merupakan bank yang berdasarkan pada asas kemitraan, keadilan, transparansi, dan universal, dan melakukan kegiatan berdasarkan prinsip syariah (Antonio, 2017). Kegiatan bank syariah berdasarkan prinsip ekonomi Islam dengan karakteristik yaitu

- a. Larangan adanya bunga (penambahan uang)
- b. Larangan konsep nilai waktu dari uang (*time value of money*)
- c. Konsep uang sebagai alat tukar
- d. Larangan kegiatan yang sifatnya spekulatif.
- e. Larangan menetapkan dua harga dalam satu barang
- f. Tidak diperkenankan dua transaksi dalam satu akad (Yogiarto, 2015)

H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh signifikan positif karakteristik dari bank syariah terhadap persepsi mahasiswa non-muslim Adonara yang kuliah di Yogyakarta.

2. Pengaruh Produk apa saja yang dimiliki Bank Syariah terhadap Persepsi Mahasiswa non muslim Adonara di Yogyakarta

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk didagangkan kepada pembeli untuk dikonsumsi, digunakan untuk memenuhi kebutuhan atau memuaskan keinginan. Produk bisa juga diartikan sebagai sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari atau untuk memenuhi kepuasan konsumen. Secara konseptual produk merupakan pemahaman subjek dari produsen atas segala sesuatu yang bisa diperdagangkan atau ditawarkan ke pasar sebagai bentuk usaha untuk mencapai suatu tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan, kegiatan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi, dan daya beli pasar (Kotler, 2000).

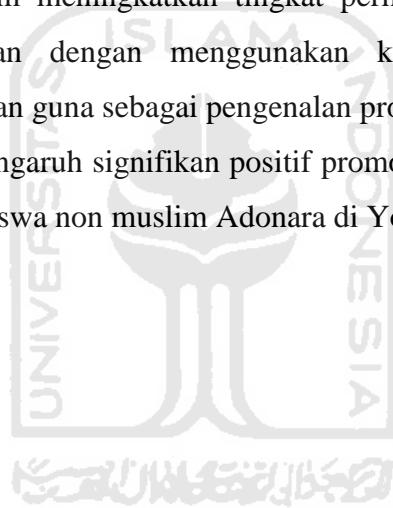
H<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh signifikan positif produk bank syariah terhadap persepsi mahasiswa non muslim Adonara di Yogyakarta.

3. Pengaruh Promosi dari Bank Syariah terhadap Persepsi Mahasiswa Non Muslim Adonara yang kuliah di Yogyakarta.

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berarti aktifitas pemasaran melakukan penyebaran informasi, membujuk atau mempengaruhi dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya yang mau menerima atau membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan tertentu.

Menurut (Kotler P. , 2008) Promosi ialah semua kegiatan yang dilaksanakan perusahaan untuk menyampaikan manfaat suatu produk dan meyakinkan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan tersebut. Promosi merupakan suatu kegiatan antara produsen dan konsumen dalam meningkatkan tingkat permintaan terhadap produk yang dipasarkan dengan menggunakan komunikasi. Komunikasi penting dilakukan guna sebagai pengenalan produk

H<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh signifikan positif promosi bank syariah terhadap persepsi mahasiswa non muslim Adonara di Yogyakarta.





## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk memperoleh data valid dengan tujuan dan kegunaan tertentu, tujuannya dapat memberikan, membuktikan, dan menemukan suatu ilmu pengetahuan, sehingga dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, mengantisipasi berbagai persoalan dalam dunia pendidikan. (Sugiyono, 2015)

#### **A. Desain Penelitian**

Desain Penelitian bersifat kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berpedoman pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2015)

Pendekatan survei digunakan dalam penelitian adalah metode dalam mengumpulkan data primer yang didapat dari sumber penelitian langsung. Dalam mengumpulkan data yang diperlukan penulis menggunakan kuesioner dan menyebarkan kepada responden. (Ruslan, 2013)

#### **B. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Penelitian**

Lokasi penelitian di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Waktu Penelitian dilaksanakan selama enam bulan yaitu pada bulan April 2020 - September 2020.

### C. Obyek Penelitian

Obyek penelitian yaitu Mahasiswa non-muslim Adonara yang kuliah di Yogyakarta.

### D. Populasi, dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generasi yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti sebagai pelajaran dan ditarik kesimpulan. (Sugiyono, 2005). Populasi dari penelitian ini yaitu semua mahasiswa non-muslim Adonara di Yogyakarta sebanyak 200 orang.

#### 2. Sampel

Sampel adalah suatu bagian yang dimiliki populasi dan dapat ditarik kesimpulan. (Istijanto, 2009). Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode Slovin. Rumus menentukan besarnya ukuran sampel dari populasi :  $n = \frac{N}{1+Ne^2}$

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = Presentasi ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir, maksimal 10%. (Siregar, 2013)

Diperoleh sampel sebanyak:

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

$$n = \frac{200}{1+200(0,1)^2}$$

$$n = 66,67$$

Jadi hasil yang diperoleh sebanyak 66,67. Dikarenakan untuk mengantisipasi kuesioner yang tidak kembali maka disebarkan 100 responden namun kembali semua dan terisi dengan baik.

### **E. Sumber Data**

Data yaitu sesuatu yang perlu dilakukan pengolahan agar penerima dapat memahami artinya, data dapat berupa suatu keadaan yang menggambarkan, suara, huruf, angka, matematika, ataupun simbol-simbol yang dapat digunakan untuk memahami sebuah lingkungan, objek, kejadian, dan konsep (Bisri, 2013). Data primer merupakan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini. Data Primer yaitu data yang didapat dari sumber di lapangan penelitian secara langsung (Hasan, 2009). Penelitian menggunakan data primer berupa pengisian kuesioner online dari narasumber mahasiswa yang beragama non-muslim Adonara di Yogyakarta.

### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Kuesioner (Angket). Kuesioner (Angket) yaitu daftar pertanyaan yang dibuat dan disebar kepada responden agar direspon atau dijawab dengan sebaik-baiknya (Tanzeh, 2009). Skala Likert digunakan dalam penilaian angket berupa pertanyaan dan jawaban masing-masing mempunyai bobot nilai. Dalam pembuatan skala Likert, penelitian membuat berbagai pertanyaan yang berkaitan dengan objek, selanjutnya subjek melakukan respon dengan menjawab pertanyaan dengan tingkat setuju atau tidaksetuju terhadap pertanyaan tersebut. Skala Likert merupakan skala yang dipergunakan dalam mengukur sikap seseorang, dan persepsi terhadap suatu objek atau fenomena terkait. Skala Likert memiliki dua bentuk pertanyaan yakni pertanyaan positif dan negatif. Skor 5, 4, 3, 2, 1 untuk pertanyaan positif, sedangkan skor 1, 2, 3, 4, 5, bentuk pertanyaan negatif. Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Netral, Setuju, Sangat Setuju merupakan bentuk Skala Likert (Sanusi, 2011)

Skor jawaban dari pertanyaan positif dengan skor jawaban sebagai berikut:

Skor Jawaban

Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### G. Variabel Penelitian

Peneliti menggunakan dua variabel dalam penelitian yakni variabel *dependent* (terikat) dan variabel *independent* (bebas). Variabel dependen (terikat) ialah variabel yang variasinya dipengaruhi oleh variabel bebas. Sedangkan variabel independent (bebas) ialah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab besar kecilnya variabel yang lain (Suliyanto, 2005).

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini yakni:

#### 1. Variabel Independen

Variabel Independen yang digunakan dalam penelitian yaitu:

- a. Karakteristik Bank Syariah (X1)
- b. Produk Bank Syariah (X2)
- c. Promosi Bank Syariah (X3)

#### 2. Variabel Dependen

Penelitian ini menggunakan variabel dependen yakni Persepsi Mahasiswa non muslim (Y).

### H. Definisi Operasional Variabel

#### 1. Karakteristik (X1)

Keadilan, melarang riba tapi menggunakan sistem bagi hasil. Kemitraan, yaitu saling menguntungkan Posisi nasabah, investor, peminjam dana dan bank berada dalam hubungan

sejajar sebagai mitra usaha yang saling memberi manfaat dan memiliki tanggung jawab bersama dan tidak ada pihak yang dirugikan. Universal, melarang transaksi yang ada unsur *gharar* (Antonio, 2017)

Indikator penelitian :

- a. Pelanggaran Riba
  - b. Konsep Uang sebagai Alat Tukar
  - c. *Interest Free Banking* (Tanpa Bunga)
  - d. Kegiatan Bank Syariah
2. Produk (X2)

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk didagangkan kepada pembeli untuk dikonsumsi, digunakan untuk memenuhi kebutuhan atau memuaskan keinginan.

Indikator penelitian

- a. Produk penyaluran dana
  - b. Produk penghimpunan dana
  - c. Produk jasa
3. Promosi (X3)

Promosi ialah semua kegiatan yang dilaksanakan perusahaan untuk menyampaikan manfaat suatu produk dan meyakinkan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan tersebut

Indikator penelitian :

- a. Periklanan Media Cetak, Elektronik, dan Media *online*
  - b. Tatap Muka
  - c. Publisitas
  - d. Promosi penjualan
4. Persepsi Mahasiswa Non Muslim terhadap Eksistensi Bank Syariah.

Indikator pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini yakni:

- a. Kondisi lingkungan

- b. Pengalaman masa lalu
- c. Keputusan dan keinginan
- d. Kepercayaan (Handayani, 2013)

### **I. Instrumen Penelitian**

Instrumen Penelitian merupakan alat yang digunakan peneliti pada suatu metode pengumpulan data agar lebih mudah dalam mengerjakan, hasil yang diperoleh lebih baik dan lebih mudah diolah (Sanusi, 2013). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yakni angket yang berisikan berbagai pertanyaan yang dijawab oleh responden.

### **J. Teknik Analisis Data**

Penelitian dengan menggunakan model *regression*, untuk mengetahui apakah karakteristik, produk, promosi berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa non muslim Adonara yang kuliah di Yogyakarta.

#### **1. Uji Validitas**

Alat yang digunakan dalam pengukuran valid atau tidak validnya suatu kuesioner peneliti (Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, 2005). Jika suatu pertanyaan atau pernyataan dalam suatu kuesioner mampu mengungkap suatu pengukuran maka dapat dikatakan kuesioner tersebut valid. Teknik yang digunakan untuk menguji validitas kusioner yaitu menggunakan rumus *Koefisien Product Moment Pearson*, perhitungan dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS (*Statistical Package For Social Science*).

Suatu instrumen dapat dinyatakan valid jika memiliki nilai koefisien korelasi  $\geq 0,25$  dan tingkat kehandalan (Koefisien Alpha Cronbach) sebesar  $0,7$  suatu instrumen pengukuran

dikatakan valid jika instrumen dapat mengukur sesuatu dengan tepat apa yang hendak diukur (Noor, 2017).

## 2. Uji Reliabilitas

Alat yang digunakan dalam pengukuran kuesioner berupa indikator yang dimiliki variabel lain yang disebut dengan Uji Reliabilitas. Jawaban responden sangat mempengaruhi reliabel kuesioner jadi sangat diharapkan responden memberikan respon yang baik terhadap pertanyaan sehingga kusioner dapat dikatakan stabil (Ghozali, 2015).

## K. Uji Asumsi Klasik

Software SPSS IBM 22 merupakan alat yang dapat digunakan untuk menganalisis data regresi model formulasi. Pengujian asumsi klasik elektrometrika dapat menggunakan yakni:, Uji Normalitas, Uji Heterokedastisitas, Uji Multikolinearitas.

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu tahap pengujian pada persamaan regresi yang dihasilkan dengan menguji data variabel independen (y) dengan data variabel dependen (x). Suatu persamaan regresi dapat dikatakan normal apabila data variabel bebas dan data variabel terikat yang dimiliki mampu berdistribusi normal maupun mendekati normal (Sunyoto, 2010).

Residual berdistribusi normal akan terlihat acak, normal probability plot jika digambarkan (intribusi yang eror vs distribusi normal memiliki rata-rata dan variasi yang sama) akan tampak titik-titik grafik plot ini relatif berhimpitan dengan sumbu pola. (Gudono, 2012)

### 2. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas ialah suatu keadaan variabel-variabel bebas saling berkaitan satu sama lain (Arief, 1993). Uji

multikolinearitas berfungsi untuk mengetahui model regresi. Model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadi korelasi.

Multikolinearitas dideteksi dengan melihat atau mengamati besaran Variance Inflation Factor (VIF) dan toleransi pada hasil output SPSS dengan pedoman jika nilai VIF terdapat disekitar angka satu dan angka toleransi mendekati satu maka model regresi bebas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Homogenitas variansi dari ero regresi yang harus. Homogenitas merupakan variansi eror yang memiliki sifat konstan atau identik. Sedangkan kasus heteroskedastisitas, merupakan kondisi dimana variansi erornya (y) yang tidak beridentik (Setiawan, dan Kusri 2010).

## I. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi merupakan suatau analisis yang bertujuan untuk menunjukkan hubungan matematis antara respon dengan variabel penjelas. (Setiawan, 2010)

Analisis regresi berganda berfungsi untuk mengetahui berapa besar pengaruh hubungan variabel independen Karakteristik ( $X_1$ ), Produk ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ) terhadap variabel dependen persepsi mahasiswa non muslim Adonara (Y). Untuk memecahkan analisis tersebut dapat menggunakan SPSS.

Bentuk umum analisis regresi berganda, yakni:

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

Dimana:

Y = Persepsi mahasiswa non muslim

a = konstan

$X_1$  = Karakteristik Bank Syariah

$X_2$  = Produk Bank Syariah

$X_3$  = Promosi Bank Syariah

e = error



$b_{1-3}$  = koefisien regresi

### 1. Uji T (T-test)

Hipotesis merupakan pernyataan terhadap sebuah parameter populasi yang perlu diverifikasikan (Lind, 2007). Pengujian hipotesis merupakan suatu proses berdasarkan bukti sampel dan teori probabilitas yang dapat menentukan apakah hipotesis adalah pernyataan yang masuk akal atau bisa diterima atau ditolak (Lind, 2007).

Data yang digunakan dalam pengujian hipotesis yaitu sampel yang dikumpulkan sehingga didapat data perkiraan (estimate). Hipotesis yang mengandung tidak kepastian (uncertainly) jika keputusan yang dibuat bisa menolak atau tidak menolak sebuah hipotesis (Supranto, 2009).

### 2. Uji F (F-test)

Pengujian f dilakukan guna memperoleh informasi mengenai apakah semua variabel independen berpengaruh sama terhadap variabel dependen. Cara diperoleh dengan membandingkan antara nilai F (F-tabel) dengan nilai F hitung (F Ratio) yang ada pada tabel *Analysis of Variance dari perhitungan* (Algifari, 2009).

Pengujian pada pengaruh variabel independen secara bersama terhadap perubahan nilai variabel dependen dilakukan pada pengujian terkait besarnya perubahan nilai variabel dependen yang bisa diperjelas (*explained*) dengan perubahan pada semua variabel dependen.

### 3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan nilai statistik yang digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh hubungan antara kedua variabel tersebut. Nilai koefisien determinasi berupa presentasi variasi nilai variabel dependen yang diperjelas oleh persamaan regresi yang dihasilkan (Algifari, 2009).

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Tujuan dari penelitian ini untuk memperoleh bukti pengaruh karakteristik, produk, promosi terhadap persepsi mahasiswa non-muslim tentang eksistensi bank syariah. Pengambilan data penelitian dengan cara menyebarkan 100 kuesioner kepada responden dan selanjutnya diolah.

Metode Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif yang meliputi penggambaran karakteristik responden yang menjadi sampel penelitian dan analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Analisis deskriptif yaitu analisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data dan menyajikan dalam bentuk persentase. Analisis kuantitatif merupakan analisis berupa angka-angka perhitungan statistik.

#### **A. Statistik Deskriptif**

Objek penelitian ini dilakukan terhadap Mahasiswa non muslim Adonara yang ada di Yogyakarta. Hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 responden Mahasiswa non muslim Adonara Yogyakarta yang bersedia mengisi kuesioner online, diperoleh karakteristik umum yang meliputi, jenis kelamin, usia, universitas, agama. Pengklasifikasi responden berdasarkan karakteristik umum tersebut didapati dengan tujuan menambah pengetahuan yang luas mengenai objek penelitian. Data yang dikumpulkan dari 100 responden yang ditampilkan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.1****Klasifikasi Responden terhadap Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentasi
Pria	53	53%
Wanita	47	47%
Total	100	100%

Sumber: data primer diolah (2020)

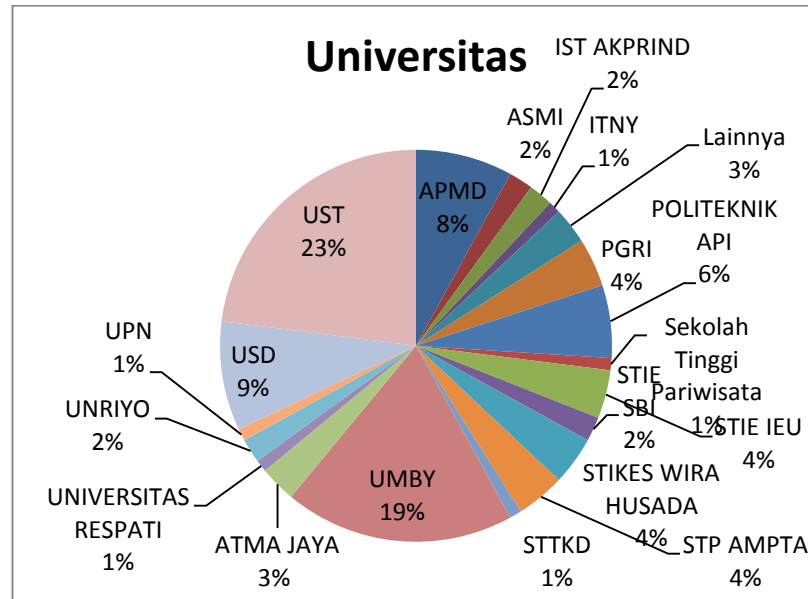
Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 di atas dapat dilihat bahwa seluruh responden yaitu pria sebesar 53% dengan 53 responden, sedangkan jumlah responden wanita sebesar 47% dengan 47 responden. Hal ini menunjukkan bahwa sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah pria lebih dominan dibandingkan dengan wanita.

**Tabel 4.2****Klasifikasi Responden terhadap Usia**

Usia	Jumlah	Presentase
17-20 tahun	20	20%
21-24 tahun	65	65%
25-28 tahun	15	15%
Total	100	100%

Sumber: data primer diolah (2020)

Dari tabel 4.2 diatas diketahui bahwa jumlah responden yang lebih banyak diteliti yaitu berusia sekitar 21-24 tahun dengan jumlah 65 orang atau 65%, sementara usia sekitar 17-20 tahun dengan jumlah responden sebanyak 20 orang atau 20%, dan jumlah responden paling sedikit dengan usia 25-28 tahun sebanyak 15 orang atau 15%. Dapat dilihat bahwa usia yang paling dominan dari penelitian ini yaitu usia 21-24 tahun dengan jumlah 65 orang atau 65%.



Sumber: data primer diolah (2020)

**Gambar 4.1**

### **Klasifikasi Responden terhadap Universitas**

Dari hasil gambar 4.1 karakteristik berdasarkan universitas diperoleh bahwa yang mengisi kuesioner termasuk mahasiswa dari APMD yaitu sebanyak 8 orang (8%), ASMI yaitu sebanyak 2 orang (2%), IST AKPRIND yaitu sebanyak 2 orang (2%), ITNY yaitu sebanyak 1 orang (1%), PGRI yaitu sebanyak 4 orang (4%), POLITEKNIK API yaitu sebanyak 6 orang (6%), Sekolah Tinggi Pariwisata Amba yaitu sebanyak 1 orang (1%), STIE IEU yaitu sebanyak 4 orang (4%), STIE SBI yaitu sebanyak 2 orang (2%), STIKES WIRA HUSADA yaitu sebanyak 4 orang (4%), STP AMPTA yaitu sebanyak 4 orang (4%), STTKD yaitu sebanyak 1 orang (1%), UMBY yaitu sebanyak 19 orang (19%), ATMA JAYA yaitu sebanyak 3 orang (3%), RESPATI yaitu sebanyak 1 orang (1%), UNRIYO yaitu sebanyak 2 orang (2%), UPN Veteran yaitu sebanyak 1 orang (1%), USD yaitu sebanyak 9 orang (9%), UST yaitu sebanyak 23 orang (23%),

**Tabel 4.4**  
**Klasifikasi Responden terhadap Agama**

Agama	Jumlah	Peresentase
Katolik	100%	100%

Sumber: data primer diolah (2020)

Dari hasil tabel 4.4 terbukti bahwa agama yang dianut dalam penelitian ini beragama Katolik sebanyak 100 orang (100%).

#### 1. Karakteristik Bank Syariah

Hasil 100 responden menyelesaikan kuesioner online karakteristik bank syariah, maka hasil diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Bank Syariah terhadap Pelanggaran Riba**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	13	13%
Tidak Setuju	14	14%
Netral	29	29%
Setuju	28	28%
Sangat Setuju	16	16%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari hasil table 4.5 didapat Mahasiswa non-muslim Adonara yang di Yogyakarta dengan pertanyaan bank syariah tidak mengenal sistem riba, responden yang menjawab netral sebesar 29% dengan 29 orang, setuju sebesar 28% dengan 28 orang, sangat setuju sebesar 16% dengan 16 orang, tidak setuju sebesar 14% dengan 14 responden, dan sebanyak 13 orang atau 13% menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 4.6****Karakteristik Bank Syariah terhadap Konsep Uang Yang Baik**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	5	5%
Tidak Setuju	6	6%
Netral	23	23%
Setuju	36	36%
Sangat Setuju	30	30%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari tabel 4.6 diperoleh bahwa mahasiswa non muslim dari Adonara yang berada di Yogyakarta dengan pertanyaan konsep keuangan yang baik dalam pelaksanaan, responden paling banyak menjawab setuju sebesar 36% dengan 36 orang, sementara yang menjawab sangat setuju sebesar 30% dengan 30 orang, netral sebesar 23% dengan 23 orang, tidak setuju sebesar 6% dengan 6 responden dan sebanyak 5 orang atau 5% menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 4.7****Karakterisrik Bank Syariah terhadap Konsep Uang Sebagai Alat Tukar**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Tidak Setuju	6	6%
Netral	26	26%
Setuju	41	41%
Sangat Tidak Setuju	23	23%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Hasil yang diperoleh dari table 4.7 bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan pertanyaan konsep keuangan yang

ditawarkan bank syariah sangat terbuka, responden yang paling banyak menjawab setuju dengan nilai sebesar 41% dengan 41 orang, sementara yang menjawab netral sebesar 26% dengan 26 orang, sangat setuju sebesar 23% dengan 23 orang, tidak setuju sebesar 6% dengan 6 responden, dan sebanyak 5 orang atau 5% menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 4.8**

**Karakteristik Bank Syariah terhadap *Interesert Free Banking***

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Tidak Setuju	16	16%
Netral	43	43%
Setuju	25	25%
Sangat Setuju	12	12%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Hasil didapat dari table 4.8 bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan pertanyaan, bank syariah menggunakan bagi hasil yang adil kepada nasabah sehingga bank syariah dikatakan lebih sehat dibandingkan bank umum lainnya. responden yang paling banyak menjawab netral sebesar 43% dengan 43 orang, setuju sebesar 25% dengan 25 orang, tidak setuju sebesar 16% dengan 16 responden, sangat setuju sebesar 12% dengan 12 orang, dan sebanyak 4 orang atau 4% menjawab sangat tidak setuju.

2. Produk Bank Syariah

Hasil dari pengisian kuesioner online produk bank syariah yaitu sbb:

**Tabel 4.9**

**Produk Bank Syariah terhadap Penyalur Dana**

	Jumlah	Peresentase
Sangar Tidak Setuju	6	6%
Tidak Setuju	4	4%

Netral	36	36%
Setuju	38	38%
Sangat Setuju	16	16%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Hasil dari tabel 4.9 didapat mahasiswa non muslim Adonara Yogyakarta dengan pertanyaan produk yang diberikan bank syariah sangat beragam dan inoalif, reponden paling banyak menjawab sebesar 38% dengan 38 orang, netral sebesar 36% dengan 36 orang, sangat setuju sebesar 16% dengan 16 responden, yang menjawab sangat tidak setuju sebesar 6% dengan 6 orang, , dan sebanyak 4 orang atau 4% menjawab tidak setuju.

**Tabel 4.10**

**Produk Bank Syariah terhadap Kebutuhan Nasabah**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Tidak Setuju	6	6%
Netral	26	26%
Setuju	50	50%
Sangat Setuju	14	14%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Hasil dari tabel 4.10 didapat mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan pertanyaan produk yang ditawarkan oleh bank syariah sesuai dengan kebutuhan nasabah, responden yang paling banyak menjawab setuju sebesar 50% dengan 50 orang, berikutnya netral sebesar 26% dengan 26 orang, sangat setuju sebesar 14% dengan 14 responden, dengan 6 orang atau 6% menjawab tidak setuju, dan sebanyak 4 orang atau 4% menjawab sangat tidak setuju.



**Tabel 4.11**  
**Produk Bank Syariah terhadap Semua Kalangan**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	3%	3%
Tidak Setuju	8	8%
Netral	36	36%
Setuju	30	30%
Sangat Setuju	23	23%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari hasil table 4.11 diperoleh bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab bank syariah menawarkan produk yang sangat menarik bagi semua kalangan baik muslim maupun non-muslim, responden yang menjawab paling banyak sebesar 36% dengan 36 orang, setuju sebesar 30% dengan 30 orang, sangat setuju sebesar 23% dengan 23 orang, tidak setuju sebesar 8% dengan 8 responden, dan sebanyak 3 orang atau 3% menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 4.12**  
**Produk Bank Syariah terhadap Penghimpun Dana**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Tidak Setuju	6	6%
Netral	34	34%
Setuju	44	44%
Sangat Setuju	12	12%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari hasil table 4.12 diperoleh bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan tabungan bank syariah benar-bener sebagai pengelola dana yang bersumber pada nasabah, responden yang menjawab setuju sebesar 44% dengan 44 orang, netral

sebesar 34% dengan 34 responden, menjawab 12% dengan 12 orang dengan sangat setuju, tidak setuju sebesar 6% dengan 6 responden, dan sebanyak 4 orang atau 4% menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 4.13**

**Produk Bank Syariah terhadap Produk Jasa**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	7	7%
Tidak Setuju	9	9%
Netral	23	23%
Setuju	43	43%
Sangat Setuju	18	18%
Normal	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari hasil table 4.13 diperoleh bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan bank syariah memiliki produk layanan keuangan yang beragam, responden paling banyak menjawab setuju sebesar 43% dengan 43 orang, netral sebesar 23% dengan 23 orang, sangat setuju sebesar 18% dengan 18 orang, tidak setuju sebanyak 9% dengan 9 orang, dan responden yang paling sedikit menjawab sangat tidak setuju sebesar 7% dengan 7 orang.

**Tabel 4.14**

**Produk Bank Syariah terhadap Perolehan Nisbah**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Tidak Setuju	6	6%
Netral	40	40%
Setuju	35	35%
Sangat Setuju	16	16%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari hasil table 4.14 diperoleh bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan perolehan nisbah (porsi) bagi hasil sesuai dengan harapan nasabah, responden yang menjawab paling banyak netral sebesar 40% dengan 40 orang, setuju sebesar 35% dengan 35 orang, sangat setuju sebesar 16% dengan 16 orang, tidak setuju sebesar 6% dengan 6 responden, dan sebanyak 3 orang atau 3% menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 4.15**

**Produk Bank Syariah terhadap Keuntungan Masyarakat**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	6	6%
Tidak Setuju	5	5%
Netral	30	30%
Setuju	46	46%
Sangat Setuju	13	13%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Hasil diperoleh dari table 4.15 bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta yang menjawab pernyataan manfaat dari produk bank syariah ditujukan dan diperuntukan masyarakat, responden yang paling banyak menjawab setuju sebesar 46% dengan 46 orang, netral sebesar 30% dengan 30 orang, sangat setuju sebesar 13% dengan 13 responden, yang menjawab sangat tidak setuju sebesar 6% dengan 6 responden dan yang paling sedikit menjawab sebesar 5% dengan 5 orang.

**Tabel 4.16**

**Produk Bank Syariah terhadap Fasilitas Jaringan ATM**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	5	5%
Tidak Setuju	14	14%

Netral	30	30%
Setuju	35	35%
Sangat Setuju	16	16%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari tabel 4.16 diperoleh hasil bahwa persepsi mahasiswa non-muslim dengan menjawab pernyataan fasilitas banyaknya jaringan atm bank syariah, responden yang menjawab paling banyak setuju sebesar 35% dengan 35 orang, netral sebesar 30% dengan 30 orang, sangat setuju sebesar 16% dengan 16 orang, tidak setuju sebesar 14% dengan 14 orang, dan yang paling sedikit menjawab sangat tidak setuju 5% dengan 5 orang.

**Tabel 4.17**  
**Produk Bank Syariah terhadap Risiko**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	6	6%
Tidak Setuju	12	12%
Netral	38	38%
Setuju	35	35%
Sangat Setuju	9	9%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Hasil dari tabel 4.17 mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan produk bank syariah memiliki resiko yang ditanggung bersama-sama, responden yang menjawab paling banyak netral sebesar 38% dengan 38 orang, setuju sebesar 35% dengan 35 orang, yang menjawab tidak setuju sebesar 12% dengan 12 responden, sangat setuju sebesar 9% dengan 9 responden, dan yang paling sedikit menjawab sangat tidak setuju 6% dengan 6 orang.

**Tabel 4.18**  
**Produk Bank Syariah terhadap Investasi/Pembiayaan**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Tidak Setuju	6	6%
Netral	32	32%
Setuju	32	32%
Sangat Setuju	27	27%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Hasil dari tabel 4.18 bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan investasi/pembiayaan terjadi pada bank syariah untuk bisnis yang baik dan halal, dan menguntungkan semua pihak. Responden yang menjawab setuju sebesar 32% dengan 32 orang, netral sebesar 32% dengan 32 orang, sangat setuju sebesar 27% dengan 27 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebesar 6% dengan 6 responden, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebesar 3% dengan 3 orang.

**Tabel 4.19**  
**Produk Bank Syariah terhadap Biaya Administrasi**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Tidak Setuju	12	12%
Netral	37	37%
Setuju	34	34%
Sangat Setuju	13	13%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari tabel 4.19 diperoleh hasil bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan bank syariah menawarkan biaya administrasi yang sangat murah, responden yang menjawab paling banyak netral sebesar 37% dengan 37 orang, setuju sebesar 34% dengan 34 orang, sangat setuju 13% dengan 13 orang, tidak setuju 12% dengan 12 responden, dan sebanyak 4 orang atau 4% menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 4.20**

**Produk Bank Syariah terhadap Keuntungan Bagi Hasil**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Tidak Setuju	7	7%
Netral	38	38%
Setuju	39	39%
Sangat Setuju	13	13%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari hasil tabel 4.20 diperoleh bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan bank syariah memberikan keuntungan bagi hasil kepada nasabahnya, responden yang menjawab paling banyak setuju sebesar 39% dengan 39 orang, netral sebesar 38% dengan 38 orang, sangat setuju sebesar 13% dengan 13 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebesar 7% dengan 7 responden, dan sebanyak 3 orang atau 3% menjawab sangat tidak setuju.

4. Promosi Bank Syariah

Hasil dari pengisian kuesioner online promosi bank syariah diperoleh data sbb:

**Tabel 4.21**  
**Promosi Bank Syariah melalui Media Cetak**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	5	5%
Tidak Setuju	11	11%
Netral	33	33%
Setuju	38	38%
Sangat Setuju	13	13%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari hasil tabel 4.21 diperoleh bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan bank syariah memberikan berbagai promosi di media cetak untuk menarik minat calon nasabah untuk menggunakan produk layanan keuangan di bank syariah, responden yang menjawab paling banyak setuju sebesar 38% dengan 38 orang, netral sebesar 33% dengan 33 orang, sangat setuju sebesar 13% dengan 13 orang, yang menjawab tidak setuju sebesar 11% dengan 11 responden, dan sebanyak 5 orang atau 5% menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 4.22**  
**Promosi Bank Syariah terhadap Periklanan**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	5	5%
Tidak Setuju	4	4%
Netral	33	33%
Setuju	44	44%
Sangat Setuju	14	14%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari tabel 4.22 diperoleh bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan informasi tentang bank syariah yang diberikan media sangat kurang, responden yang paling banyak menjawab setuju sebesar 44% dengan 44 orang, netral 33% dengan 33 orang, sangat setuju sebesar 14% dengan 14 orang, sangat tidak setuju sebesar 5% dan yang paling sedikit menjawab tidak setuju sebesar 4% dengan 4 orang.

**Tabel 4.23**

**Promosi Bank Syariah Konsep Uang Sebagai Alat Tukar**

	Jumlah	Persentase
Sangat Tidak Setuju	5	5%
Tidak Setuju	5	5%
Netral	43	43%
Setuju	33	33%
Sangat Setuju	14	14%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari hasil tabel 4.23 diperoleh bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan banyak keuntungan yang ditawarkan pihak bank syariah, responden yang paling banyak menjawab netral sebesar 43% dengan 43 orang, setuju sebesar 33 dengan 33 orang, sangat setuju sebesar 14% dengan 14 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebesar 5% dengan 5 responden, dan sebanyak 5 orang atau 5% menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 4.24**

**Promosi Bank Syariah terhadap Informasi Seputaran Bank Syariah**

	Jumlah	Persentase
Sangat Tidak Setuju	6	6%
Tidak Setuju	10	10%



Netral	23	23%
Setuju	43	43%
Sangat Setuju	18	18%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari hasil tabel 4.24 diperoleh mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan saya jarang menemukan informasi tentang bank syariah, responden yang menjawab setuju sebesar 43% dengan 43 orang, netral sebesar 23% dengan 23 orang, sangat setuju sebesar 18% dengan 18 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebesar 10% dengan 10 responden, dan sebanyak 6 orang atau 6% menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 4.25**

**Promosi Bank Syariah terhadap Tatap Muka**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Tidak Setuju	10	10%
Netral	33	33%
Setuju	41	41%
Sangat Setuju	12	12%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari hasil tabel 4.25 diperoleh bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan bank syariah memberikan promosi kepada semua masyarakat, responden yang menjawab paling banyak setuju sebesar 41% dengan 41 orang, netral sebesar 33% dengan 33 orang, sangat setuju sebesar 12% dengan 12 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebesar 10% dengan 10 orang, dan sebanyak 6 orang atau 6% menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 4.26**  
**Promosi Bank Syariah terhadap Tenaga Marketing**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Tidak Setuju	5	5%
Netral	34	34%
Setuju	34	34%
Sangat Setuju	25	25%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari hasil tabel 4.26 diperoleh data bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan bank syariah memiliki tenaga marketing yang ramah dan sopan dalam berpromosi, responden yang menjawab setuju 34% dengan 34 orang, netral sebesar 34% dengan 34 orang, sangat setuju sebesar 25% dengan 25 orang, responden yang menjawab tidak setuju sebesar 5% dengan 5 responden, dan sebanyak 6 orang atau 6% menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 4.27**

**Promosi Bank Syariah terhadap Pesan dan Kesan**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Tidak Setuju	4	4%
Netral	26	26%
Setuju	42	42%
Sangat Setuju	25	25%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari tabel 4.27 diperoleh bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan bank syariah selalu memberikan

pesan dan kesan baik saat melakukan promosi, responden yang menjawab setuju sebesar 42% dengan 42 orang, sementara netral sebesar 26% dengan 26 orang, sangat setuju sebesar 25% dengan 25 orang, responden yang menjawab sebesar 4% dengan 4 orang tidak setuju, sebanyak 3 orang atau 3% menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 4.28**

**Promosi Bank Syariah terhadap Nisbah**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Tidak Setuju	5	5%
Netral	45	45%
Setuju	34	34%
Sangat Setuju	12	12%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari hasil tabel 4.28 diperoleh data bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan nasabah selalu mendapatkan hadiah dari bank syariah, responden yang menjawab netral sebesar 45% dengan 45 orang, setuju sebesar 34% dengan 34 orang, sangat setuju sebesar 12% dengan 12 orang, 5% dengan 5 orang responden menjawab tidak setuju, dan sebanyak 3 orang atau 3% menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 4.29**

**Promosi Bank Syariah terhadap Kemudahan mencari Informasi**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	5	5%
Tidak Setuju	5	5%
Netral	32	32%
Setuju	43	43%

Sangat Setuju	15	15%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari tabel 4.29 diperoleh data bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan promosi yang menarik dan sangat memudahkan dalam mencari informasi bank syariah, responden yang menjawab lebih banyak setuju sebesar 43% dengan 43 orang, netral sebesar 32% dengan 32 orang, sangat setuju sebesar 15% dengan 15 orang, 5% dengan 5 orang menjawab tidak setuju dan sebanyak 5 orang atau 5% menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 4.30**

**Promosi Bank Syariah terhadap Kegiatan Bank**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Tidak Setuju	4	4%
Netral	34	34%
Setuju	48	48%
Sangat Tidak Setuju	10	10%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari hasil tabel 4.30 diperoleh data bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan pemberian reparasi menambah minat nasabah untuk menggunkan produk layanan keuangan di bank syariah, responden yang menjawab paling banyak setuju 48% dengan 48 orang, sementara netral sebesar 34% dengan 34 orang, sangat setuju sebesar 10% dengan 10 orang, 4% dengan 4 orang menjawab tidak setuju, dan sebanyak 4 orang atau 4% menjawab sangat tidak setuju.

### 5. Persepsi Mahasiswa Non-Muslim

Hasil dari pengisian kuesioner online persepsi mahasiswa non-muslim diperoleh sbb:

**Tabel 4.31**

**Persepsi Responden terhadap Kondisi Lingkungan**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Tidak Setuju	4	4%
Netral	47	47%
Setuju	33	33%
Sangat Setuju	12	12%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari data diperoleh hasil bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan bank syariah sangat cocok dengan ekonomi yang ada saat ini, responden yang menjawab paling banyak netral sebesar 47% dengan 47 orang, kemudian setuju sebesar 33% dengan 33 orang, sangat setuju sebesar 12% dengan 12 orang, sebesar 4% dengan 4 orang responden menjawab tidak setuju, dan sebanyak 4 orang atau 4% menjawab sangat tidak setuju

**Tabel 4.32**

**Persepsi Responden terhadap Kepuasan dan Keinginan**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	6	6%
Tidak Setuju	9	9%
Netral	36	36%
Setuju	37	37%
Sangat Setuju	12	12%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari tabel diperoleh hasil bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan membuka tabungan di bank syariah sangat efektif dalam ekonomi saat ini, responden yang menjawab setuju sebesar 37% dengan 37 orang, netral sebesar 36% dengan 36 orang, sangat setuju sebesar 12% dengan 12 orang, sebesar 9% dengan 9 orang responden menjawab tidak setuju, dan sebanyak 6 orang atau 6% menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 4.33**

**Persepsi Responden terhadap Keputusan dan Keinginan**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	5	5%
Tidak Setuju	7	7%
Netral	29	29%
Setuju	43	43%
Sangat Setuju	16	16%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari hasil diperoleh data bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan persepsi saya sifat tolong menolong dan bebas bunga bank dimiliki bank syariah, responden yang menjawab paling banyak setuju sebesar 43% dengan 43 orang, sementara netral sebesar 29% dengan 29 orang, sangat setuju sebesar 16% dengan 16 orang, sebesar 7% dengan 7 orang responden menjawab tidak setuju, dan sebanyak 5 orang atau 5% menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 4.34**  
**Persepsi Responden terhadap Pengalaman Masa Lalu**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Tidak Setuju	8	8%
Netral	34	34%
Setuju	37	37%
Sangat Setuju	18	18%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari tabel diperoleh hasil bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan persepsi saya reputasi yang baik dikalangan masyarakat dimiliki bank syariah saat ini, responden yang menjawab setuju sebesar 37% dengan 37 orang, netral sebesar 34% dengan 34 orang, sangat setuju sebesar 18% dengan 18 orang, sebesar 8% dengan 8 orang menjawab tidak setuju, dan sebanyak 3 orang atau 3% menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 4.35**  
**Persepsi Responden terhadap Kepercayaan**

	Jumlah	Kepercayaan
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Tidak Setuju	9	9%
Netral	34	34%
Setuju	39	39%
Sangat Setuju	16	16%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari hasil tabel diperoleh data bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan persepsi saya

masyarakat telah memberikan kepercayaan kepada bank syariah, responden yang menjawab setuju sebesar 39% dengan 39 orang, sementara setuju netral sebesar 34% dengan 34 orang, sangat setuju sebesar 16% dengan 16 orang, sebesar 9% dengan 9 orang responden menjawab tidak setuju, dan dan sebanyak 2 orang atau 2% menjawab sangat tidak setuju.

**Tabel 4.36**

**Persepsi Responden terhadap Praktik Bank Syariah**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	2	2%
Tidak Setuju	13	13%
Netral	38	38%
Setuju	35	35%
Sangat Setuju	12	12%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari tabel diperoleh data bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan dalam praktinya bank syariah sama dengan bank konvensional, responden yang menjawab netral sebesar 38% dengan 38 orang, setuju sebesar 12% dengan 12 orang, tidak setuju sebesar 13% dengan 13 orang, dan sangat tidak setuju sebesar 2% dengan 2 orang.

**Tabel 4.37**

**Persepsi Responden terhadap Prinsip Syariah**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	3	3%
Tidak Setuju	3	3%
Netral	29	29%
Setuju	40	40%
Sangat Setuju	100	100%



Total		
-------	--	--

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari tabel 4.37 diperoleh data bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pertanyaan bank syariah sangat menjunjung tinggi prinsip syariah disetiap transaksi keuangan syariah, responden yang menjawab paling banyak setuju sebesar 40% dengan 40 orang, sementara netral sebesar 29% dengan 29 orang, sangat setuju sebesar 25% dengan 25 orang, tidak setuju sebesar 3% dengan 3 orang, dan sangat tidak setuju sebesar 3% dengan 3 orang.

**Tabel 4.38**

**Persepsi Responden terhadap Bisnis Halal dan Baik**

	Jumlah	Peresentase
Sangat Tidak Setuju	4	4%
Tidak Setuju	4	4%
Netral	28	28%
Setuju	30	30%
Sangat Setuju	34	34%
Total	100	100%

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari hasil tabel 4.38 diperoleh data bahwa mahasiswa non-muslim Adonara Yogyakarta dengan menjawab pernyataan investasi/pembiayaan bank syariah untuk bisnis yang halal dan baik, responden yang menjawab sangat setuju sebesar 34% dengan 34 orang, sementara 30% dengan 30 orang, netral 28% dengan 28 orang, sebesar 4% dengan 4 orang responden menjawab tidak setuju, dan sebesar 4% dengan 4 responden menjawab sangat tidak setuju.

**B. Uji Kualitas Data**

Tujuan dari penelitian ini untuk memperoleh bukti pengaruh karakteristik, produk, promosi terhadap persepsi mahasiswa non-muslim

tentang eksistensi bank syariah. Pengambilan data penelitian dengan cara menyebarkan 100 kuesioner kepada responden dan selanjutnya diolah.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif yaitu analisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data dan menyajikan dalam bentuk persentase. Analisis kuantitatif merupakan analisis berupa angka-angka perhitungan statistik.

### 1. Uji Validitas Data

Sebelum kuesioner online disebarkan kepada responden, maka kuesioner terlebih dahulu di uji validitas, diperoleh hasil dari tiap variabel sebagai berikut:

#### a. Uji Validitas Karakteristik Bank Syariah

Uji validitas digunakan untuk membuktikan suatu pertanyaan atau pernyataan dalam suatu kuesioner tersebut valid atau tidak. Untuk angket setiap variabel pada tabel dengan analisis menggunakan SPSS IBM 22 *For windows*, diketahui korelasi antara masing-masing item terhadap total skor total menunjukkan hasil yang signifikan yaitu sig (2 tailed) < 0,05, atau dari hasil *output* diketahui  $0,00 < 0,05$ , dan dapat diterima jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dengan  $r_{tabel}$ . Untuk 21 sampel diketahui nilai  $r_{tabel}$  dengan  $n = 21$  sebesar 0.432 dan diketahui bahwa untuk skor total setiap angket memenuhi syarat sehingga semua kuesioner dikatakan valid.

**Tabel 4.39**

#### **Uji Validitas Karakteristik Bank Syariah (X1)**

Pertanyaan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,811	0,432	Valid
2	0,488	0,432	Valid

3	0,613	0,432	Valid
4	0,846	0,432	Valid

Sumber : data primer diolah (2020)

Hasil tabel 4.39 diperoleh bahwa besarnya korelasi untuk seluruh pertanyaan variabel karakteristik bank syariah (X1) memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel sebesar 0,432 berarti dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh butiran pertanyaan variabel karakteristik bank syariah dinyatakan valid.

#### b. Validitas Produk Bank Syariah

Uji validitas digunakan untuk membuktikan suatu pertanyaan atau pernyataan dalam suatu kuesioner tersebut valid atau tidak. Untuk ketiga angket setiap variabel pada tabel dengan analisis menggunakan SPSS IBM 22 *For windows*, diketahui korelasi antara masing-masing item terhadap total skor total menunjukkan hasil yang signifikan yaitu  $\text{sig (2 tailed)} < 0,05$ , atau dari hasil *output* diketahui  $0,00 < 0,05$ , dan dapat diterima jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ , dengan  $r_{\text{tabel}}$ . Untuk 21 sampel diketahui nilai  $r_{\text{tabel}}$  dengan  $n = 21$  sebesar 0.432 dan diketahui bahwa untuk skor total setiap angket memenuhi syarat sehingga semua kuesioner dikatakan valid.

**Tabel 4.40**

#### **Uji Validitas Produk Bank Syariah (X2)**

Pertanyaan	$r_{\text{hitung}}$	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
Item_1	0,835	0,432	Valid
Item_2	0,832	0,432	Valid
Item_3	0,859	0,432	Valid
Item_4	0,913	0,432	Valid
Item_5	0,905	0,432	Valid
Item_6	0,818	0,432	Valid

Item_7	0,897	0,432	Valid
Item_8	0,773	0,432	Valid
Item_9	0,905	0,432	Valid
Item_10	0,931	0,432	Valid
Item_11	0,936	0,432	Valid
Item_12	0,953	0,432	Valid

Sumber : data primer diolah (2020)

Hasil tabel 4.40 diperoleh bahwa besarnya korelasi untuk seluruh pertanyaan variabel produk bank syariah (X2) memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel sebesar 0,432 berarti dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh butiran pertanyaan variabel produk bank syariah dinyatakan valid..

#### c. Validitas Promosi Bank Syariah

Uji validitas digunakan untuk membuktikan suatu pertanyaan atau pernyataan dalam suatu kuesioner tersebut valid atau tidak.. Untuk ketiga angket setiap variabel pada tabel dengan analisis menggunakan SPSS IBM 22 *For windows*, diketahui korelasi antara masing-masing item terhadap total skor total menunjukkan hasil yang signifikan yaitu  $\text{sig} (2 \text{ tailed}) < 0,05$ , atau dari hasil *output* diketahui  $0,00 < 0,05$ , dan dapat diterima jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ , dengan  $r_{\text{tabel}}$ . Untuk 21 sampel diketahui nilai  $r_{\text{tabel}}$  dengan  $n = 21$  sebesar 0.432 dan diketahui bahwa untuk skor total setiap angket memenuhi syarat sehingga semua kuesioner dikatakan valid.

**Tabel 4.41**

#### **Hasil Uji Validitas Promosi Bank Syariah (X3)**

Pertanyaan	$r_{\text{hitung}}$	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
Item_1	0,804	0,432	Valid
Item_2	0,805	0,432	Valid
Item_3	0,832	0,432	Valid
Item_4	0,787	0,432	Valid

Item_5	0,849	0,432	Valid
Item_6	0,701	0,432	Valid
Item_7	0,682	0,432	Valid
Item_8	0,844	0,432	Valid
Item_9	0,851	0,432	Valid
Item_10	0,892	0,432	Valid

Sumber : data primer diolah (2020)

Hasil tabel 4.41 diperoleh bahwa besarnya korelasi untuk seluruh pertanyaan variabel promosi bank syariah (X3) memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel sebesar 0,432 berarti dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh butiran pertanyaan variabel promosi bank syariah dinyatakan valid..

#### d. Validitas Persepsi Mahasiswa Non-Muslim

. Uji validitas digunakan untuk membuktikan suatu pertanyaan atau pernyataan dalam suatu kuesioner tersebut valid atau tidak. Untuk ketiga angket setiap variabel pada tabel dengan analisis menggunakan SPSS IBM 22 *For windows*, diketahui korelasi antara masing-masing item terhadap total skor total menunjukkan hasil yang signifikan yaitu  $\text{sig} (2 \text{ tailed}) < 0,05$ , atau dari hasil *output* diketahui  $0,00 < 0,05$ , dan dapat diterima jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ , dengan  $r_{\text{tabel}}$ . Untuk 21 sampel diketahui nilai  $r_{\text{tabel}}$  dengan  $n = 21$  sebesar 0.433 dan diketahui bahwa untuk skor total setiap angket memenuhi syarat sehingga semua kuesioner dikatakan valid.

**Tabel 4.42**

#### **Hasil Uji Validitas Persepsi Mahasiswa Non Muslim (Y)**

Pertanyaan	$r_{\text{hitung}}$	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
Item_1	0,951	0,432	Valid
Item_2	0,943	0,432	Valid
Item_3	0,875	0,432	Valid
Item_4	0,917	0,432	Valid

Item_5	0,901	0,432	Valid
Item_6	0,831	0,432	Valid
Item_7	0,533	0,432	Valid
Item_8	0,513	0,432	Valid

Sumber : data primer diolah (2020)

Hasil tabel 4.42 diperoleh bahwa besarnya korelasi untuk seluruh pertanyaan variabel persepsi mahasiswa non muslim (X4) memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel sebesar 0,432 berarti dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh butiran pertanyaan variabel persepsi mahasiswa non muslim dinyatakan valid..

#### b. Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur kuesioner pada suatu variabel . Perhitungan menggunakan program SPSS IBM 22 dan ditunjukkan dengan besarnya nilai *alpha* ( $\alpha$ ). Variabel dikatakan reliabilitas apabila nilai *alfa cronbach*  $> 0,6$ , sehingga variabel tersebut bisa dikatakan reliabel. Berikut hasil Uji reliabel sebagai berikut:

**Tabel 4.43**

**Reliabilitas Alphan Cronbach**

Variabel	Alpha Cronbach	Batas Minimum	Keterangan
Karakteristik Bank Syariah	0,775	0,6	Reliabel
Produk Bank Syariah	0,786	0,6	Reliabel
Promosi Bank Syariah	0,782	0,6	Reliabel
Persepsi Mahasiswa Non Muslim	0,791	0,6	Reliabel

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari tabel 4.43 di atas menunjukkan nilai *Alpha Cronbach* pada setiap variabel lebih besar nilainya dari 0.6. Dapat dikatakan bahwa butir pertanyaan handal dalam variabel penelitian sehingga dapat dipergunakan untuk mengolah data selanjutnya.

### C. Pengujian Asumsi Klasik

Sebelum melakukan ujian hipotesis, pengujian berikutnya dilakukan ujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolenieritas, dan uji heteroskedastisitas.

#### 1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Jika probabilitas lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Berdasarkan hasil yang diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 4.44**

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandar dized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,0535725
Most Extreme Differences	Absolute	,096
	Positive	,096
	Negative	-,073
Test Statistic		,096
Asymp. Sig. (2-tailed)		,023 <sup>c</sup>

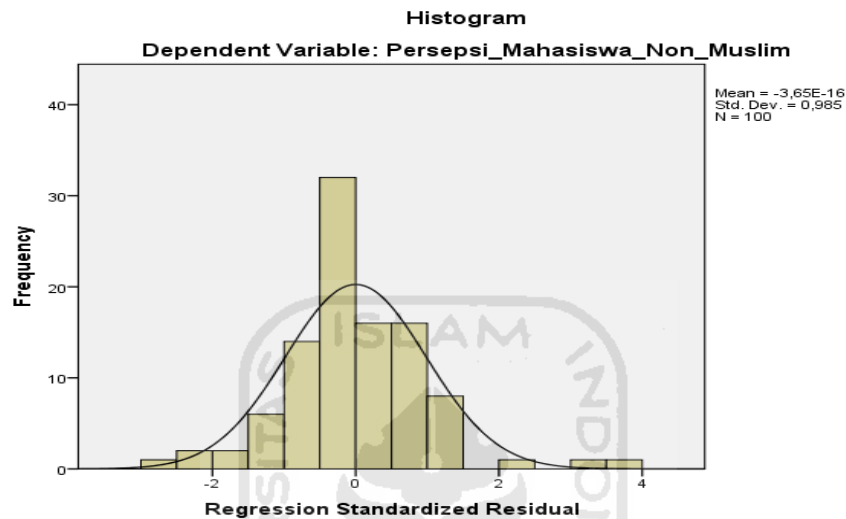
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : data primer diolah (2020)

Hasil yang diperoleh dari tabel 4.44 uji normalitas bahwa residual hasil analisis regresi memiliki *Asymp.sig* sebesar 0,023, maka sesuai dengan syarat nilai lebih besar dari 0,05 berarti data berdistribusi normal, dan dapat dilihat dari gambar kurva dibawah dengan ciri melengkung kebawah seperti parabola sehingga apat dikatakan normal.



Sumber : data primer diolah (2020)

**Gambar 4.2 Histogram**

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearits data bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tidak terdapat korelasi diantara variabel independen. Hasil dari analisis diperoleh sebagai berikut:



**Tabel 4.45**  
**Uji Multikolonieritas Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,161	1,710		,094	,925		
Variabel Karakteristik (X1)	,121	,133	,065	,912	,364	,504	1,983
Variabel Produk (X2)	,074	,060	,110	1,242	,217	,327	3,056
Variabel Promosi (X3)	,664	,072	,739	9,227	,000	,399	2,506

a. Dependent Variable: Persepsi Mahasiswa Non Muslim

Sumber : data primer diolah (2020)

Berdasarkan hasil tabel 4.45 diatas diperoleh bahwa seluruh variabel independen memiliki *Variances Inflation Factor* (VIP) kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,10. Jadi kesimpulan dari hasil bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian tidak terjadi multikolonieritas antara variabel independen atau bisa disebut dengan  $H_0$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

### 3. Uji Heteroskedastisitas Data

Analisis asumsi klasik uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *glejtsler* dan *scatterplots*. Hasil pengujian heteroskedastisitas dengan uji *glejtsler* diperoleh sebagai berikut:

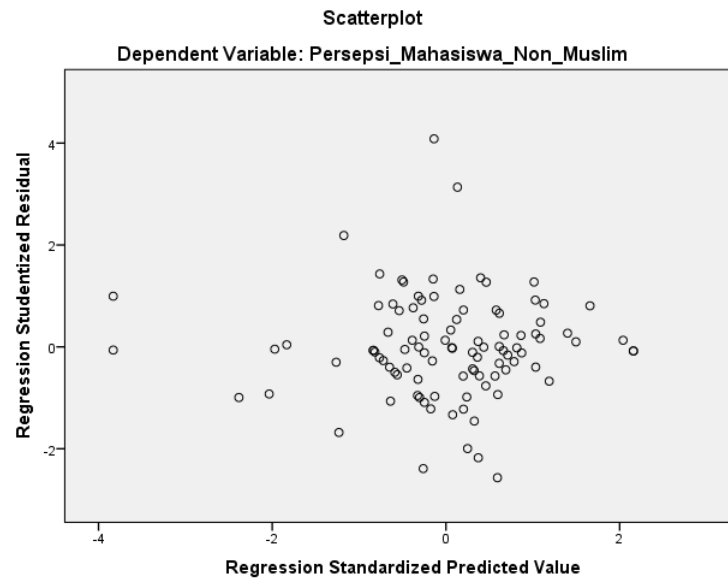
**Tabel 4.46**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,161	1,710		,094	,925
Variabel Karakteristik (X1)	,121	,133	,065	,912	,364
Variabel Produk (X2)	,074	,060	,110	1,242	,217
Variabel Promosi (X3)	,664	,072	,739	9,227	,000

a. Dependent Variable: Persepsi Mahasiswa Non Muslim

Sumber : data primer diolah (2020)

Berdasarkan dari hasil tabel 4.46 di atas diperoleh bahwa nilai p value masing-masing variabel lebih besar dari 0,05. Jadi kesimpulan dari hasil tabel 4.10a bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.



Sumber : data primer diolah (2020)

**Gambar 4.3 Scatterplot**

Hasil grafik 4.3 *scatterplots* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga dapat digunakan untuk memprediksi minat beli berdasarkan masukan independen karakteristik bank syariah, produk bank syariah, dan promosi bank syariah.

#### **D. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, dan menunjukkan kekuatan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2013). berikut hasil output model regresi yang ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 4.47 Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,161	1,710		,094	,925
Variabel (X1)	,121	,133	,065	,912	,364
Variabel (X2)	,074	,060	,110	1,242	,217
Variabel (X3)	,664	,072	,739	9,227	,000

a. Dependent Variable: Persepsi Mahasiswa Non Muslim

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari hasil tabel 4.47 diperoleh bahwa persamaan regresi dapat diketahui nilai Constan (a) sebesar 0,161, nilai koefisien regresi Karakteristik Bank Syariah (b1) sebesar 0,121, sedangkan koefisien Produk Bank Syariah (b2) sebesar 0,074, dan nilai koefisien Promosi Bank Syariah (b3) sebesar 0,664, sehingga dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + bx_3 + bx_4$$

$$Y = 0,161 + 0,121 x_1 + 0,074 x_2 + 0,664 x_3$$

Persepsi Mahasiswa = 0,161 + 0,121 *karakteristik* + 0,074 *produk* + 0,664 *promosi*.

Penjelasan dari tabel diatas bahwa besaran konstanta (a) 0,161 menyatakan bahwa variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata persepsi dari mahasiswa non muslim sebanyak 0,161 responden, dan nilai koefisien regresi karakteristik bank syariah sebesar 0,121 yang artinya setiap penambahan persepsi mahasiswa akan meningkatkan karakteristik responden sebanyak 0,161 atau 0,1 responden, begitupun dengan nilai koefisien regresi produk bank syariah 0,74 yang menjelaskan setiap penambahan persepsi mahasiswa akan meningkatkan persepsi sebesar 0,8

atau 0,8 responden dan nilai koefisien regresi promosi bank syariah sebanyak 0,664 dengan penambahan persepsi mahasiswa akan meningkatkan persepsi sebanyak 0,7 atau 0,7 responden.

Dari ketiga variabel independen yang ditampilkan kedalam model regresi variabel bertujuan untuk melakukan uji secara parsial artinya melihat satu persatu variabel yang mempengaruhi variabel Y.

H<sub>1</sub>: Pengaruh signifikan positif karakteristik bank syariah terhadap persepsi mahasiswa non-muslim Adonara di Yogyakarta.

1. Pengujian Hipotesis Pertama (H1) Karakteristik bank syariah (X1)

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar 0,364 > 0,05 dan nilai t hitung 0,912 < t tabel 1,985, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak berarti tidak terdapat pengaruh X1 terhadap Y atau dapat dikatakan karakteristik tidak berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa non-muslim.

H<sub>2</sub> : Pengaruh signifikan positif produk bank syariah terhadap persepsi mahasiswa non muslim Adonara di Yogyakarta.

2. Pengaruh Hipotesis Kedua (H2) Produk Bank Syariah (X2)

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar 0,217 > 0,05 dan nilai t hitung 1,242 < t tabel 1,985, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak berarti tidak terdapat pengaruh X2 terhadap Y atau dapat dikatakan produk tidak berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa non-muslim.

H<sub>3</sub>: Pengaruh signifikan positif promosi bank syariah terhadap persepsi mahasiswa non muslim Adonara di Yogyakarta.

3. Pengaruh Hipotesis Ketiga (H3) Promosi Bank Syariah (X3)

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah sebesar 0,00 < 0,05 dan nilai t hitung 9,227 > t tabel 1,985, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X3 terhadap Y atau dapat dikatakan promosi berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa non-muslim.

Dari hasil didapat bahwa untuk meningkatkan persepsi mahasiswa non muslim pada penelitian yang berpengaruh signifikan adalah promosi bank

syariah, responden lebih mementingkan promosi bank syariah. Walaupun secara keseluruhan mempengaruhi seluruhnya, namun karakteristik, dan produk tidak menjadi bahan pertimbangan mahasiswa non muslim ikut terlibat dalam bank syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan persepsi mahasiswa non muslim seharusnya bank syariah meningkatkan promosi yang menarik agar dapat memikat para mahasiswa non muslim Adonara Yogyakarta.

Uji t merupakan salah satu uji hipotesis penelitian dengan pengujian secara keseluruhan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen secara bersama atau uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) (Ghozali, 2013). Berikut output yang diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 4.48 ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2838,284	3	946,095	98,391	,000 <sup>b</sup>
Residual	923,106	96	9,616		
Total	3761,390	99			

a. Dependent Variable: Persepsi Mahasiswa Non Muslim

b. Predictors: (Constant), Promosi Bank Syariah, Karakteristik Bank Syariah, Produk Bank Syariah

Sumber : data primer diolah (2020)

Dari tabel 4.48 Uji ANOVA atau F test diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X1, X2 dan X3 secara simultan terhadap Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} 98,391 > F_{tabel} 2,70$ , sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh X1 X2 dan X3 secara simultan terhadap Y. atau dapat dikatakan pengaruh signifikan positif karakteristik bank syariah, produk bank syariah dan promosi bank syariah secara

bersama-sama terhadap persepsi mahasiswa non muslim Adonara di Yogyakarta.

**Tabel 4.49 Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,869 <sup>a</sup>	,755	,747	3,10092

a. Predictors: (Constant), Promosi Bank Syariah, Karakteristik Bank Syariah, Produk Bank Syariah

Sumber : data primer diolah (2020)

Berdasarkan output di atas diketahui bahwa tabel 4.49 *Model Summary* besarnya nilai Adjusted R Square sebesar 0,755, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1, X2, dan X3 secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar 74,7%. atau variasi ketiga variabel independen karakteristik, promosi dan produk bank syariah sedangkan sisanya ( $100\% - 74,7\% = 25,3\%$ ) dijelaskan dalam variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## **E. Pembahasan Hasil Analisis Data**

### **1. Pengaruh Karakteristik Bank Syariah Terhadap Persepsi Mahasiswa Non Muslim**

Dari hasil pengujian hipotesis pertama, variabel karakteristik Bank Syariah tidak memiliki pengaruh positif signifikan terkait persepsi mahasiswa non muslim terhadap eksistensi bank syariah. Rendahnya pemahaman mahasiswa non muslim Adonara Yogyakarta terhadap karakteristik bank syariah, karena masih banyak yang beranggapan bahwa karakteristik bank syariah sama dengan bank umum lainnya yang tidak berlandaskan prinsip Islam dan masih terdapat transaksi keuangan berupa penyimpanan dan penyaluran dana yang dikenakan bunga (riba).

Dari output perhitungan Pengujian Hipotesis Pertama (H1) Karakteristik bank syariah (X1)

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar  $0,364 > 0,05$  dan nilai t hitung  $0,912 < t$  tabel 1,985, sehingga dapat disimpulkan

bahwa tidak terdapat pengaruh X1 terhadap Y atau dapat dikatakan karakteristik tidak berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa non-muslim. Asumsi dasar konsep akuntansi bank syariah sama dengan asumsi dasar konsep akuntansi keuangan secara umum yaitu konsep kelangsungan usaha (*going concern*) dan dasar akrual. Pendapat untuk perhitungan bagi hasil menggunakan kas. Dijelaskan oleh Harapan tentang mengemukakan pernyataan akuntansi syariah adalah penjabaran yang lebih rinci tentang standar penyusunan laporan keuangan, seperti penjelasan tentang pengakuan berbagai item dan transaksi yang ada pada Bank Syariah seperti, *Mudharabah, Musyarakah, Murabahah, Salam, Istisna; Ijarah, Wadiah, Qardh*, Transaksi berbasis imbalan, Zakat, Infaq, dan *Shadaqah*.

## 2. Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Persepsi Masyarakat Non Muslim

Hasil pengujian hipotesis yang kedua menyatakan bahwa pengetahuan produk perbankan syariah tidak berpengaruh positif terhadap signifikan persepsi mahasiswa non muslim terhadap keberadaan bank syariah, karena masih banyak pemikiran atau anggapan bahwa produk bank syariah sama dengan produk bank konvensional.

Dari output yang diperoleh diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar  $0,217 > 0,05$  dan nilai t hitung  $1,242 < t$  tabel  $1,985$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak berarti tidak terdapat pengaruh X2 terhadap Y atau dapat dikatakan produk tidak berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa non-muslim.

Penelitian pernah dilakukan oleh Anita Rahmawaty (2014), persepsi tentang produk bank syariah tidak memiliki pengaruh positif terhadap signifikan minat dalam penggunaan produk pada bank syariah. Bank syariah kurang memperkenalkan produk – produk yang dimilikinya sehingga banyak masyarakat mahasiswa non muslim yang minim pengetahuan tentang produk bank syariah.

Bank syariah kurang memperkenalkan produk yang dimiliki sehingga banyak masyarakat non-muslim tidak mengenal produk dari bank syariah.



Menurut Perreult dan McCarthy (2009) produk adalah pemuas kebutuhan yang ditawarkan oleh perusahaan dan mencakup produk fisik maupun jasa.

### 3. Pengaruh Promosi Bank Syariah Terhadap Persepsi Mahasiswa Non Muslim

Hasil output yang diperoleh dari pengujian hipotesis menyatakan bahwa promosi perbankan syariah memiliki pengaruh positif pada persepsi mahasiswa non muslim tentang eksistensi bank syariah. Variabel promosi mempunyai variabel yang signifikan dan bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa promosi yang baik dan dilakukan bank syariah dan diterima baik oleh masyarakat, terkhusus mahasiswa non muslim atau responden sama dengan produk bank konvensional.

Dari output yang diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah sebesar  $0,00 < 0,05$  dan nilai t hitung  $9,227 > t$  tabel  $1,985$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X3 terhadap Y atau dapat dikatakan promosi signifikan berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa non-muslim.

Promosi yang diberikan oleh bank syariah sudah sangat baik sekali sehingga masyarakat terkhusus mahasiswa non muslim merespon sangat bagus dalam penyampaian promosi oleh bank syariah. Bank syariah harus lebih giat dalam melakukan promosi melalui media cetak dan media digital.

Penelitian pernah dilakukan oleh Evi Yupitri (2012), dimana promosi memiliki pengaruh yang sangat besar dengan mengiklankan produk yang menarik dan mensosialisasikan Bank Syariah Mandiri sehingga mereka mengenal dan tertarik terhadap promosi yang diberikan oleh Bank Syariah. Kunci dari pemasaran yaitu promosi, dengan adanya promosi bank syariah dapat mengkomunikasikan berbagai produk ke masyarakat terkhusus mahasiswa non muslim agar mereka mengenal dan tertarik menggunakan produk dari bank syariah.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari output perhitungan Pengujian Hipotesis Pertama (H1) Karakteristik bank syariah (X1) Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar  $0,364 > 0,05$  dan nilai t hitung  $0,912 < t$  tabel 1,985, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh X1 terhadap Y atau dapat dikatakan karakteristik tidak berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa non-muslim.
2. Dari output yang diperoleh Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar  $0,217 > 0,05$  dan nilai t hitung  $1,242 < t$  tabel 1,985, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak berarti tidak terdapat pengaruh X2 terhadap Y atau dapat dikatakan produk tidak berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa non-muslim.
3. Dari output yang Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah sebesar  $0,00 < 0,05$  dan nilai t hitung  $9,227 > t$  tabel 1,985, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X3 terhadap Y atau dapat dikatakan promosi signifikan berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa non-muslim.

#### B. Saran

1. Bagi lembaga, diharapkan lebih meningkatkan promosi dan sosialisasi kepada semua masyarakat agar masyarakat lebih mengenal perbankan syariah, dan tidak beranggapan lagi kalau bank syariah hanya khusus untuk nasabah muslim saja, namun bisa untuk semua kalangan. Dengan menambah cabang kantor dan layanan ATM perbankan syariah di seluruh Indonesia baik di kota maupun dipelosok daerah

sehingga masyarakat dapat lebih mudah mengakses dan mengetahui lebih dalam tentang bank syariah.

2. Bagi peneliti lainnya dapat mengembangkan dan menambah variabel lainnya. Dan kuesioner penelitian ini belum dikatakan sempurna dalam menggali suatu informasi dari responden karena objek penelitian ini merupakan mahasiswa non-muslim, selanjutnya dapat diharapkan untuk menyempurnakan penelitian.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, R. N. (2016). Studi Tentang Product Advantage, Service Quality Dan Bank Location Terhadap Saving Decision Pada Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri & Bank Muamalat di Kota Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Volume XV, No. 2, September*, 130-140.
- Ahmadi. (1982). *Psikologi Umum*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Algaoud L, M. &. (2004). *Perbankan Syariah: Prinsip, Praktek, dan Prospek*. Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.
- Algifari. (2009). *Analisis Regresi Teori, Kasus, dan Solusi*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Alma Buchori, d. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Amir, M. (2014). *Bank Syariah (Teori, Kebijakan dan Stidi Empiris di Indonesia)*. Jakarta: Erlangga.
- Antonio, M. S. (2017). *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktek*. Jakarta: Gema Insani.
- Arief, S. (1993). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Jakarta: UI-Press.
- Arifin, Z. (2005). *Dasar-Dasar Manajemen Syariah*. Jakarta: Pustaka Alvabet.
- Asrori, A. (2009). Hubungan Kecerdasan Emosional dan Interaksi Teman Sebaya dengan Penyesuaian Sosial Pada Siswa. *Fakultas Kedokteran Universitas Sebelas Maret*, 215.
- Bisri, M. (2013). *Statistik*. Surakarta: IAIN Surakarta.
- Chotimah. (2014). *Pengaruh produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Fuad, M. (2004). *Hukum Islam Indonesia Dari Nalar Partisipatoris Hingga Emansipatoris*. Yogyakarta: LkiS.
- Gerungan. (1996). *Psikologi Sosial*. Bandung: Eresco.
- Ghozali. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gudono. (2012). *Analisis Data Multivariat*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Handayani, M. (2013). *Persepsi Masyarakat Terhadap Sosialisasi Pencalonan*.
- Harrel, G. D. (2008). *Marketing: connection with customer*. Chicago: Chicago education press.
- Hasan. (2009). *Analisis data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Ikit. (2015). *Akuntansi Penghimpunan Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Istijanto. (2009). *Aplikasi Praktisi Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kartono, K. (1991). *Psikologi Sosial Untuk Manajemen*. Jakarta: Rajawali.
- Kasmir. (2010). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2010). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall International, inc.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.

- Kurniati. (2012). Analisis Persepsi dan Preferensi Nasabah Muslim dan Nasabah Non Muslim Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah di Provinsi DIY. *Journal Ekonomi Syariah*, Vol. 2 : 2 .
- Lind, D. A. (2007). *Teknik-teknik Statistika dalam Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Machmudah, R. (2009). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Studi Pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang. *Skripsi*.
- Mahmudah, S. (2011). *Psikologi Sosial Teori & Model Penelitian*. Malang: UIN Maliki Press.
- Muhammad. (2000). *Sistem dan Prosedur Operasional Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press.
- Muslich, A. W. (2010). *Fiqh Muamalat*. Jakarta: Amzah.
- Noor, J. (2011). *Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Purwatatmdja, K. (2005). *Istiqomah dalam Operasional Bank Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rahmat, J. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, R. (2013). *Metode Penelitian: Publik Relation dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sanusi. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, B. (2015). The Existence Of Islamic Banking in Indonesia From Non Muslims Perceptions. *Asean Marketing Journal*, 81-96.
- Setiawan, D. &. (2010). *Ekonometrika*. Yogyakarta: Cv . Andi Offset.
- Siregar. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Slameto. (2015). *Belajar dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi*. Jakarta Timur: Rinika Cipta.

- Stephen, R. (2015). *Perilaku Organisasi Organizational Behavior*. Jakarta: Salemba.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2005). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunyoto. (2010). *Uji Khi Kuadrat dan Regresi Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Supranto. (2009). *Teori dan Aplikasi*. Jakarta : Erlangga.
- Tanzeh, A. (2009). *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras.
- Tjiptono, Fandy, & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Walgito, B. (1994). *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: Andi Offest.
- Walgito, B. (2010). *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: C. V ANDI OFFSET.
- Yogiarto. (2015). *Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah*. Yogyakarta: Universitas Negri Yogyakarta.

## LAMPIRAN

### PERSEPSI MAHASISWA NON-MUSLIM TERHADAP EKSISTENSI BANK SYARIAH (Studi Pada Mahasiswa Non-muslim Adonara di Yogyakarta)

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Perkenalkan saya Bella Atika Armalinda Lamanepa Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan uji validitas dan uji reliabilitas terkait kusioner penelitian saya guna memenuhi tugas akhir saya yaitu dengan judul “Persepsi Mahasiswa Non-muslim Terhadap Eksistensi Bank Syariah.

Saya sebagai peneliti dengan segala hormat dan kerendahaan hati memohon kesedian Saudari untuk mengisi kusioner ini untuk membantu kesuksesan penelitian saya. Seluruh data yang saudara berikan dijamim kerahasiaan dan Insha Allah hanya untuk kepentingan akademis semata. Atas perhatian dan bantuannya saya ucapkan terima kasih.

#### I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
  - a. Pria
  - b. Wanita
3. Usia :
  - a. 17-20 Tahun
  - b. 21-24 Tahun
  - c. 25-28 Tahun
4. Universitas :
5. Fakultas :
6. Angkatan :
7. Agama

#### II. PETUNJUK PENGISIAN



1. Jawablah setiap pertanyaan sesuai dengan pilihan anda
2. Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pilihan anda.

Sangat Setuju (SS)

Setuju (S)

Netral (N)

Tidak Setuju (S)

Sangat Tidak Setuju (STS)

A. Karakteristik Bank Syariah (Variabel X1)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Bank Syariah tidak mengenal sistem bunga.					
2	Bank syariah sangat terbuka dengan konsep keuangan yang ditawarkan.					
3	Konsep keuangan dalam bank syariah sangat baik dalam pelaksanaannya.					
4	Bank syariah lebih sehat dibandingkan dengan bank umum karena menggunakan bagi hasil yang adil kepada nasabah.					

B. Produk Bank Syariah (Variabel X2)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Produk yang diberikan Bank Syariah sangat beragam dan inovalif					
2.	Produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah sesuai dengan kebutuhan nasabah					

3.	Produk yang ditawarkan oleh Bank syariah sangat menarik bagi semua kalangan baik muslim maupun non-muslim					
4.	Tabungan Bank Syariah benar-bener sebagai pengelola dana yang bersumber pada nasabah					
5.	Bank syariah memiliki produk layanan keuangan yang beragam					
6.	Perolehan nisbah (porsi) bagi hasil sesuai dengan harapan nasabah					
7.	Produk bank syariah sesuai dengan manfaat dan peruntukan masyarakat					
8.	Fasilitas banyaknya jaringan ATM bank syariah					
9.	Produk bank syariah mempunyai resiko yang ditanggung bersama					
10.	Investasi/pembiayaan bank syariah untuk bisnis yang baik dan halal					
11.	Biaya administasi yang ditawarkan oleh bank syariah terjangkau murah					
12.	Keuntungan bagi hasil yang diberikan bank syariah menguntungkan nasabah					

C. Promosi Bank Syariah (Variabel X3)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Promosi yang dilakukan bank syariah di media cetak menarik minat calon nasabah baik muslim maupun non muslim untuk menggunakan produk layanan keuangan di bank syariah					
2	Media sedikit memberikan informasi tentang bank syariah					
3	Banyak keuntungan yang ditawarkan pihak bank syariah					
4	Saya jarang menemukan informasi tentang bank syariah					
5	Promosi yang diberikan bank syariah ditunjukan untuk berbagai macam lapisan masyarakat					
6	Promosi bank syariah dilakukan tenaga marketing yang ramah dan sopan					
7	Promosi bank syariah memberikan pesan dan kesan baik					
8	Bank syariah sering memberikan hadiah kepada nasabah yang loyal					
9	Promosi yang menarik memudahkan saya untuk					

	mencari informasi bank syariah					
10	Pemberian reparasi menambah minat nasabah untuk menggunakan produk layanan keuangan di bank syariah					

#### D. Persepsi Mahasiswa (Variabel Y)

N o	Pertanyaan	S	S	N	T	ST
		S	S	N	T	ST
1.	Persepsi saya Bank Syariah sangat cocok dengan ekonomi yang ada saat ini					
2.	Persepsi saya membuka tabungan di bank Syariah efektif dalam ekonomi saat ini.					
3.	Persepsi saya bank syariah bersifat tolong menolong dan bebas bunga bank					
4.	Persepsi saya Bank Syariah memiliki reputasi yang baik dikalangan masyarakat saat ini					
5.	Persepsi saya bank syariah salah satu bank yang memperoleh kepercayaan yang baik dikalangan masyarakat umum					
6.	Dalam praktinya bank syariah sama dengan bank konvensional					
7.	Bank syariah sangat menjunjung tinggi prinsip syariah disetiap transaksi keuangan syariah					
8.	Investasi/pembiayaan bank syariah untuk bisnis yang halal dan baik					

### Correlations

		p1	P2	P3	P4	Jumla hX1
p1	Pearson Correlation	1	,231	,190	,524*	,811**
	Sig. (2- tailed)		,314	,409	,015	,000
	N	21	21	21	21	21
P2	Pearson Correlation	,231	1	,173	,247	,488*
	Sig. (2- tailed)	,314		,454	,280	,025
	N	21	21	21	21	21
P3	Pearson Correlation	,190	,173	1	,592*	,613**
	Sig. (2- tailed)	,409	,454		,005	,003
	N	21	21	21	21	21
P4	Pearson Correlation	,524*	,247	,592*	1	,846**
	Sig. (2- tailed)	,015	,280	,005		,000
	N	21	21	21	21	21
Jumla hX1	Pearson Correlation	,811*	,488*	,613*	,846*	1
	Sig. (2- tailed)	,000	,025	,003	,000	
	N	21	21	21	21	21

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).









Pearson	,898	,899	,799	,792	,795	,891	,797	1	,901	,798	,797	,797	,898
Correlation	8*	7*	6*	5*	7*	6*	3*		1*	2*	9*	3*	6*
on	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*	*
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
Pearson	,917	,911	,892	,897	,892	,893	,893	,910	,891	,897	,916	,910	,914
Correlation	7*	7*	2*	7*	1*	3*	3*	1*	1	2*	6*	5*	2*
on	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*	*
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
N	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
Pearson	,797	,890	,892	,906	,907	,902	,907	,798	,897	1	,920	,913	,916
Correlation	1*	3*	5*	0*	6*	1*	3*	2*	2*		2*	1*	6*
on	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*	*
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000



2	Sig. (2- taile d) N	,0 0 0 2 1	,0 0 0 2 1	,0 0 0 2 1	,0 0 0 2 1	,0 0 0 2 1	,0 0 0 2 1	,0 0 0 2 1	,0 0 0 2 1	,0 0 0 2 1	,0 0 0 2 1	,0 0 0 2 1
---	---------------------------------	------------------------	------------------------	------------------------	------------------------	------------------------	------------------------	------------------------	------------------------	------------------------	------------------------	------------------------

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Correlations

		P 17	P 18	P 19	P 20	P 21	P 22	P 23	P 24	P 25	P 26	Ju ml ah X 3
P1 7	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N		,5 1 86 **	,6 55 **	,5 90 **	,6 75 **	,5 89 **	,5 28 *	,6 75 **	,6 23 **	,6 12 **	,8 04 **
			,0 05	,0 01	,0 05	,0 01	,0 05	,0 14	,0 01	,0 03	,0 03	,0 00
P1 8	Pears on Corre lation	,5 86 **		,8 59 **	,7 98 **	,5 89 **	,3 58	,3 16	,5 66 **	,5 91 **	,6 12 **	,8 05 **

	Sig. (2- tailed ) N	,0 05 21	,0 00 21	,0 00 21	,0 05 21	,1 11 21	,1 62 21	,0 08 21	,0 05 21	,0 03 21	,0 00 21
P1 9	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	,6 55 **	,8 59 **	,8 72 **	,6 44 **	,3 72	,3 38	,5 64 **	,5 20 *	,6 75 **	,8 32 **
	Sig. (2- tailed ) N	,0 01 21	,0 00 21	,0 00 21	,0 02 21	,0 97 21	,1 34 21	,0 08 21	,0 16 21	,0 01 21	,0 00 21
P2 0	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	,5 90 **	,7 98 **	,8 72 **	,5 86 **	,3 54	,3 07	,4 89 *	,5 08 *	,6 04 **	,7 87 **
	Sig. (2- tailed ) N	,0 05 21	,0 00 21	,0 00 21	,0 05 21	,1 16 21	,1 76 21	,0 25 21	,0 19 21	,0 04 21	,0 00 21
P2 1	Pears on Corre lation Sig. (2- tailed ) N	,6 75 **	,5 89 **	,6 44 **	,5 86 **	,8 42 **	,7 47 **	,5 89 **	,6 28 **	,6 99 **	,8 49 **
	Sig. (2- tailed ) N	,0 01 21	,0 05 21	,0 02 21	,0 05 21	,0 00 21	,0 00 21	,0 05 21	,0 02 21	,0 00 21	,0 00 21



P2 5	Pearson Correlation Sig. (2- tailed ) N	,6 23 **	,5 91 **	,5 20 *	,5 08 *	,6 28 **	,5 49 **	,5 79 **	,9 65 **	1	,8 96 **	,8 51 **
P2 6	Pearson Correlation Sig. (2- tailed ) N	,6 12 **	,6 12 **	,6 75 **	,6 04 **	,6 99 **	,5 34 *	,5 90 **	,9 33 **	,8 96 **	1	,8 92 **
Ju ml ah X3	Pearson Correlation Sig. (2- tailed ) N	,8 04 **	,8 05 **	,8 32 **	,7 87 **	,8 49 **	,7 01 **	,6 82 **	,8 44 **	,8 51 **	,8 92 **	1

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Correlations

	P2 7	P2 8	P2 9	P3 0	P3 1	P3 2	P3 3	P3 4	Ju ml ah Y
P2 Pearson 7 n Correla tion Sig. (2- tailed) N	1 2**	,95 2**	,85 9**	,89 2**	,81 8**	,78 8**	,35 4	,43 4*	,95 1**  0 0 21
P2 Pearson 8 n Correla tion Sig. (2- tailed) N	,95 2**	1 2**	,90 2**	,88 7**	,86 0**	,78 2**	,30 3	,34 1	,94 3**  0 0 21
P2 Pearson 9 n Correla tion Sig. (2- tailed) N	,85 9**	,90 2**	1 1	,74 9**	,76 7**	,83 1**	,22 1	,21 6	,87 5**  0 0 21
P3 Pearson 0 n Correla tion	,89 2**	,88 7**	,74 9**	1 1	,92 7**	,68 8**	,42 4	,34 3	,91 7**





Jumlah	Pearson									
Correlation		,951**	,943**	,875**	,917**	,901**	,831**	,533*	,513*	1
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,013	,017	
N		21	21	21	21	21	21	21	21	21

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,775	5

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,786	13

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,786	13

### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,791	9

### Nama

	Frequency	Perce nt	Valid Percent	Cumulat ive Percent
Val id Abel v seli token	1	1,0	1,0	1,0
Adoedatus Primus	1	1,0	1,0	2,0
Riantobi Adrianus Lesu boleng	1	1,0	1,0	3,0
Afralyna Afredius	1	1,0	1,0	4,0
Lamawuran	1	1,0	1,0	5,0
Agustina bahy	1	1,0	1,0	6,0
Agustinus Bae Hala	1	1,0	1,0	7,0
Akursius lamawuran	1	1,0	1,0	8,0
Albertus Magnus	1	1,0	1,0	9,0
Alexandro ridovando	1	1,0	1,0	10,0
Anciz	1	1,0	1,0	11,0

Andriana Muda	1	1,0	1,0	12,0
Angelbertus	1	1,0	1,0	13,0
Novasandi				
ANICETUS	1	1,0	1,0	14,0
ROY TOKAN				
Anita				
Estherlina Sili	1	1,0	1,0	15,0
Pati				
Antonius	1	1,0	1,0	16,0
Mario				
Arianto Bali	1	1,0	1,0	17,0
Lamapaha				
Baleno	1	1,0	1,0	18,0
Barbara ariance	1	1,0	1,0	19,0
benga ola				
Beatrice Inglan	1	1,0	1,0	20,0
Bernad kopong	1	1,0	1,0	21,0
Boro Gerrard	1	1,0	1,0	22,0
Daniel elvia	1	1,0	1,0	23,0
tokan				
Daniel Triputra	1	1,0	1,0	24,0
Lewokeda				
Edward boli	1	1,0	1,0	25,0
gemian				
Ephyfania	1	1,0	1,0	26,0
bahantwelu				
Eppi pongallo	1	1,0	1,0	27,0
Falentina B	1	1,0	1,0	28,0
Ola				

Felix Mado Doni	1	1,0	1,0	29,0
Fiona benga luli	1	1,0	1,0	30,0
Fransisco Zaveryo Taka Pehan	1	1,0	1,0	31,0
Frederista	1	1,0	1,0	32,0
Fritsianus lesu bolen	1	1,0	1,0	33,0
Galang dosinaen	1	1,0	1,0	34,0
Grardina Peni Payon	1	1,0	1,0	35,0
Handrianus bahi	1	1,0	1,0	36,0
Helmus	1	1,0	1,0	37,0
Hironimus octovianus bahy	1	1,0	1,0	38,0
Ignasius Boli Suban	1	1,0	1,0	39,0
Jefrianus	1	1,0	1,0	40,0
Alfryansa	1	1,0	1,0	41,0
Joshua	1	1,0	1,0	42,0
Juliana	1	1,0	1,0	43,0
KALASANSI US STEFAN LEWOKEDA	1	1,0	1,0	43,0

Kalასasansius stfan	1	1,0	1,0	44,0
Karlos defitryon sabon hati	1	1,0	1,0	45,0
kristina tokan	1	1,0	1,0	46,0
Kristoforus B. Lamawuran	1	1,0	1,0	47,0
Lala Haris	1	1,0	1,0	48,0
Leonardus boli iken	1	1,0	1,0	49,0
Magdalena selina	1	1,0	1,0	50,0
Margaretha	1	1,0	1,0	51,0
Maria	1	1,0	1,0	52,0
Maria Antonia Tokan	1	1,0	1,0	53,0
Maria daresta ina pullo	1	1,0	1,0	54,0
Maria Imakulata I Muda	1	1,0	1,0	55,0
Maria Paula Doloristi	1	1,0	1,0	56,0
Maria Theresia Ina Benga	1	1,0	1,0	57,0
Marselina	1	1,0	1,0	58,0
Marselina Day	1	1,0	1,0	59,0
Marselinus liat nuhon	1	1,0	1,0	60,0

Marselinus R. S	1	1,0	1,0	61,0
Marselinus Sabon Doko	1	1,0	1,0	62,0
Mathilda Aliciana	1	1,0	1,0	63,0
Bengan Rena Maximiliana s.	1	1,0	1,0	64,0
Payong Mervin	1	1,0	1,0	65,0
Metha Mikhael	1	1,0	1,0	66,0
Desiderius Pepageka	1	1,0	1,0	67,0
Mila Mariana Monza Tokan	1	1,0	1,0	68,0
69,0 Natalia Ina	1	1,0	1,0	70,0
Barek L. Wuyo Novian	1	1,0	1,0	71,0
Rianghepat Novita Melisa	1	1,0	1,0	72,0
Lamahoda Olivia uba asan	2	2,0	2,0	74,0
Paskalinus Patrick	1	1,0	1,0	75,0
76,0 Patrisia boleng	1	1,0	1,0	77,0
Patrisius Lewokeda	1	1,0	1,0	78,0
Petronela perada payon	1	1,0	1,0	79,0

Prisca Prastica				
Mistih	1	1,0	1,0	80,0
Lamabla				
Putry	1	1,0	1,0	81,0
Rikardus suban raya	1	1,0	1,0	82,0
Riska	1	1,0	1,0	83,0
Bungalolon				
Rivaldo MR.	1	1,0	1,0	84,0
Roberto				
maryono tupen kebon	1	1,0	1,0	85,0
Robyn Markus	1	1,0	1,0	86,0
Kelake ola				
Rosa mistika	1	1,0	1,0	87,0
Selviana	1	1,0	1,0	88,0
wulang wuran				
Sesilia juanti	1	1,0	1,0	89,0
Silvianus				
Merkurius	1	1,0	1,0	90,0
Parera				
STEFANUS				
MARKUS	1	1,0	1,0	91,0
LAMA				
TOKAN				
Styfund	1	1,0	1,0	92,0
Thomas ola	1	1,0	1,0	93,0
helan				
TIKA	1	1,0	1,0	94,0

Vebriani Lidia Peni Geken	1	1,0	1,0	95,0
Yesiana	1	1,0	1,0	96,0
Yoakim Ara Tokan	1	1,0	1,0	97,0
Yohanes angel muda	1	1,0	1,0	98,0
Yohans robson paran puda	1	1,0	1,0	99,0
Yuliana palan dore	1	1,0	1,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

### Jenisklamin

	Frequen cy	Percen t	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Vali Pria	53	53,0	53,0	53,0
d Wanita	47	47,0	47,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

### Universitas

	Frequ ency	Perce nt	Valid Percent	Cumulat ive Percent
Val APMD	8	8,0	8,0	8,0
id ASMI	2	2,0	2,0	10,0
IST AKPRIND	2	2,0	2,0	12,0



ITNY	1	1,0	1,0	13,0
Lainnya	3	3,0	3,0	16,0
PGRI				
YOGYAKAR	4	4,0	4,0	20,0
TA				
POLITEKNIK				
API	6	6,0	6,0	26,0
Sekolah Tinggi				
Pariwisata	1	1,0	1,0	27,0
Amba				
STIE IEU	4	4,0	4,0	31,0
STIE SBI	2	2,0	2,0	33,0
STIKES				
WIRA	4	4,0	4,0	37,0
HUSADA				
STP AMPTA	4	4,0	4,0	41,0
STTKD	1	1,0	1,0	42,0
UMBY	19	19,0	19,0	61,0
UNIVERSITA				
S ATMA				
JAYA	3	3,0	3,0	64,0
YOGYAKAR				
UNIVERSITA				
S RESPATI				
YOGYAKAR	1	1,0	1,0	65,0
TA				
UNRIYO	2	2,0	2,0	67,0
UPN "Veteran"				
Yogyakarta	1	1,0	1,0	68,0
USD	9	9,0	9,0	77,0

UST	23	23,0	23,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

### Agama

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Katolik	100	100,0	100,0	100,0



## RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Flores Timur Nusa Tenggara Timur pada tanggal 27 Desember dari pasangan Anwar Lamanepa dan Mardia Due Dulhi, penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara. Saat ini penulis bertempat tinggal di Desa Oringbele, Kecamatan Witihama, Kabupaten Flores Timur, Nusa Tenggara Timur. No Hp penulis : 082221423498, Alamat e-mail [bellaarmalinda12@gmail.com](mailto:bellaarmalinda12@gmail.com). Instagram: Lamanepabella. Riwayat Pendidikan SDK, SDK Witihama 2009-2010, SMP, SMPN 02 Adonara Timur 2011-2012, SMA, SMK Kesehatan Suradewa Larantuka 2014-2015, Tahun 2016 penulis menempuh pendidikan di Universitas Islam Indonesia.

