

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa  
Tidak Menggunakan Bank Syariah di Yogyakarta  
(Study Kasus Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia)**

**SKRIPSI**



Oleh :

Nama : Maulanda Hendratmoko

Nomor Mahasiswa : 08313058

Jurusan : Ilmu Ekonomi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2012**

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa  
Tidak Menggunakan Bank Syariah di Yogyakarta  
(Study Kasus Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia)

**SKRIPSI**

disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir  
guna memperoleh gelar Sarjana jenjang Strata 1

Jurusan Ilmu Ekonomi  
pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama : Maulanda Hendratmoko

Nomor Mahasiswa : 08313058

Jurusan : Ilmu Ekonomi

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2012**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“ Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain seperti dimaksud dalam buku pedoman penyusunan skripsi Program Studi Ilmu Ekonomi FE UIL. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku. ”

Yogyakarta, 20 Februari 2012

Penulis,



- Maulanda Hendratmoko

08313058

**PENGESAHAN**

**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa  
Tidak Menggunakan Bank Syariah Di Yogyakarta**

**(Studi Kasus Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia)**

**Nama : Maulanda Hendratmoko**

**Nomer Mahasiswa : 08313058**

**Program Studi : Ilmu Ekonomi**

Yogyakarta, 20 Februari 2012

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen pembimbing,



**Rokhedi Priyo Santoso, S.E., MDEc.**

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Tidak Menggunakan Bank Syariah di Yogyakarta (Studi Kasus FE UII)**

**Disusun Oleh: MAULANDA HENDRATMOKO**  
**Nomor Mahasiswa: 08313058**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**  
Pada tanggal : 19 Maret 2012

Penguji/Pemb. Skripsi : Rokhedi Priyo Santosa, SE, MIDEc .....

Penguji I : Drs. Jaka Sriyana, M.Si, Ph.D .....

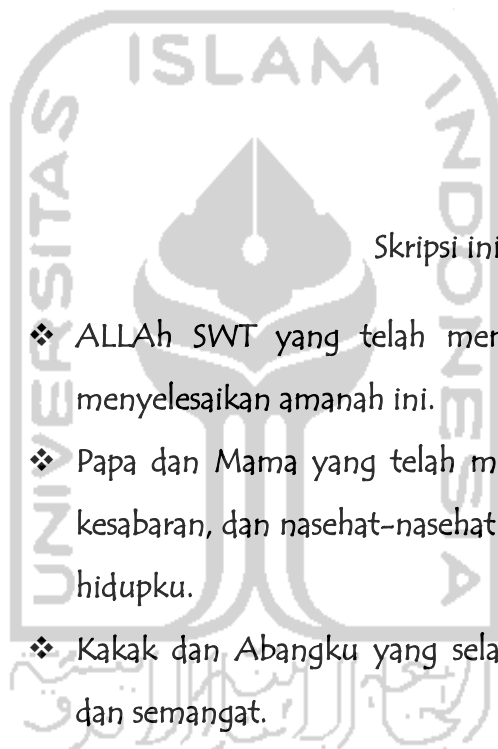
Penguji II : Drs/Priyonggo Suseno, M.Sc .....

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia



Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA

## HALAMAN PERSEMBAHAN



Skripsi ini Kupersembahkan untuk :

- ❖ ALLAh SWT yang telah memberiku kekuatan untuk menyelesaikan amanah ini.
- ❖ Papa dan Mama yang telah memberikan motivasi, doa, kesabaran, dan nasehat-nasehat yang sangat berarti dalam hidupku.
- ❖ Kakak dan Abangku yang selalu memberiku dukungan dan semangat.
- ❖ Semua keluarga dan sahabat yang selalu mendoakan dan membatuku dalam segala hal.
- ❖ Calon Pasangan Hidupku Eni yang selalu mensupport aku

## KATA PENGANTAR



*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhana Wata'ala yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa Untuk Tidak Menggunakan Bank Syariah di Yogyakarta (Study Kasus Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia)”**. Tak lupa pula shalawat dan salam penulis tujukan kepada Nabi besar hingga akhir zaman Rasulullah Muhammad SAW yang telah berjuang membawa umat manusia kepada fitrah yang benar dan jalan yang lurus.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan yang penulis miliki, karenanya penulis mengucapkan terima kasih untuk saran dan kritik yang penulis telah terima maupun yang akan diterima. Penulis juga menyadari bahwasanya penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Yth. Bapak Drs. Suharto, M.Si, selaku Ka-Prodi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

2. Yth. Bapak Rokhedi Priyo Santoso S.E., MIDEc. selaku Dosen Pembimbing Skripsi di tengah kesibukannya dengan sabar dan penuh perhatian membimbing serta memberikan dukungan moril sehingga skripsi ini selesai.
3. Yth. Bapak Drs. Jaka Sriyana, M.Si, Ph.D dan Bapak Drs. Priyonggo Suseno, M.Sc selaku dosen penguji yang memberikan banyak masukan.
4. Kedua Orang Tuaku yang telah memberikan kasih sayang, doa, dorongan, perhatian, kritik baik bersifat moril maupun materil sehingga penulis dapat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia
5. Untuk kakak dan abangku (mbak meta dan bang iwen) yang merupakan sponsor utama dalam membantu perkuliahan, sehingga saya bisa mendapatkan gelar sarjana.
6. Seluruh staf dan karyawan Ekonomi Universitas Islam Indonesia, khususnya pak anjar yang slalu memberikan informasi di kajur..
7. Untuk teman-teman IE yang telah mendukung dan saling mendukung terutama Aris, Bara, Eros, Budi dan lain-lain yang tidak bisa disebutin satu per satu,.
8. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner saya.



9. Buat teman-teman KKN unit 90 (putu, habibie, mbah aziz, tia, wahyu, amel dan eli) yang penuh dengan semangat gombal.. :D
10. Semua keluarga besarku dimanapun berada.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak dalam proses menerapkan ilmu yang penulis dapatkan di bangku kuliah.

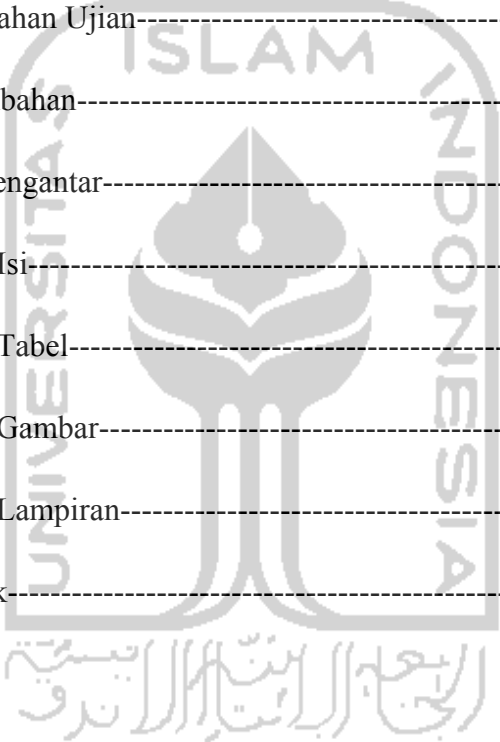
*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Yogyakarta, 20 Maret 2012

PENULIS



## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul -----	i
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme-----	ii
Halaman Pengesahan Skripsi-----	iii
Halaman Pengesahan Ujian-----	iv
Halaman Persembahan-----	v
Halaman Kata Pengantar-----	vi
Halaman Daftar Isi-----	ix
Halaman Daftar Tabel-----	xiii
Halaman Daftar Gambar-----	xiv
Halaman Daftar Lampiran-----	xv
Halaman Abstrak-----	xvi
	
BAB I PENDAHULUAN-----	1
1.1. Latar Belakang-----	1
1.2. Rumusan Masalah-----	6
1.3. Tujuan Penelitian-----	7
1.4. Manfaat Penelitian-----	7
1.5. Sistematika Penulisan-----	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI-----	10
2.1. Kajian Pustaka-----	10
2.2. Landasan Teori-----	18
2.2.1. Arti dan Fungsi Perbankan-----	18
2.2.2.. Fungsi dan Peran Bank-----	21
2.2.3. Konsep Perbankan Syariah-----	26
2.2.4. Landasan Teori Perbankan Syariah-----	27
2.2.5. Perilaku Konsumen-----	28
2.2.5.1. Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen-----	29
2.2.6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen-----	30
2.2.6.1. Pengaruh Situasional Konsumen-----	32
2.2.6.2. Respon Konsumen terhadap Stimulus Eksternal-----	34
2.2.7. Segmentasi Pasar-----	33
2.2.8. Teori Pilihan Konsumen-----	35
2.2.8.1. Kepribadian dan Perilaku Konsumen Muslim-----	37
2.2.8.2. Permintaan Konsumen Muslim-----	38
2.2.9. Teori Investasi Islam-----	39
2.3. Hipotesis-----	41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN-----	42
3.1. Jenis Data-----	42
3.1.1. Data Primer-----	42
3.1.2. Data Sekunder-----	42
3.2. Populasi dan Sampel-----	43
3.2.1 Populasi-----	43
3.2.2. Sampel-----	43
3.3. Variabel Penelitian-----	44
3.3.1. Variabel Independen-----	44
3.3.2. Variabel Dependen-----	47
3.4. Metode Pengumpulan Data-----	47
3.5 Metode Pengukuran Data-----	48
3.6. Metode Analisis Data-----	49
3.6.1. Metode Kuantitatif-----	49
3.6.2. Metode Kualitatif-----	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN-----	54
4.1 Karakteristik Responden-----	54
4.1.1. Distribusi Menurut Jenis Kelamin-----	54
4.1.2. Distribusi Menurut Tingkat Angkatan-----	55
4.1.3. Distibusi Menurut Asal Daerah-----	56
4.1.4. Distribusi Menurut Penggunaan Bank Syariah-----	57

4.2. Analisis Deskriptif-----	58
4.3. Hasil Regresi -----	61
4.3.1. Uji Simultan (LR-stat)-----	63
4.3.2. Uji Parsial-----	63
4.4. Pembahasan-----	67
BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI-----	72
5.1. Simpulan-----	72
5.2. Implikasi-----	73
Daftar Pustaka-----	75



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Ringkasan Kajian Pustaka-----	14
4.1. Responden Menurut Jenis Kelamin-----	55
4.2. Responden Menurut Tingkat Angkatan-----	56
4.3. Responden Menurut Asal Daerah-----	57
4.4. Responden Menurut Penggunaan Bank Syariah-----	58
4.5. Keputusan Mahasiswa Untuk Tidak menggunakan Bank Syariah-----	59



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1. Perkembangan Bank Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta-----	3
2.1. Model Perilaku Pembeli-----	29
2.2. Proses Pemilihan Toko-----	34
3.1. Sampel Penyebaran Kuisoner-----	44



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
I. Rekap Data Kuisisioner-----	78
II. Data Variabel Penelitian-----	84
III. Estimasi Regresi Logit-----	86
IV. Categorical Regressor Statistic-----	87
V. Kuisisioner-----	88





## ABSTRAKSI

Perkembangan perbankan syariah mengalami peningkatan walaupun belum mencapai target seperti perbankan konvensional. Di Kota Yogyakarta perbankan syariah mengalami peningkatan yang melambat hal ini disebabkan karena perbankan syariah belum tersosialisasi secara luas dan terbatas di tempat-tempat yang sulit dijangkau oleh masyarakat. Berbeda dengan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, yang sudah tentu sedikit banyak mengetahui tentang bank syariah namun masih sedikitnya mahasiswa yang menggunakan bank syariah serta masih tergantungnya mahasiswa terhadap bank konvensional. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan oleh beberapa faktor yang dapat mempengaruhi mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah. Faktor-faktor tersebut antara lain religiusitas, tingkat bagi hasil, fasilitas dan layanan yang diberikan bank syariah, hadiah dan lokasi bank syariah.

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan kualitatif, dengan analisis tersebut akan memperoleh hasil yang sesuai dengan yang diinginkan yaitu seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Metode Logit yang pengolahannya menggunakan program eviews 5.

Dari hasil analisis yang dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa secara parsial atau individu hanya variabel fasilitas dan layanan dan lokasi bank syariah yang mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah, sedangkan untuk variabel religiusitas, tingkat bagi hasil, dan hadiah tidak mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah di Yogyakarta. Walaupun mahasiswa Fakultas Ekonomi telah mendapatkan pendidikan tentang Bank syariah, mahasiswa termasuk dalam konsumen yang rasional yang mempertimbangan secara rasional mengenai fasilitas dan layanan yang diberikan bank syariah serta kedekatan lokasi yang dapat mendukung kelancaran transaksi dalam perbankan.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin maju dan terjadi sangat cepat, akan stabil bila diikuti dengan perkembangan ekonomi yang maju pula dan sesuai dengan perkembangan teknologi. Salah satu bentuk perkembangan ekonomi di Indonesia adalah dengan banyaknya bank-bank yang berdiri di Indonesia. Dengan banyaknya bank maka semakin banyak pilihan tempat bagi masyarakat untuk menyimpan uang mereka pada bank-bank tersebut. Tentu saja yang sesuai dengan karakter masyarakat sebagai nasabah tersebut. Namun pada umumnya bank-bank yang berada di Indonesia saat ini adalah bersifat Konvensional. Disini perbedaan yang mencolok antara bank Konvensional dengan bank syariah adalah pada teknik bagi hasil dan bunga. Pada bank syariah tidak mengenal bunga, tetapi menggunakan bagi hasil. Sedangkan pada bank konvensional menggunakan bunga. Dalam perkembangannya, bank Islam memberikan beberapa jenis pelayanan dana dalam berbagai sektor kepada masyarakat sebagai nasabah dalam bentuk ekonomi. Dengan sistem bagi hasil tersebut merupakan alat yang tepat untuk melaksanakan strategi jangka panjang karena baik nasabah maupun pengelola (disini adalah bank Islam) sama-sama mendapat untung.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi syariah. Bank muamalat sebagai bank

syariah pertama dan menjadi pioneer bagi bank syariah lainnya telah lebih dahulu menerapkan system ini ditengah menjamurnya bank-bank konvensional. Krisis moneter yang terjadi pada tahun 1998 telah menenggelamkan bank-bank konvensional dan banyak yang dilikuidasi karena kegagalan sistem bunganya. Sementara perbankan yang menerapkan system syariah dapat tetap eksis dan mampu bertahan.

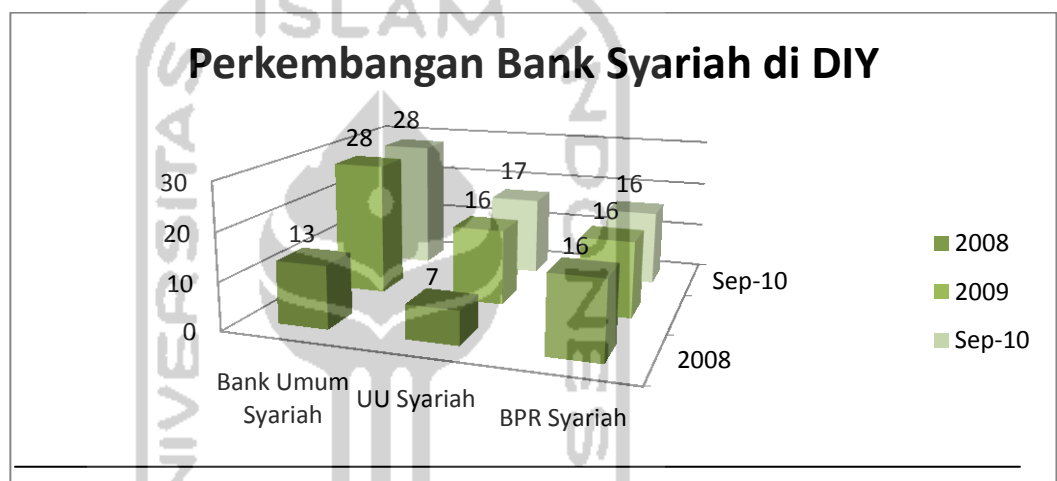
Tidak hanya itu, di tengah-tengah krisis keuangan global yang melanda dunia pada penghujung akhir tahun 2008, lembaga keuangan syariah kembali membuktikan daya tahannya dari terpaan krisis. Lembaga-lembaga keuangan syariah tetap stabil dan memberikan keuntungan, kenyamanan serta keamanan bagi para pemegang sahamnya, pemegang surat berharga, peminjam dan para penyimpan dana di bank-bank syariah. Hal ini dapat dibuktikan dari keberhasilan bank Muamalat melewati krisis yang terjadi pada tahun 1998 dengan menunjukkan kinerja yang semakin meningkat dan tidak menerima sepeser pun bantuan dari pemerintah dan pada krisis keuangan tahun 2008, bank Muamalat bahkan mampu memperoleh laba Rp. 300 miliar lebih.

Langkah strategis pengembangan perbankan syariah yang telah di upayakan adalah pemberian izin kepada bank umum konvensional untuk membuka kantor cabang Unit Usaha Syariah (UUS) atau konversi sebuah bank konvensional menjadi bank syariah. Langkah strategis ini merupakan respon dan inisiatif Sejak diberlakukannya UU No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan yang telah dirubah dalam UU No. 10 tahun 1998, UU No. 23 tahun 1999 dan UU No. 9 tahun 2004 tentang Bank Indonesia, perkembangan sistem

keuangan syariah semakin kuat dengan ditetapkannya dasar-dasar hukum operasionalnya dan memberikan peluang lebih besar bagi pengembangan bank syariah. Dapat dilihat grafik perkembangan sistem keuangan syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai berikut :

**Gambar 1.1**

**Perkembangan Bank Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta**



Sumber : Statistik Ekonomi Keuangan Daerah DIY-Bank Indonesia (Berdasarkan Kepemilikan)

Dari data yang ada perkembangan bank syariah tiap tahun mengalami perkembangan dari segi kuantitas. Bank syariah mendapatkan respon yang baik di Daerah Istimewa Yogyakarta dan menjawab keinginan masyarakat muslim untuk tidak tergantung kepada bank konvensional, walaupun ketergantungan tersebut masih terjadi hingga sekarang.

Dilihat dari grafik mengenai bank syariah terlihat bahwa jumlah Bank Umum Syariah terdapat 13 unit, Unit Usaha Syariah sejumlah 7 unit, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sebanyak 16 unit pada tahun 2008. Perkembangan bank syariah terlihat dari pada tahun 2009 yaitu terdapat

kenaikan jumlah Bank Umum Syariah mencapai 28 unit, sedangkan Unit Usaha Syariah mengalami kenaikan dua kali lipat pada tahun sebelumnya sejumlah 16 unit. Jumlah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah tidak mengalami perubahan dari segi kuantitas yaitu sebanyak 16 unit. Perubahan perkembangan bank syariah hingga September 2010 terlihat dari jumlah Bank Umum Syariah tetap berapa pada jumlah 28 unit sama dengan tahun 2009, sedangkan Unit Usaha Syariah mengalami kenaikan menjadi 17 unit, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah tidak mengalami perubahan dari tahun 2009 hingga September 2010 masih tetap sebanyak 8 unit

Di sisi lain, di tengah-tengah perkembangan perbankan syariah begitu pesat terdapat persepsi yang berbeda oleh pandangan masyarakat terhadap perbankan syariah. Meskipun mayoritas penduduk Indonesia adalah kaum muslimin, tetapi pengembangan produk syari'ah belum berkembang sebagaimana halnya bank konvensional. Upaya pengembangan bank syari'ah tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek-aspek legal dan peraturan perundang-undangan tetapi juga harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa (konsumen) lembaga perbankan. Keberadaan bank (konvensional dan syari'ah) secara umum memiliki fungsi strategis sebagai lembaga intermediasi dan memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, namun karakteristik dari kedua tipe bank (konvensional dan syari'ah) dapat mempengaruhi perilaku calon nasabah dalam menentukan preferensi mereka terhadap pemilihan antara kedua tipe bank tersebut. Lebih lanjut, perilaku nasabah terhadap produk perbankan (bank konvensional dan

bank syariah) dapat dipengaruhi oleh sikap dan persepsi masyarakat terhadap karakteristik perbankan itu sendiri.

Sebelumnya telah dilakukan penelitian oleh Saraswati (2011) dengan judul penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat muslim untuk tidak memilih perbankan syariah di kota Yogyakarta. Hasilnya menyimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi masyarakat muslim untuk tidak memilih bank syariah dipengaruhi oleh fasilitas dan layanan dan lokasi daripada tingkat bagi hasil, hadiah, dan tingkat religiusitas. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat muslim kota Yogyakarta merupakan konsumen yang rasional yang mempertimbangkan secara rasional mengenai fasilitas yang diberikan dan layanan yang cepat dan tepat serta didukung lokasi yang dapat dijangkau.

Pada kali saya tertarik untuk melakukan penelitian yang sama, namun berbeda objeknya dan waktunya. Peneliti ingin meneliti mahasiswa Universitas Islam Indonesia (Fakultas Ekonomi pada khususnya), dimana semua mahasiswa yang merupakan agama Islam dan sudah tentu sedikit banyak mengetahui perbankan syariah. Dari latar belakang inilah maka penulis menyusun skripsi ini dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Tidak Menggunakan Bank Syariah di Yogyakarta (Study Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia)”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah tingkat religius mahasiswa mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk menggunakan atau tidak menggunakan jasa-jasa perbankan syariah?
2. Apakah tingkat bagi hasil akan mempengaruhi mahasiswa untuk menggunakan atau tidak menggunakan jasa-jasa perbankan syariah?
3. Apakah fasilitas dan Pelayanan akan mempengaruhi mahasiswa untuk menggunakan atau tidak menggunakan jasa-jasa perbankan syariah?
4. Apakah Lokasi bank mempengaruhi mahasiswa untuk menggunakan atau tidak menggunakan jasa-jasa perbankan syariah?
5. Apakah Hadiah mempengaruhi mahasiswa untuk menggunakan atau tidak menggunakan jasa-jasa perbankan syariah?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh religius mahasiswa terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan atau tidak menggunakan jasa-jasa perbankan syariah
2. Untuk mengetahui pengaruh tingkat bagi hasil terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan atau tidak menggunakan jasa-jasa perbankan syariah

3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan atau tidak menggunakan jasa-jasa perbankan syariah
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi bank terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan atau tidak menggunakan jasa-jasa perbankan syariah
5. Untuk mengetahui pengaruh hadiah dari bank terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan atau tidak menggunakan jasa-jasa perbankan syariah

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia dalam menggunakan atau tidak menggunakan jasa-jasa perbankan syariah
2. Dapat mengetahui alasan-alasan yang mempengaruhi mahasiswa Fakultas Ekonomu Universitas Islam Indonesia tidak menggunakan jasa-jasa perbankan syariah
3. Dapat dijadikan sebagai "informasi dan bahan pertimbangan bagi manajemen bank dalam pengembangan dan memajukan pengelolaan bank syariah agar dapat lebih kompetitif dengan bank konvensional
4. Agar dapat berguna untuk sebagai bahan pertimbangan dan informasi bagi peneliti lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Di sisi lain, penelitian ini dapat menambah wawasan dan kepustakaan bagi pihak-pihak yang berkepentingan



## **1.5 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Unsur-unsur pokok yang harus dimuat dalam bab pendahuluan adalah Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA, LANDASAN TEORI, HIPOTESIS**

Kajian pustaka berisi pendokumentasian dan pengkajian hasil dari penelitian-penelitian yang pernah dilakukan pada area yang sama.

Landasan teori yang digunakan untuk mendekati permasalahan yang akan diteliti. Landasan teori merupakan bagaimana cara peneliti menteorikan hubungan antar variabel yang terlihat dalam permasalahan yang akan diangkat pada penelitian tersebut

Hipotesis merupakan dugaan atau suatu kesimpulan awal dan masih bersifat sementara yang dibuktikan kebenarannya setelah data lapangan (empiris) dapat diperoleh.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan tentang jenis-jenis data yang diperlukan dan cara pengumpulan datanya, definisi operasional variabel dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan hasil-hasil dari analisis data yang telah diperoleh dan menjelaskan mengenai hasil perhitungan statistik dari hubungan masing-masing variabel termasuk dengan pengujian hipotesisnya

## **BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI**

Simpulan berisi tentang simpulan dan saran.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA, LANDASAN TEORI, DAN HIPOTESIS

#### 2.1 Kajian Pustaka

Rais (2008) melakukan penelitian tentang *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Untuk Tidak Menggunakan Bank Syariah: Studi di STIE Pengembangan Bisnis dan Manajemen, Jakarta*. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menggunakan model logit menunjukkan bahwa mahasiswa belum memahami tentang apa itu perbankan syariah, lebih umum apa itu ekonomi syariah, memahami keharaman bunga bank, sedangkan faktor lokasi sebenarnya hanya pengaruh dua (2) variabel yaitu variabel pengetahuan bank syariah dan keharaman bunga bank dipahami betul maka lokasi bank syariah itu tidak jadi permasalahan yang pokok, apalagi saat ini melalui *office chaneling* kondisi itu dapat diatasi.

Lestari (2006) melakukan penelitian tentang *Prefensial dan Permintaan Masyarakat terhadap Produk-produk Bank Syariah (Studi Kasus : Bank BTN Syariah dan Bank BNI syariah di Yogyakarta)*. Berdasarkan dari hasil studi dan analisis menggunakan model logit yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa popularitas, kemudahan akses bank syariah dan pelayanan, persepsi masyarakat tentang bunga, fasilitas dan pilihan produk serta pelayanan mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah,

Rachmad (2010) meneliti tentang *Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa tentang Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah di Yogyakarta (studi : UPN, UII, UGM)*. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwasanya minat menabung mahasiswa sangat tinggi, terutama mahasiswa UGM dan UII karena secara kultur, mempunyai background keagamaan yang tinggi terutama uii dan mempunyai kelompok Study Ekonomi Islam serta adanya pelajaran tentang Ekonomi Islam, sehingga pengetahuan mahasiswa dan pembayaran mahasiswa melalui Bank Syariah, sehingga secara langsung memacu minat menabung mahasiswa, sedangkan UPN minat menabung tidak setinggi UII dan UGM, dikarenakan sistem didalamnya masih memakai konvensional.

Hafeez dan Ahmed (2008) melakukan penelitian tentang *An Empirical Analysis Of the Determinants Of Bank Selection in Pakistan A Customer View* menyebutkan bahwa faktor penting bagi nasabah dalam memilih bank adalah lokasi bank yang dekat dengan tempat tinggal atau tempat kerja dan kemudahan akses yang diberikan oleh bank berupa fasilitas online serta tempat parkir yang luas. Di sisi lain, penggunaan Bahasa Inggris bukan menjadi alasan untuk pemilihan bank.

Penulis mengidentifikasi faktor utama pilihan pelanggan untuk masing-masing bank dari tiga jenis bank yaitu *private, privatized and nationalized* bank. Bank privatisasi faktor yang paling penting untuk menjadi seleksi para pelanggan bank yaitu berupa *image* bank, layanan bank, dan fasilitas perbankan online. Di samping itu fasilitas parkir yang disediakan oleh bank dan biaya diterapkan dalam mempertahankan saldo minimum. Untuk nasionalisasi bank, faktor internal

lingkungan bank yaitu bersama menjaga *image* bank maka akan tercipta lingkungan eksternal antara bank dan pelanggan yang harmonis. Untuk bank swasta layanan pelanggan yang lebih baik, adanya fasilitas online, dan bank tahu bagaimana menjaga pelanggan agar tetap memilih bank tersebut merupakan hal yang terpenting.

Rismayanti (2005) meneliti tentang “*Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Tbk Cabang Bandung*”. Dari hasil penelitian mengatakan bahwa tingkat pengetahuan nasabah mengenai atribut produk BSM masih tergolong kurang baik. Hal tersebut ditunjukkan oleh jawaban yang diberikan responden yang mengarah pada bobot penilaian kurang mengetahui terhadap variabel yang diteliti seperti pengetahuan tentang keragaman produk, kualitas produk, ketersediaan sarana dan prasarana, serta ketersediaan sarana informasi. Namun pengetahuan tentang kehandalan prinsip bagi hasil, ciri khas Islami, kemudahan prosedur pembukaan rekening dan transaksi, kredibilitas/reputasi BSM, jaminan keamanan bank sudah terbilang baik. Dari sisi pengambilan keputusan, hampir keseluruhan item dalam variabel ini menjadi faktor yang menentukan bahkan sangat menentukan keputusan menjadi nasabah. responden yaitu manfaat bank syariah yang berperan mendorong pemerataan pendapatan. Dari hasil penelitian juga didapat kecenderungan responden memilih variabel ini sebagai penentu keputusannya menjadi nasabah. Selanjutnya pengetahuan akan nilai kepuasan yang diperoleh nasabah ketika menabung pada Bank Syariah Mandiri dinilai telah baik karena mayoritas nasabah menyatakan

mengetahui item pertanyaan yang diajukan seiring dengan keputusannya menjadi nasabah ternyata sangat ditentukan oleh variabel tersebut. Pengetahuan manfaat produk Bank Syariah Mandiri secara umum telah baik berdasarkan jawaban sebagian besar nasabah yakni mengetahui akan variabel yang diteliti, hanya satu variabel yang belum cukup diketahui

Ratna (2005) meneliti tentang *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Menabung Di Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bungun Drajat Warga Yogyakarta*. Dari hasil penelitian mengatakan bahwa keyakinan seseorang akan halalnya sistem operasional yang dijalankan oleh perbankan islam, pelayanan dalam hal kepuasan nasabah mendapatkan kemudahan dari segi jarak dan lokasi / letak yang strategis dan referensi yang dalam hal ini berupa informasi yang diberikan pihak BPRS dan atau orang lain (Bukan Ustadz / Kyai) tentang kemanfaatan simpanan mudharabah dibanding simpanan lainnya sangat mempengaruhi motivasi seseorang dalam menabung di bank syariah.

Saraswati (2011) meneliti tentang *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Muslim Tidak Memilih Bank Syariah di Kota Yogyakarta*. Dimana dari hasil penelitian mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi masyarakat muslim untuk tidak memilih bank syariah dipengaruhi oleh fasilitas dan layanan dan lokasi daripada tingkat bagi hasil, hadiah, dan tingkat relijiusitas. Hali ini menunjukkan bahwa masyarkat muslim di kota Yogyakarta merupakan konsumen yang rasional yang mempertimbangkan secara rasional mengenai fasilitas yang diberikan dan layanan yang cepat dan tepat serta didukung lokasi yang dapat

dijangkau (dekat dengan tempat tinggal atau tempat kerja/kuliah) sehingga dapat menunjang kelancaran bertransaksi dalam perbankan.

Laporan penelitian Bank Indonesia dan Pusat Studi Ekonomi Islam (PSEI) Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Yogyakarta (2003) meneliti tentang *Potensi dan Pengembangan Bank Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Hasil analisis data tentang faktor penghambat terhadap bank syariah, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: faktor-faktor penyebab lambatnya pengembangan bank syariah di DIY Yogyakarta diakibatkan karena:

- a. Keterlibatan Fasilitas ATM,
- b. Kurangnya pemanfaatan Teknologi Informasi,
- c. Gedung bank syariah kurang baik,
- d. Produk yang ditawarkan kurang variatif,
- e. Lokasi bank syariah sulit dijangkau,
- f. Bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah mudah dibandingkan suku bunga
- g. Sosialisasi bank syariah keada masyarakat kurang ,
- h. Nama produk bank syariah sulit dikenal dan dihafal
- i. Bank syairah hanya untuk orang islam

**Tabel 2.1**  
**Ringkasan Kajian Pustaka**

Nama	Judul	Alat Analisis	Hasil
Rais (2008)	Faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk tidak menggunakan perbankan syariah	Model Logit	Mahasiswa belum memahami tentang perbankan syariah, keharaman bunga sehingga tidak memilih bank syariah
Lestari (2006)	Preferensi dan permintaan masyarakat terhadap produk-produk bank syariah	Model Logit	Faktor Popularitas, kemudahan akses, pelayanan, persepsi tentang bunga, fasilitas dan pilihan produk mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah
Rachma (2010)	Pengaruh pengetahuan mahasiswa tentang perbankan syariah terhadap minat menabung di perbankan syariah di Yogyakarta (Studi: UPN, UII, UGM)	Metode Kuadrat terkecil	Minat menabung mahasiswa UII dan UGM sangat tinggi dari pada UPN karena secara kultur mempunyai background keagamaan yang tinggi.
Hafeez dan Ahmed (2008)	<i>An Empirical Analysis Of the Determinants Of Bank Selection in</i>	<i>Non-probability sampling technique</i>	Terdapat tiga faktor utama pilihan pelanggan dalam memilih



	<i>Pakistan A Customer View</i>		bank yaitu fasilitas dan layanan, biaya administrasi yang ringan, tersedianya tempat parkir yang luas.
Rismayanti (2005)	Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Tbk Cabang Bandung	Regresi multiple	Faktor atribut produk, manfaat produk, serta pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah
Ratna (2005)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Menabung Di Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bungun Drajat Warga Yogyakarta	Model Logit	keyakinan seseorang akan halalnya sistem operasional, pelayanan, dari segi jarak dan lokasi / letak yang strategis dan referensi sangat mempengaruhi motivasi seseorang dalam menabung di bank syariah.
Saraswati (2011)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Muslim Tidak	Model Logit	faktor yang mempengaruhi masyarakat muslim untuk tidak memilih

	Memilih Bank Syariah di Kota Yogyakarta		bank syariah dipengaruhi oleh fasilitas dan layanan dan lokasi daripada tingkat bagi hasil, hadiah, dan tingkat relijiusitas
Laporan penelitian Bank Indonesia dan Pusat Studi Ekonomi Islam (PSEI) Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Yogyakarta (2003)	Potensi dan Pengembangan Bank Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta	Analisis Deskriptif	Faktor penyebab lambatnya bank syariah karena fasilitas dan layanan, produk kurang variatif, lokasi sulit dijangkau, bagi hasil rendah, produk sulit dihafal, dan adanya persepsi bahwa bank syariah hanya ditujukan untuk orang islam

Berdasarkan kajian pustaka diatas terlihat bahwa study tentang mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia untuk tidak menggunakan jasa bankan syariah di Yogyakarta secara kolektif belum dijumpai. Maka penulis ingin mengungkapkan alasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta tidak menggunakan jasa bankan syariah dengan melakukan pendekatan kuesioner dan didukung dengan wawancara secara langsung serta diolah menggunakan metode logit. Tujuannya ingin mengetahui seberapa besar pengaruh faktor relijiusitas, bagi hasil, fasilitas dan layanan, hadiah, dan lokasi

dapat mempengaruhi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta untuk tidak menggunakan jasa bank syariah di Yogyakarta.

## 2.2 Landasan teori

### 2.2.1 Arti dan Fungsi Perbankan

Kata bank dari kata *banque* dalam bahasa Prancis, dan dari *banco* dalam bahasa Italia, yang berarti peti atau lemari atau bangku. Kata peti atau lemari menyiratkan fungsi sebagai tempat menyimpan benda-benda berharga, seperti peti emas, peti berlian, peti uang dan sebagainya. Dalam Al-Qur'an istilah bank tidak disebutkan secara eksplisit. Tetapi jika yang dimaksud adalah sesuatu memiliki unsur-unsur seperti struktur, manajemen, fungsi, hak dan kewajiban maka semua itu disebutkan dengan jelas seperti zakat, sadaqah, ghanimah (rampasan perang), bai' (jual beli), dyan (utang dagang) maal (harta), dan sebagainya, yang memiliki fungsi yang dilaksanakan oleh peran tertentu dalam kegiatan ekonomi (sudarsono:2008).

Berdasarkan Undang-undang No.21 tahun 2008 tentang “Perubahan atas Undang-undang No. 10 tahun 1998 tentang Perbankan”, lembaga keuangan bank terdiri atas bank umum dan Bank Perkreditan Rakyat. Bank umum dan bank perkreditan rakyat dapat memilih untuk melaksanakan kegiatan usahanya atas dasar prinsip bank konvensional atau bank berdasarkan prinsip syariah.

Abdurachman dalam Ensiklopedia Ekonomi Keuangan dan Perdagangan (1993) menjelaskan bahwa bank adalah suatu jenis lembaga keuangan yang

melaksanakan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, pengawasan terhadap mata uang, bertindak sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga, membiayai usaha perusahaan-perusahaan dan lain-lain.

Reed Cotter, Gill, Smith dalam buku *Commercial Banking* (1984), mengatakan bahwa perbankan khususnya bank-bank komersil (bank umum) mempunyai beberapa fungsi, di antaranya adalah pemberian jasa-jasa yang semakin luas meliputi pelayanan dalam mekanisme pemabayaran (transfer of funds), menerima tabungan, memberikan kredit, pelayanan dalam fasilitas pembiayaan perdagangan luar negeri, menyimpan barang-barang berharga dan trust services (jasa-jasa yang diberikan dalam bentuk pengamanan pengawasan harta milik). Fungsi yang terakhir ini dilaksanakan dengan membentuk suatu trust departemen yang secara umum berfungsi sebagai berikut :

1. Bertindak sebagai pelaksana (executor) dalam pengaturan dan pengawasan harta benda/milik perorangan yang telah meninggal dunia, sepanjang orang tersebut membuat surat wasiat dan menyerahkan/mempercayakan pelaksanaannya kepada bank.
2. Trust Departement memberikan berbagai macam jasa kepada perusahaan, seperti pelaksanaan rencana-rencana pensiun dan pembagian keuntungan yang tumbuh dengan pesat akhir-akhir ini.

3. Bertindak sebagai wali dalam hubungan dengan penerbitan obligasi, dan sebagai transfer agents serta pendaftaran untuk perusahaan-perusahaan.
4. Mengurus/mengelola dana-dana yang dikumpulkan oleh pemerintah, perusahaan dari sumber (singking funds) dan kegiatan-kegiatan lain sehubungan dengan penerbitan dan penebusan-penebusan saham-saham dan obligasi.

Pada umumnya yang dimaksud dengan syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu berkaitan dengan masalah uang sebagai dagangan utamanya.

Kegiatan dan usaha bank akan selalu berkait dengan komoditas antara lain:

1. Pemindahan uang,
2. Menerima dan membayarkan kembali uang dalam rekening koran,
3. Mendiskonto surat wesel, surat order maupun surat-surat berharga lainnya,
4. Membeli dan menjual surat-surat berharga,
5. Membeli dan menjual cek wesel, surat wesel, kertas dagang,
6. Membeli kredit, dan
7. Memberi jaminan kredit.

### 2.2.2 Fungsi dan Peran Bank

Secara umum, fungsi utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat untuk berbagai tujuan atau sebagai financial intermediary. Secara lebih spesifik bank dapat berfungsi sebagai agent of trust, agent of development, dan agent of services. (Putra:2009)

Dasar utama kegiatan bank adalah kepercayaan (trust), baik dalam hal pengimpunan dana maupun penyaluran dana. Masyarakat akan menitipkan dananya di bank apabila didasari adanya unsur kepercayaan. Masyarakat percaya bahwa uangnya tidak akan disalahgunakan oleh bank, uangnya dikelola dengan baik, bank tidak akan bangkrut, dan pada saat yang dibutuhkan, bank dapat menyediakan uang itu kembali.

Pihak bank sendiri akan mau menempatkan atau menyalurkan dananya pada debitor atau masyarakat apabila dilandasi adanya unsur kepercayaan. Pihak bank percaya bahwa debitor tidak akan menyalahgunakan pinjamannya, debitor akan mengelola dana pinjaman dengan baik, debitor akan mempunyai kemampuan untuk membayar pada saat jatuh tempo, dan debitor mempunyai niat baik untuk mengembalikan pinjaman beserta kewajiban lainnya pada saat jatuh tempo.

Fungsi-fungsi bank umum yang diuraikan di bawah ini menunjukkan betapa pentingnya keberadaan bank umum dalam perekonomian modern, yaitu:

a. Penciptaan Uang

Uang yang diciptakan bank umum adalah uang giral, yaitu alat pembayaran lewat mekanisme pemindah bukuan (kliring). Kemampuan bank umum menciptakan uang giral menyebabkan posisi dan fungsinya dalam pelaksanaan kebijakan moneter. Bank sentral dapat mengurangi atau menambah jumlah uang yang beredar dengan cara mempengaruhi kemampuan bank umum menciptakan uang giral.

a. Mendukung Kelancaran Mekanisme Pembayaran

Fungsi lain dari bank umum yang juga sangat penting adalah mendukung kelancaran mekanisme pembayaran. Hal ini dimungkinkan karena salah satu jasa yang ditawarkan bank umum adalah jasa-jasa yang berkaitan dengan mekanisme pembayaran. Beberapa jasa yang amat dikenal adalah kliring, transfer, uang, penerimaan setoran-setoran, pemberian fasilitas pembayaran dengan tunai, kredit, fasilitas-fasilitas pembayaran yang mudah dan nyaman, seperti kartu plastik dan sistem pembayaran elektronik.

b. Penghimpunan Dana Simpanan Masyarakat

Dana yang paling banyak dihimpun oleh bank umum adalah dana simpanan.

Di Indonesia dana simpanan terdiri atas giro, deposito berjangka, sertifikat deppsito, tabungan dan atau bantuk lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu. Kemampuan bank umum menghimpun dana jauh lebih besar dibandingkan dengan lembaga-lembaga keuangan lainnya. Dana-dana simpanan yang berhasil dihimpun akan disalurkan kepada pihak-pihak yang membutuhkan, utamanya melalui penyaluran kredit.

c. Mendukung Kelancaran Transaksi international

Bank umum juga sangat dibutuhkan untuk memudahkan dan atau memperlancar tranksaksi internasional, baik tranksaksi barang/ jasa maupun tranksaksi modal. Kesulitan-kesulitan antara dua pihak yang berbeda negara selalu muncul karena perbedaan geografis, jarak, budaya dan sistem moneter masing-masing negara. Kehadiran bank umum yang beroperasi dalam skala internasional akan memudahkan penyelesaian transaksi-transaksi tersebut. Dengan adanya bank umum, kepentingan pihak-pihak yang melakukan transaksi internasional dapat ditangani dengan lebih mudah, cepat, dan murah

d. Penyimpanan Barang-Barang Berharga

Penyimpanan barang berharga adalah salah satu jasa yang paling awal ditawarkan oleh bank umum. Masyarakat dapat menyimpan barang-barang berharga yang dimilikinya seperti perhiasan, uang, dan ijazah dalam kotak-kotak yang sengaja disediakan oleh bank untuk disewa (safety box atau safe deposit box). Perkembangan



ekonomi yang semakin pesat menyebabkan bank memperluas jasa pelayanan dengan menyimpan sekuritas atau surat-surat berharga.

e. Pemberian Jasa-Jasa lainnya

Di Indonesia pemberian jasa-jasa lainnya oleh bank umum juga semakin banyak dan luas. Saat ini kita sudah dapat membayar listrik, telepon, membeli pulsa telepon seluler, mengirim uang melalui ATM, membayar gaji pegawai dengan menggunakan jasa-jasa bank.

Fungsi dan peran bank syariah yang diantaranya tercantum dalam pembukuan standar akuntansi oleh AAOFI (*Accounting and Auditing organization for Islamic Financial Institutional*), sebagai berikut :

1. Manajer investasi, bank syariah dapat mengelola investasi dana nasabah,
2. Investor, bank syariah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya,
3. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya.
4. Pelaksanaan kegiatan sosial, sebagai ciri yang melekat pada identitas keuangan syariah, bank islam juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan dan mendistribusikan) zakat serta dana-dana sosial lainnya.

Sistem Perbankan islam, seperti hanya aspek-aspek lain dari pandangan hidup islam merupakan saran pendukung untuk mewujudkan tujuan dari sistem sistem perbankan islam (capra:2000) adalah :

1. Kemakmuran ekonomi yang meluas dengan tingkat kerja yang penuh dan tingkat pertumbuhan ekonomi yang optimum (*economic well-being with full employment and potimum rate of economic growth*).
2. Keadilan sosial-ekonomi justice and equitable distribution of income and wealth).
3. Stabilitas nilai uang untuk memungkinkann alat tukar tersebut menjadi suatu unit perhitungan yang terpercaya, standar pembayaran yang adil dan nilai simpan yang stabil (*stability in the value of money*).
4. Mobilisasi dan investasi tabungan bagi pembangunan ekonomi dengan cara-cara tertentu yang menjamin bahwa pihak-pihak yang berkepentingan mendapatkan bagian pengembalian yang adil (*mobilisation of savings*).
5. Pelayanan efektif atas semua jasa-jasa yang biasanya diharapkan dari sistem perbankan (*effective other service*).

Mungkin ada sebagian pihak yang mengatakan bahwa tujuan dan fungsi dari sistem keuangan dan perbankan islam seperti yang di ungkapkan di atas adalah sama dengan ada dalam kapitalisme. Walaupun nampak ada kesamaan, dalam kenyataannya terdapat perbedaan yang penting dalam hal penekanan, yang

muncul dari perbedaan dua sistem tersebut dalam komitmennya terhadap nilai-spiritual, keadilan sosial ekonomi serta dalam persaudaraan sesama manusia (Capra: 2000).

### 2.2.3 Konsep Perbankan Syariah

Perbankan syariah adalah perbankan yang berlandaskan kepada Al-Qur'an dan Al-Hadits dalam menjalankan kegiatan usahanya. Sistem perbankan syariah mengharamkan transaksi yang mengandung riba, gharar, dan masyir. Dalam konteks perbankan nasional Indonesia, *islamic Banking* diistilahkan dengan Bank Umum atau Bank Perkreditan Rakyat yang pembiayaannya berdasarkan pada prinsip-prinsip islam.

Prinsip islam dalam konteks tersebut adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau lainnya yang dinyatakan sesuai dengan islam, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (*mudharabah*), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (*musyarakah*), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan (*murabahah*), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (*ijarah*), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (*ijarah wa iqtina*).

#### 2.2.4 Landasan Operasional Perbank Syariah:

Landasan operasional perbankan syariah :

- a. Tidak membenarkan transaksi spekulatif, jual beli atas suatu barang yang dibeli (*gharar*) dan jual beli yang mengandung unsur riba.
- b. Dalam berinteraksi dengan nasabah, bank syariah memosisikan diri sebagai mitra investor dan pedagang, bukan dalam hubungan lender dan borrower sebagaimana yang berlaku pada bank konvensional.
- c. Akad transaksi yang sudah disepakati dengan nasabah tidak akan mengalami perubahan sampai dengan berakhirnya walaupun terjadi gejolak moneter.

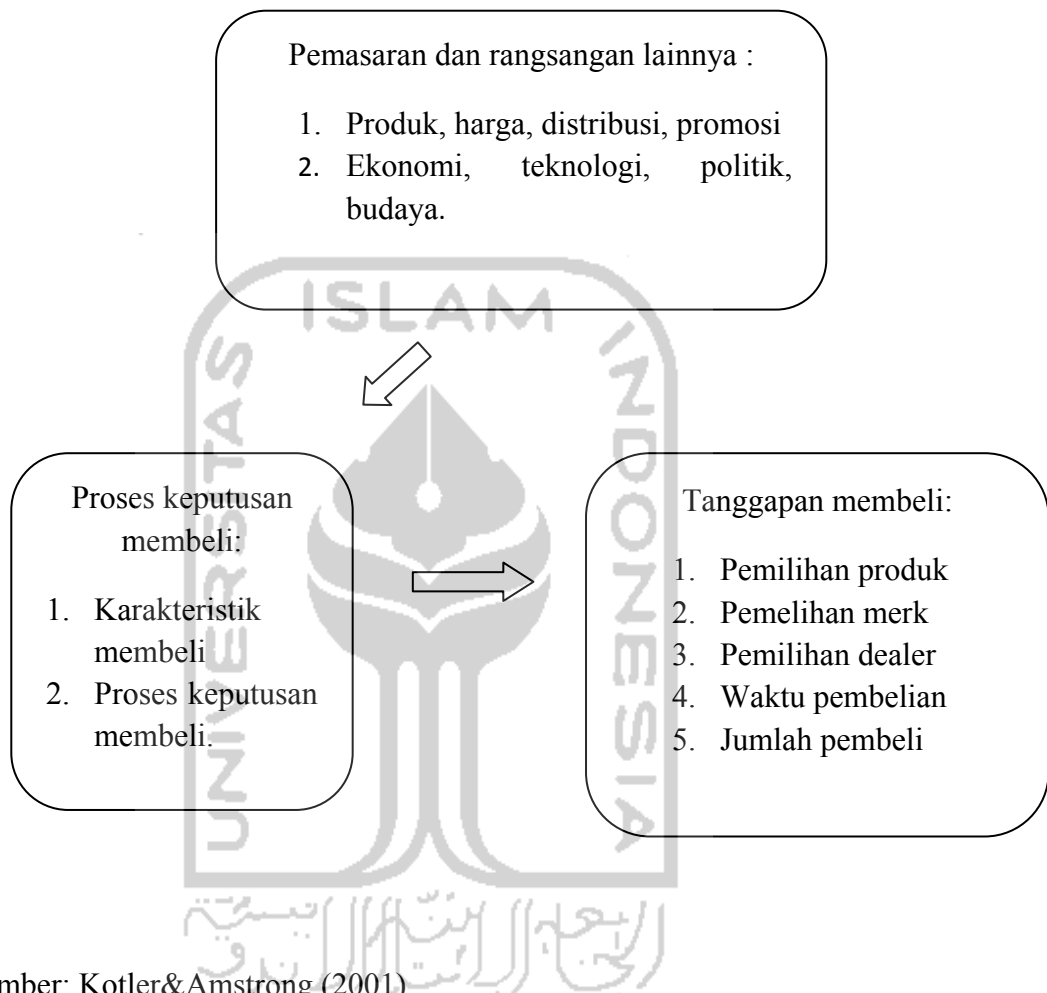
#### 2.2.5 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan studi yang relatif baru pada pertengahan sampai akhir tahun 1960-an, karena ilmu ini tidak mempunyai sejarah atau badan risetnya sendiri, para pakar teori pemasaran banyak meminjam berbagai konsep yang dikembangkan di berbagai disiplin ilmu pengetahuan lain, seperti psikologi sosial (studi mengenai cara individu beroperasi dalam kelompok), antropologi (pengaruh masyarakat pada individu), dan ilmu ekonomi dalam rangka membentuk dasar disiplin ilmu pemasaran yang baru. Perilaku konsumen dapat dikatakan sebagai semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi. Sehingga dalam konsep pemasaran teori perilaku

konsumen pada hakikatnya untuk memahami “*why do consumers do what they need*”.

Dalam konteks dimisalkan dalam suatu penelitian, pemahaman tentang perilaku konsumen (mahasiswa) dalam memilih program studi dapat dijelaskan dengan menggunakan model stimulus response. Setiap mahasiswa menentukan keputusan mengambil kuliah pada ekonomi islam pada universitas XYZ diantara berbagai alternatif pilihan perguruan tinggi yang ada. Stimulus/rangsangan pemasaran yang terdiri dari 4 P: produk, harga, tempat, dan promosi serta rangsangan lainnya (ekonomi, teknologi, politik dan budaya) masuk melalui kesadaran mahasiswa “blackbox” dan menghasilkan tanggapan tertentu. Karakter mahasiswa dan proses pengambilan keputusan mendorong kearah perilaku mereka dalam memilih perguruan tinggi. Di tahapan inilah sebenarnya proses yang paling menentukan itu terjadi dimana mahasiswa berupaya untuk memutuskan membeli atau tidaknya suatu produk jasa (pendidikan) pada perguruan tinggi. Berdasarkan model *stimulus response*, perilaku seorang konsumen dalam hal ini mahasiswa dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi dan faktor psikologis.

Demikian pula bagi seorang nasabah yang mencerminkan perilaku konsumen dalam memilih produk perbankan yang mempertimbangkan 4 P produk, harga, tempat dan promosi dan rangsangan lainnya (ekonomi, teknologi, politik dan budaya).

**Gambar 2.1****Model Perilaku Pembeli**

Sumber: Kotler&Amstrong (2001)

**2.2.5.1 Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen**

Teori awal mengenai mengenai perilaku konsumen didasarkan pada teori ekonomi, dengan pendapat bahwa individu bertindak secara rasional untuk memaksimalkan keuntungan mereka dengan membeli barang atau jasa. Namun penelitian belakangan menemukan para konsumen mungkin sekali membeli secara impulsif dan dipengaruhi oleh keluarga dan teman-teman, oleh berbagai pemasang iklan dan model peran, tetapi juga oleh suasana hati, keadaan, dan

emosi (Schiffman&Kanuk 2008). Menurut Kotler&Amstrong (2001), pembelian konsumen dalam arti luas; barang dan jasa secara kuat dipengaruhi oleh karakter budaya, sosial, dan psikologis. Pada umumnya, orang pemasaran tidak dapat mengendalikan faktor-faktor semacam itu, tetapi mereka harus memperhitungkannya.

### 2.2.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen (Mowen dan Michael: 2002) sebagai berikut:

#### a. **Faktor Budaya**

Budaya adalah faktor mendasar dalam pembentukan norma-norma yang dimiliki seseorang yang kemudian membentuk atau mendorong keinginan dan perilakunya menjadi seseorang konsumen. Budaya meliputi hal-hal yang dipelajari dari keluarga, tetangga, teman, guru, dan tokoh-tokoh masyarakat yang meliputi:

- 1) Nilai-nilai adalah norma yang di anut masyarakat.
- 2) Persepsi adalah cara pandang sesuatu.
- 3) Preferensi adalah rasa lebih suka pada sesuatu dibandingkan dengan yang lainnya.
- 4) *Behavior* (tindak tanduk).

Faktor-faktor budaya memberikan pengaruh paling luas pada keinginan dan perilaku konsumen. Divisi pemasaran termasuk *public relation* pada perguruan tinggi contohnya perlu memahami peranan dari budaya, subbudaya; meliputi kewarganegaraan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis. Banyak sub kebudayaan yang membentuk segmen pasar penting, dan orang pemasaran seringkali merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Dalam pemilihan perguruan tinggi misalnya, konsumen muslim memiliki pertimbangan berdasar nilai-nilai yang berasal dari agama yang diyakininya (nilai keislaman). Dengan demikian, pihak pemasar dari institusi tersebut harus memiliki perbedaan pendekatan dalam melayani segmen pasar yang berbeda.

#### **b. Faktor Sosial**

Anggota keluarga dapat sangat mempengaruhi perilaku pembeli. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen paling penting dalam masyarakat, dan pengaruh tersebut telah diteliti secara ekstensif.

- 1) Faktor pembeli. Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur pembeli dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri.
- 2) *Reference group* adalah kelompok yang mempengaruhi anggotanya dalam membuat keputusan pembelian sesuatu barang dan jasa meskipun ada pengecualian pada sebagian orang.



### c. Faktor teknologi

- 1) Transportasi pribadi, mobil dan motor bertambah dari tahun ke tahun berikut kecanggihannya yang bertambah dari tahun ke tahun.
- 2) *Audio visual*, telah menjadi produk pemikat perorangan sejak puluhan tahun lalu, baik untuk dinikmati oleh diri sendiri maupun untuk keluarga.
- 3) Internet dan seluler kemajuan komputer pribadi, telepon selular meningkatkan pasar *hardware*.

### d. Faktor-Faktor Psikologis

Pilihan-pilihan seseorang dalam membeli dipengaruhi oleh empat faktor psikologi yang penting: motivasi, persepsi, pengetahuan dan keyakinan serta sikap

#### 2.2.6.1 Pengaruh Situasional Konsumen

Menurut Mowen dan Michael (2002) dalam buku *Perilaku Konsumen* mengungkapkan situasi konsumen (*consumer situations*) terdiri dari faktor lingkungan sementara yang membentuk konteks dalam suatu kegiatan konsumen, yang terjadi pada tempat dan waktu tertentu. Jadi situasi konsumen terdiri atas faktor-faktor : (1). Melibatkan tempat dan waktu dimana kegiatan konsumen terjadi, (2). Menjelaskan mengapa tindakan terjadi, dan (3). Mempengaruhi perilaku konsumen. Situasi konsumen merupakan peristiwa yang relatif jangka pendek dan harus dibedakan dari faktor lingkungan jangka panjang seperti

pegaruh kebudayaan serta faktor perorangan yang mempunyai kualitas yang lebih tahan lama, seperti kepribadian individual. Lima jenis situasi konsumen ;

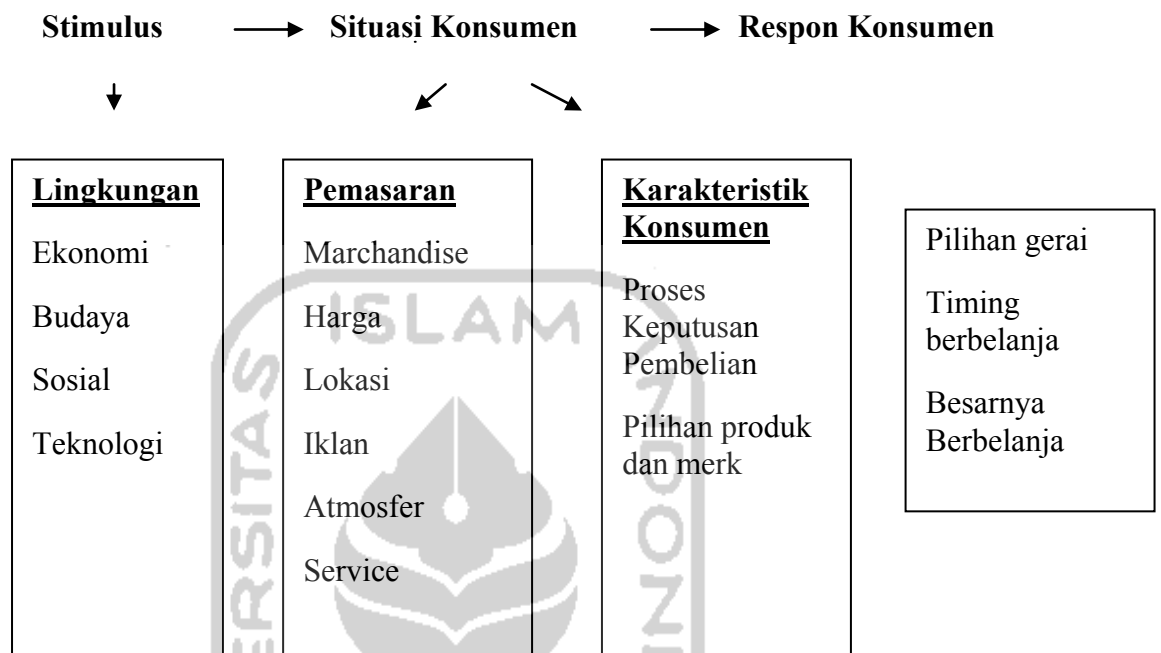
1. Lingkungan fisik : aspek fisik dan tempat yang konkrit dari lingkungan mencakup suatu kegiatan konsumen.
2. Lingkungan sosial : pengaruh orang lain terhadap konsumen dalam suatu kegiatan konsumen.
3. Waktu : pengaruh kehadiran atau ketidakhadiran pada saat konsumen melakukan aktivitas/kegiatan.
4. Definisi tugas : alasan saat konsumen membutuhkan untuk membeli atau mengkonsumsi sebuah produk atau jasa.
5. Keadaan terdahulu : situasi psikologi sementara dan suasana hati yang konsumen bawa pada kegiatan konsumsi.

#### **2.2.6.2 Respon Konsumen terhadap Stimulus Eksternal**

Perilaku konsumen pada akhirnya terlihat pada saat mereka memilih produk dan merk. Tidak saja terhadap produk dan merk, mereka juga memilih gerai mana yang mereka kunjungi, kapan mereka berbelanja, dan berapa besarnya belanja mereka. Ini terjadi pada proses keputusan membeli *stimulus eksternal*.

Gambar 2.2

### Proses Pemilihan (Philip Kotler, 1997:153)



Bagan diatas sangat berkaitan dengan proses pemilihan tempat mana yang akan dikunjungi konsumen dengan berbagai pertimbangan diatas.

#### 2.2.7 Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar merupakan proses membagi pasar kedalam kelompok pelanggan yang potensial dengan kebutuhan yang sama dan atau karakteristik yang tampaknya akan memperlihatkan perilaku pembelian yang sama. Lupiyoadi menyatakan bahwa pendekatan segmentasi dibagi menjadi dua yaitu (Wijaya :2009):

- a. Berdasarkan karekteristik konsumen yang meliputi demografi dan sosioekonomi, psikomotorik dan geografik,

- b. Berdasarkan respon konsumen, yang terdiri atas aktor-faktor : *benefit, usage, promotional respon, loyalty, dan service.*

Dalam segmentasi pasar untuk barang konsumsi, dapat digunakan empat golongan variabel, sebagai berikut :

1. Segmentasi geografis : mensegmentasikan pasar menjadi unit-unit geografis yang berbeda, seperti Negara, wilayah, propinsi, kota dan RT.
2. Segmentasi demografi : mensegmentasikan pasar atas dasar umur, jenis kelamin, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras dan kewarganegaraan. Variabel-variabel merupakan dasar paling populer untuk membedakan kelompok-kelompok pelanggan. Satu alasan adalah bahwa keinginan, preferansi dan tingkat pemakaian konsumen sering sangat berhubungan dengan variabel-variabel demografi lebih mudah diukur daripada sebageaian besar variabel.
3. Psikografi : mensegmentasi pasar atas dasar kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadian.
4. Perilaku : mensegmentasi pasar atas dasar peristiwa (kesempatan penggunaan), manfaat yang dicari, tingkat pemakaian, status kesetiaan, tahap kesiapan, dan sikap terhadap produk.

#### **2.2.8 Teori Pilihan Konsumen Muslim**

Konsumen dikenal mempunyai preferensi yang partikular dalam arti bahwa mereka tidak bisa sebarang mengkonsumsi suatu barang. Hal ini tidak bisa dilepaskan dari tujuan hidup seorang muslim yang menginginkan mencapai *falah*:

kesejahteraan dunia dan akhirat. Kesejahteraan duniawi saja tidak cukup jika hal ini bersifat *tradeoff* terhadap kesejahteraan ukhrawi.

*Falah* ini dirasa masih merupakan sesuatu yang bersifat konseptual. Dalam kaitan ini Misanam (2004) berusaha untuk menjadikan *falah* sebagai tujuan hidup muslim menjadi suatu yang lebih operasional dalam arti bisa menjadi suatu yang bisa dianalisis. Untuk tujuan ini maka Misanam berusaha mengaitkan *falah* dengan *masalahah*. *Maslahah* dipandang sebagai transformasi monotonik dari *falah*, artinya, semakin besar *masalahah* yang diperoleh seorang agen dari suatu kegiatan maka semakin dekat kegiatan tersebut mendekati agen tersebut kepada *falah*, begitu juga sebaliknya. Misanam lebih jauh memformulasikan bahwa *masalahah* dari suatu kegiatan bisa diperoleh jika kegiatan tersebut bisa menghadirkan berkah. Suatu kegiatan yang tidak menghadirkan berkah dipastikan tidak ada *masalahahnya*. Sementara berkah hanya bisa didapat jikalau kegiatan yang bersangkutan bisa menghasilkan kebaikan baik untuk diri sendiri maupun untuk orang lain. Indikator dari adanya kebaikan ini adalah jika suatu perbuatan bisa menghasilkan pahala atau tidak. Suatu kegiatan yang tidak menghasilkan pahala dan justru menghasilkan dosa bisa dianggap sebagai memperoleh pahala negatif. Karenanya berkah yang diperolehpun juga negatif. Kalau hal ini terjadi maka *masalahahnya* pun menjadi negatif yang justru menjadi mafsadah yang menjauhkan agen yang bersangkutan dari tujuan hidup: *falah*.

Ekspresi *masalahah* yang mana setiap konsumen muslim, yang *aware* kepada *masalahah*, akan selalu berusaha untuk memaksimumkannya. Adapun dalam usaha memaksimumkan *masalahah* tersebut konsumen menghadapi kendala-kendala:

kendala pendapatan, kendala tuntutan berkah, kendala untuk tidak *israf* (berlebih-lebihan) dalam mengkonsumsi barang/jasa. Dalam hal ini diasumsikan bahwa konsumen masih berada dalam domain tidak *israf* sehingga hanya kendala pertama dan kedua saja yang menjadi perhatian dalam tulisannya. Dari ekspresi-ekspresi diatas bisa diketahui hal-hal sebagai berikut: Permintaan barang akan meningkat jika jumlah kandungan berkah yang ada dalam barang tersebut meningkat.

1. Permintaan atas barang tersebut akan turun jika kandungan berkah yang ada tetap sementara kandungan berkah pada barang yang lain meningkat.
2. Permintaan barang akan turun jika kandungan berkah yang ada tetap sementara tuntutan berkah minimum meningkat.
3. Permintaan barang tidak terpengaruh oleh adanya perubahan harga barang yang lain.

#### **2.2.8.1 Kepribadian dan Perilaku Konsumen Muslim**

Menurut Muflih (2006) Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi mengemukakan pendekatan studi kepribadian konsumen muslim sangat tepat dengan pembelajaran akhlak seperti yang dikembangkan oleh Sbu Yazid al-Bustomi dan Ibnu ‘Arabi. Dengan menggunakan pendekatan pembelajaran akhlak bukan berarti menjauhkan diri konsumen dari hal yang berbau duniawi seperti zuhud. Oleh sebagian kalangan masyarakat, zuhud diartikan meninggalkan dunia. Padahal pemahaman ini tidak mungkin dilakukan oleh manusia siapapun dia karena dia sendiri hidup di dunia. Sebenarnya zuhud seseorang tidak demikian, yang benar adalah bahwa karena zuhudnya seseorang tidak materialistis,

membutuhkan materi, tetapi tidak materialistis, entah itu rakus atau tamak. Cukup puas dengan keadaan yang diterima saat ini, tidak merintih dan menggerutu terhadap Tuhannya. Malah berterimakasih kepada Tuhannya sekalipun keadaannya pas-pasan. Model seperti inilah yang menurut dunia akhlak melahirkan qana'ah.

Qana'ah merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniah. Qana'ah mendorong seorang konsumen muslim bersikap adil. Adil yang dispiritkan oleh qana'ah mendorong untuk lebih sekedar adil sehingga dia ihsan. Oleh karena qana'ah adalah cahaya keimanan, dia tidak boleh redup harus selalu bercahaya.

#### **2.2.8.2 Permintaan Konsumen Muslim**

Dalam teori permintaan konsumen muslim, faktor etika menjadi bagian penting yang tidak dapat dipisahkan meskipun tidak memiliki nilai ekonomi (materi). Faktor etika mengubah mekanisme permintaan berdasarkan harga seperti dalam ekonomi konvensional menjadi mekanisme *mardhatillah*. Hal ini berarti mekanisme harga ala ekonomi konvensional tidak menjadi faktor penentu permintaan konsumen muslim (Muflih:2006).

Dengan tidak berkuasanya mekanisme harga untuk permintaan konsumsi dalam ekonomi islam bukan berarti akan menghambat laju perekonomian. Dalam kenyataannya, mekanisme permintaan konsumen *mardhatillah*, yang didukung oleh spirit adil dan ihsan, memfungsikan dan bahkan mengembangkan sendi-sendi perekonomian ke arah yang lebih baik. Sebab, ukuran yang digunakan oleh konsumen muslim bukan hanya ukuran materi, tetapi juga harga imateri. Harga

semacam inilah yang menjadi variabel terpengaruh untuk konsumen muslim (Muflih:2006).

### 2.2.9 Teori Investasi Islam

Investasi oleh Islam dipandang sebagai wahana untuk meningkatkan kesejahteraan umat. Investasi mampu mengeliminir adanya penumpukan aset finansial yang tidak berputar. Investasi ini sendiri telah menghindarkan terjadinya tindakan pentabdziran (*wasting*) atas sumberdaya finansial. Hal ini demikian karena dengan adanya investasi, maka sumberdaya finansial yang ada telah bisa dimobilisasi dan dimanfaatkan. Kegagalan dalam memanfaatkan sumberdaya oleh Islam dipandang sebagai suatu keborosan dan dikategorikan sebagai kawan syaitan (Al Isra':27).

Investasi juga telah mempertemukan pihak yang membutuhkan modal dan pemilik modal (*Shahibul Maal*) dalam suatu kerjasama *mudharabah*. Kerjasama ini telah mampu memutar sumberdaya finansial (atau modal) yang ada keluar dari lingkaran kelompok tertentu (*Shahibul Maal*) dan mengalir pada kelompok lainnya (*Mudharib*). Hal yang demikian ini telah mengimplementasikan amanah Qur'an Surat Al Hasyr:7 yang melarang harta untuk tidak beredar pada orang-orang kaya saja. Oleh karena itu, investasi merupakan suatu instrumen dalam ekonomi Islam dalam upaya untuk meningkatkan kesejahteraan bersama. Orang yang menyimpan harta dan tidak memutarnya dalam jalan Allah oleh Islam diancam dengan azab yang pedih sebagaimana ditunjukkan dalam Qur'an Surat Al Ma'arij ayat 15-18:



Untuk itu, Islam mengenakan *penalty* atas uang yang tidak diputar (di-investasikan) dengan pengenaan zakat. Dari dasar ini maka bisa diturunkan suatu teori investasi dalam Islam. Untuk mengeksplorasi hal ini, kita bisa mengasumsikan bahwa setiap pemilik modal berperilaku islami yang dalam hal ini adalah berusaha untuk mendapatkan *maslahah* yang maksimum dari harta yang dipunyai.

Berkah bisa diperoleh jika setiap kegiatan yang dilakukan oleh pemilik modal ini bisa menghasilkan pahala baginya. Untuk itu jika diasumsikan bahwa setiap kegiatan yang dilakukan oleh pemilik modal telah menghasilkan pahala baginya, maka kita bisa memusatkan perhatian pada *Net Return* (NR). Dalam hal ini ingin diketahui bagaimana perilaku pemilik modal yang berusaha untuk memaksimalkan net *return*. Di sini diasumsikan bahwa setiap pemilik modal selalu ingin mencapai keseimbangan antara jumlah uang yang diinvestasikan dan sejumlah tertentu yang akan tetap dipegang. Terkait dengan memegang uang ini, ada beberapa alasan yang melatarbelakanginya, yaitu antara lain adalah untuk berjaga-jaga maupun untuk memfasilitasi transaksi pribadinya. Bagi uang yang diinvestasikan, mereka akan memperoleh *return* dan tidak akan terkena penalti sebagaimana disebut di muka. Adapun uang yang dipegang (tidak diinvestasikan) akan terkena penalti berupa zakat dengan tingkat (*rate*) yang sudah tertentu.

Prinsip perilaku mengimplikasikan adanya suatu bentuk fungsional di mana investasi dipengaruhi oleh bagi hasil, *profitability* dan zakat atas uang yang tidak diinvestasikan. Dalam konteks menabung di bank syari'ah, kegiatan

menabung ini bisa dipandang sebagai investasi. Hanya saja investasinya dilakukan melalui intermediasi bank syari'ah.

### 2.3 HIPOTESIS

Berdasarkan kajian pustaka dan landasan teori maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Diduga tingkat relijiusitas mahasiswa, secara positif mempengaruhi keputusan nasabah untuk tidak menggunakan bank syariah.
2. Diduga tingkat bagi hasil, secara positif mempengaruhi nasabah untuk tidak menggunakan bank syariah.
3. Diduga pelayanan dan fasilitas, secara positif mempengaruhi nasabah untuk tidak menggunakan bank syariah.
4. Diduga hadiah, secara positif mempengaruhi nasabah untuk tidak menggunakan bank syariah.
5. Diduga lokasi bank, secara positif mempengaruhi nasabah untuk tidak menggunakan bank syariah.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Jenis Data

##### 3.1.1 Data Primer

Data primer didapatkan oleh peneliti secara langsung dari objek penelitian tanpa melewati orang atau lembaga lain. Data ini dikumpulkan dengan cara:

- Wawancara (interview) adalah metode penelitian yang dilakukan dengan teknik tanya jawab secara langsung.
- Menyebar kuesioner sebanyak 100 buah kepada responden terpilih.

##### 3.1.2 Data Sekunder

Data sekunder data yang diperoleh dari pihak tertentu yang berhubungan dengan penelitian.

- Pencatatan : Mencatat dari laporan-laporan yang mendukung penelitian.
- Studi kepustakaan : Metode pengumpulan data dengan membaca literatur yang berhubungan dengan objek penelitian.

## **3.2 Populasi dan Sampel**

### **3.2.1 Populasi**

Populasi merupakan sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam satu riset khusus (Suprpto: 2001). Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia di Yogyakarta yang berpotensi menjadi nasabah bank syariah

### **3.2.2 Sampel**

Purposive sampling, adalah teknik penarikan sampel yang dilakukan untuk tujuan dan pertimbangan tertentu saja. Yaitu itu faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa tidak menabung di bank syariah.

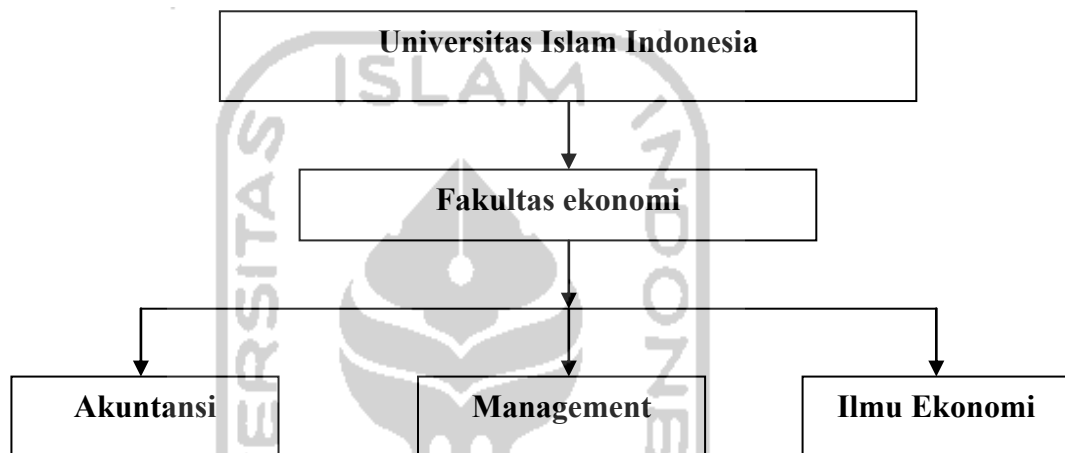
Dalam penelitian ini jumlah responden yang di ambil sebagai sampel dan di anggap dapat mewakili seluruh populasi adalah sebanyak 100 responden. Responden tersebut antara lain mahasiswa Fakultas Ekonomi dari Universitas Islam yang menggunakan fasilitas jasa perbankan.

Berdasarkan data yang di peroleh dari Universitas Islam Indonesia: Jumlah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi yang masih aktif (Desember 2011) sebanyak 5055 orang, dimana jurusan mahasiswa Manajemen berjumlah 2419, mahasiswa Akuntansi berjumlah 2109 orang dan mahasiswa Ilmu Ekonomi berjumlah 527 orang. Maka dengan demikian, dari 100 responden dapat diambil

sampel untuk mewakili mahasiswa Manajemen sejumlah 45, mewakili mahasiswa Akuntansi 40 dan Untuk Mewakili mahasiswa Ilmu Ekonomi 15.

**Gambar 3.1**

**Sampel Penyebaran Kuisisioner**



### 3.3 Variabel Penelitian

#### 3.3.1 Variabel Independen

##### 1. Tingkat Relijiusitas mahasiswa (X1)

Religius adalah keadaan dimana dalam diri seseorang dalam merasakan dan mengakui adanya kekuatan tertinggi yang menaungi kehidupan manusia dengan cara melaksanakan semua perintah tuhan dan meninggalkan seluruh larangannya, sehingga hal ini akan membawa ketenangan dan ketentraman diri.

Indikator-indikator relijiusitas:

- Berdasarkan ajaran agama Mahasiswa
- Mekanisme perbankan dijalankan sesuai dengan syariah
- Bank syariah tidak menggunakan prinsip bunga
- Kesadaran terhadap nilai-nilai islam

## 2. Tingkat Bagi Hasil (X2)

Bagi hasil berorientasi kemaslahatan hidup umat manusia seperti halnya dalam transaksi bank syariah untung dan rugi ditanggung bersama.

Indikator-indikator tingkat suku bunga :

- Tingkat bagi hasil yang menguntungkan bagi pihak bank dan nasabah
- Tingkat bagi hasil yang tinggi

## 3. Pelayanan dan Fasilitas (X3)

Fasilitas adalah sesuatu yang dapat membantu memudahkan pekerjaan, tugas, dan sebagainya. Fasilitas yang diberikan oleh bank syariah dapat menunjang kinerja staf dan menarik minat masyarakat untuk memilih bank syariah.

Indikator-indikator pelayanan :

- Profesional staf karyawan
- Karyawan yang ramah
- Suasana bank yang nyaman
- Mudah menjadi nasabah di bank syariah

Layanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Indikator-indikator pelayanan:

- Ketersediaan ATM di beberapa lokasi dan layanan 24 jam
- Transaksi cepat dan Mudah mengakses layanan bank kapan saja
- Layanan E-Banking

#### 4. Hadiah-hadiah (X4)

Hadiah merupakan pemberian yang sah yang diberikan kepada dan untuk pihak tertentu secara kontan tanpa ada syarat dan balasan. Hadiah yang diberikan merupakan salah satu cara untuk mempromosikan dan menarik para nasabah bank syariah.

Indikator-indikator hadiah :

- Hadiah untuk para pelanggan
- Hadiah untuk menarik pelayanan baru

#### 5. Lokasi (X5)

Letak geografis yang menyediakan berbagai fasilitas untuk tujuan tertentu. Seperti halnya pendirian bank syariah, adanya bank syariah ini untuk transaksi jasa keuangan di jaman yang semakin maju.

Indikator-indikator lokasi :

- Lokasi bank yang terjangkau
- Banyak kantor cabang

### 3.3.2 Variabel Dependen

Variabel Dependen pada penelitian ini adalah keputusan sikap menggunakan atau tidak menggunakan bank syariah di Yogyakarta. Dengan menggunakan indikator kualitatif dalam model logit sikap mahasiswa untuk tidak menggunakan disimbolkan  $Y=1$  dan sikap mahasiswa untuk diluar tidak menggunakan disimbolkan  $Y=0$ .

### 3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh informasi yang relevan, akurat dan reliabel. Dalam penelitian ini dilakukan dengan metode angket (kuisisioner atau daftar pertanyaan) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab responden (Sugiyono, 2004). Untuk mendapatkan informasi berbagai hal yang menunjang penelitian didukung dengan wawancara secara langsung. Metode wawancara yang digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila penelitian ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya kecil (Sugiyono:2004).

### 3.5 Metode Pengukuran Data

Dalam penyusunan kuisisioner ini penulis menggunakan Skala Likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau



sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert maka variabel yang akan di ukur dijabarkan menjadi indikator variabel yang kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata.

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu diberi skor, misalnya:

- |                                    |   |
|------------------------------------|---|
| 1. Sangat setuju diberi skor       | 5 |
| 2. Setuju diberi skor              | 4 |
| 3. Ragu-ragu / netral diberi skor  | 3 |
| 4. Tidak setuju diberi skor        | 2 |
| 5. Sangat tidak setuju diberi skor | 1 |

Penggunaan skala pengukuran ini dengan pertimbangan bahwa skala tersebut sudah punya interval. Variabel bersifat continue dan tidak dikotom. Dengan menggunakan ukuran yang mempunyai interval tersebut sudah memungkinkan untuk mengukur tingkatan motivasi dari yang paling rendah sampai yang paling tinggi. Kata kunci dari skala tersebut adalah setuju. Hal ini berarti jika jawaban responden yang berkaitan dengan motivasi menyimpan dana dalam simpanan tabungan adalah positif, maka jawaban mereka setuju dan sangat setuju, sedangkan apabila jawaban mereka adalah ragu-ragu / netral, tidak setuju /

sangat tidak setuju maka berarti tidak ada motivasi dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

### 3.6 Metode Analisis Data

#### 3.6.1 Metode Kuantitatif

Data yang berasal dari opini responden yang bersifat kualitatif diubah menjadi angka-angka, sehingga dapat dilakukan analisis secara kuantitatif yaitu dengan cara menilai atau memberi bobot jawaban. Metode analisis kuantitatif yang digunakan adalah model regresi dengan dependen variabel yang bersifat kualitatif model logit. Alasan memilih model logit dikarenakan dalam model regresi ini mengandung variabel dependen yang bersifat kualitatif sehingga perlu diformulasikan dalam bentuk model regresi yang akan ditaksir terlebih dahulu. Model logit mampu meminimalkan atau menghilangkan situasi *heteroscedasticity* dalam *error terms* dan tidak realistisnya nilai – nilai yang diperkirakan akan diperoleh  $Y_i$  sebagai hasil perhitungan regresi. Karena  $Y$  adalah kualitatif maka dalam penelitian ini tidak digunakan model Regresi Linier Sederhana, tetapi digunakan model Logit.

Model logit ini dinyatakan dalam suatu bentuk probabilitas dimana variabel dependen adalah logaritma dari probabilitas suatu situasi atau atribut akan berlaku dengan syarat atau kondisi variabel – variabel bebas tertentu. Perkataan logit didasarkan atas adanya asumsi mengenai fungsi variabel random yang diteliti yang berbentuk *Logistic Distribution Function* (Arief :1995) dikutip dari Sarawati (2010). Model logit dinyatakan dalam suatu bentuk probabilitas

dimana variabel dependen adalah log dari probabilitas suatu atau kondisi adanya variabel bebas tertentu. Sifat model logit antara lain :

- a. Sewaktu  $P$  bergerak dari 0 ke 1, (yakni, sewaktu  $Z$  bervariasi dari  $-\infty$  hingga  $+\infty$ ), logit  $L$  bergerak dari  $-\infty$  ke  $+\infty$ . Artinya, meskipun probabilitas (keperluan) terletak antara 0 dan 1, logitnya tidaklah begitu terbatas.
- b. Meskipun  $L$  linear dalam  $X$ , probabilitasnya sendiri tidak. Sifat ini bertolak belakang dengan LPM dimana probabilitas meningkat secara garis lurus bersama  $X$ .
- c. Jika logit positif, itu berarti bahwa ketika nilai variabel penjelas naik, peluang bahwa  $Y$  sama dengan 1 (yang berarti suatu kejadian yang diinginkan terjadi) naik. Jika  $L$  negatif, peluang bahwa  $Y$  sama dengan 1 menurun seiring kenaikan  $X$ . Jika dinyatakan dengan cara berbeda, logit menjadi negatif dengan besaran semakin raksasa sewaktu rasio peluang turun dari 1 hingga 0 dan menjadi besar dan makin positif sewaktu rasio naik dari 0 hingga 1.
- d. LPM mengasumsikan bahwa  $P_i$  berhubungan linier dengan  $X_i$ , sedangkan model logit mengasumsikan bahwa log peluang berhubungan linier dengan  $X_i$ .

Bentuk rumus umum keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah:

$$Li = \ln \frac{Pi}{1-Pi} \left[ \frac{= \beta_0}{-} \right] + \beta_1 X_i + u_i$$

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + u_i$$

Keterangan :

Y = Keputusan mahasiswa

$Li$  = Keputusan Mahasiswa tidak menggunakan bank syariah, dimana

$Li = 0$ , berarti menggunakan dan  $Li = 1$ , berarti tidak menggunakan

$X_i$  = independent variabel, dimana

$X_1$  = Relijiusitas;

$X_2$  = tingkat bagi hasil;

$X_3$  = fasilitas dan pelayanan;

$X_4$  = hadiah dan

$X_5$  = lokasi.

$\beta$  = konstanta, dan  $u_i$  = gangguan

$\beta_1$  = koefisien regresi dari masing – masing variabel independent

$Pi$  = probabilitas, yaitu peluang kejadian.

Dalam menganalisa secara kuantitatif, juga dilakukan pengujian hipotesis. Uji Hipotesis yang digunakan adalah:

1. Uji Parsial (*z-test*)

Uji Parsial dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual, yaitu dengan melihat z-statistik. Dimana jika  $z\text{-statistik} > z\text{-tabel}$  maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel depende, atau bisa juga dengan melihat dari nilai probabilitasnya, apabila  $< 0,05$  berarti signifikan, begitu juga sebaliknya.

2. Uji Simultan (*LR-stat*)

Uji Simultan dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen, yaitu dengan melihat probabilitas LR-statistik. Dimana jika probabilitas LR-statistiknya  $< 0,05$  maka berarti secara bersama-sama variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, begitu juga sebaliknya, jika probabilitas LR-stat  $> 0,05$  maka secara bersama-sama tidak terdapat pengaruh antara variabel independen

### 3.6.2 Metode Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik. Namun karena dalam statistika semua data harus dalam bentuk angka, maka data

kualitatif umumnya dikuantitatifkan agar dapat diproses lebih lanjut. Caranya dengan mengklasifikasikan dalam bentuk kategori. Pada dasarnya jenis data kualitatif digolongkan menjadi :

- a. Data nominal yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk kategori.
- b. Data ordinal yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk kategori, Namun posisi data tidak sama derajatnya karena dinyatakan dalam skala peringkat.

Dalam penelitian ini dapat dikategorikan dalam:

1. Analisis kategori karakteristik mahasiswa dilihat dari jenis kelamin, tingkat angkatan, asal daerah dan pengguna bank syariah.
2. Analisis pilihan mahasiswa terhadap pilihan produk perbankan, tingkat bagi hasil yang diberikan bank syariah, relijiusitas, pelayanan dan fasilitas yang diberikan bank syariah, hadiah, dan lokasi bank syariah.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Karakteristik Responden

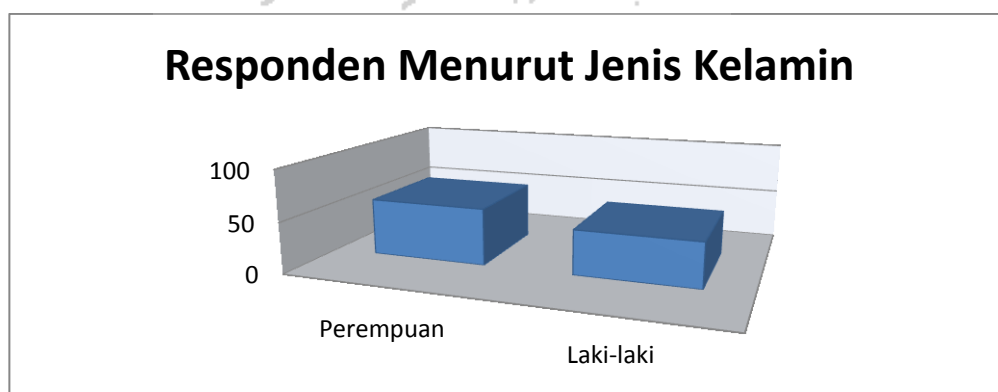
Karakteristik responden dalam penelitian ini menggunakan tabel yang menyajikan sesuatu yang terjadi yang dinyatakan dalam prosentase. Dari 100 responden yang memberikan jawaban atas pertanyaan peneliti dapat diketahui perbedaan karakteristik antara responden yang satu dengan yang lainnya. Perbedaan ini meliputi jenis kelamin, tingkat angkatan, asal daerah, dan pengguna bank syariah.

##### 4.1.1 Distribusi Menurut Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden wanita daripada laki-laki seperti tabel 4.1.

Tabel 4.1

Responden Menurut Jenis Kelamin



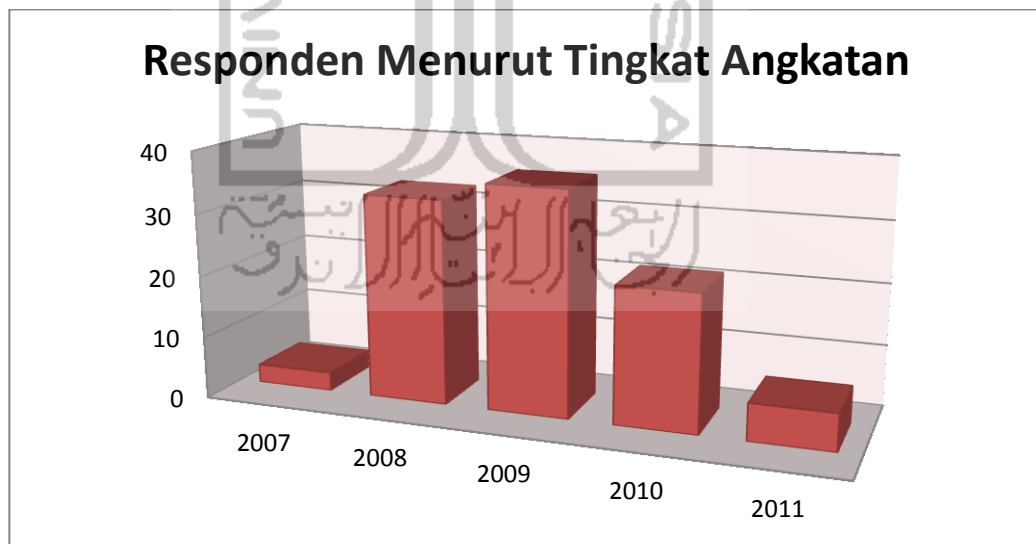
*Sumber : data primer yang diolah*

Dari data penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia adalah 56 % perempuan dan 44% laki-laki. Responden perempuan lebih dominan karena perempuan lebih berempati dalam merespon adanya penelitian ini dan identifikasi mahasiswa perempuan lebih mudah daripada mahasiswa laki-laki.

#### 4.1.2 Distribusi Menurut Tingkat Angkatan

Responden dalam penelitian ini terlihat bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia terdiri dari beberapa tingkatan seperti dalam tabel 4.2.

**Tabel 4.2**  
**Responden Menurut Tingkat Angkatan**



*Sumber : data primer yang diolah*

Tingkat angkatan ini juga berpengaruh pada hasil responden. Karena semakin tinggi tingkat angkatan maka wawasan mahasiswa juga akan semakin



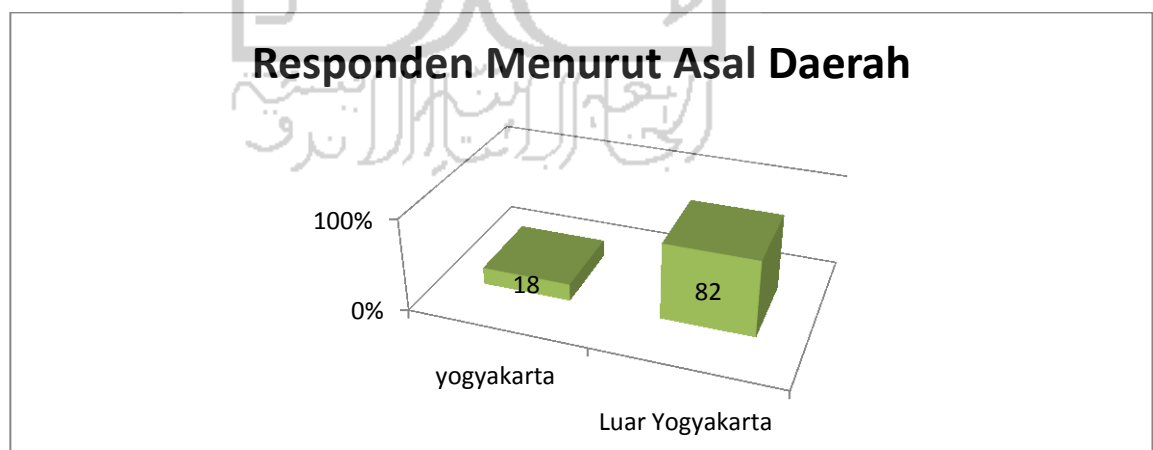
luas, sehingga akan menyebabkan berpengaruh terhadap tingkat penggunaan bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini dari berbagai tingkatan angkatan yg masih aktif melakukan perkuliahan dimana pada kali ini responden yg lebih dominan adalah angkatan 2009 sebesar 36 % , disusul dengan angkatan 2008 sebesar 33 %, lalu angkatan 2010 sebesar 22 %, lalu angkatan 2011 sebesar 6% dan terakhir adalah angkatan 2007 sebesar 3%

#### 4.1.3 Distribusi Menurut Asal Daerah

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia merupakan mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah terbukti dari responden yang terwakili. Terlihat pada tabel 4.3.

**Tabel 4.3**

#### **Responden Menurut Asal Daerah**



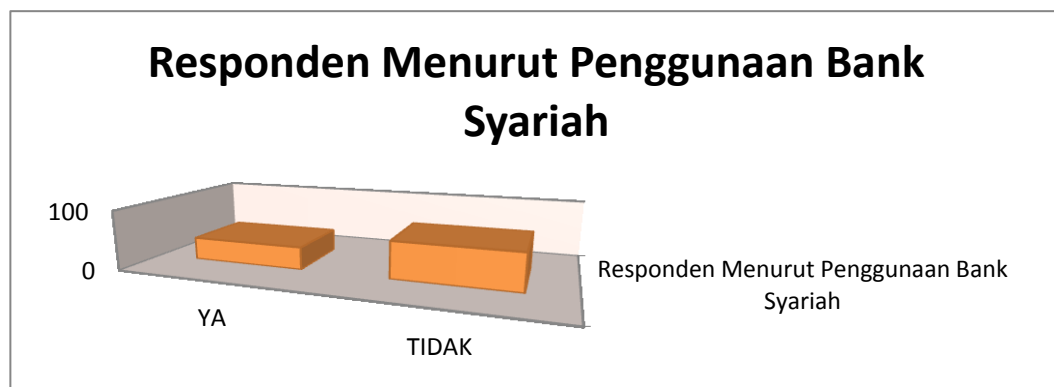
*Sumber : data primer yang diolah*

Asal daerah dapat mempengaruhi mahasiswa dalam pengambilan suatu keputusan menggunakan jasa perbankan atau tidak. Dari data tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa yang lebih dominan adalah mahasiswa yang berasal dari luar daerah yogyakarta yaitu sebesar 82 % dibandingkan dengan mahasiswa yang berasal dari yogyakarta sebesar 18 %. Dominannya mahasiswa yang berasal dari luar yogyakarta ini berasal dari penjuru daerah seperti medan, lampung, jakarta, jawa barat, jawa tengah, jawa timur, kalimantan, dan lain sebagainya.

#### 4.1.4 Distribusi Menurut Penggunaan Bank Syariah

Responden yang terpilih mayoritas menyatakan bahwa tidak menggunakan bank syariah. Responden terpilih menyatakan bahwa ada beberapa kendala untuk menggunakan perbankan syariah antara lain kurangnya fasilitas ATM pada perbankan syariah serta lebih mudah menggunakan perbankan konvensional.. Distribusi penggunaan bank syariah dapat terlihat dari tabel 4.4.

Tabel 4.4  
Responden Menurut Penggunaan Bank Syariah



*Sumber : data primer yang diolah*

Dari data yang diperoleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang menggunakan produk bank syariah sebesar 38 % dan yang tidak menggunakan produk bank syariah sebesar 62 %. Tingginya responden yang tidak memilih menggunakan produk bank syariah dikarenakan bank syariah terbatas di beberapa lokasi dan bank syariah masih kurang bersosialisasi kepada masyarakat.

#### 4.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif keputusan mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah dapat dilihat dari tabel yang menggambarkan tentang *mean*, *median*, *maximum*, *St.Deviasi*, dan jumlah observasi.

**Tabel 4.5**  
**Keputusan Mahasiswa untuk Tidak Menggunakan**  
**Bank Syariah**

	Y	X1	X2	X3	X4	X5
Mean	0.620000	3.449000	3.790000	3.924000	3.765000	3.615000
Median	1.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000	4.000.000
Maximum	1.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000	5.000.000
Minimum	0.000000	1.000.000	1.000.000	2.000.000	1.000.000	1.000.000
Std. Dev.	0.487832	0.922283	0.905036	0.627504	1.021128	0.849406
Observations	100	100	100	100	100	100

*Sumber : data primer yang diolah*

Keterangan :

Y = Keputusan mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah

X1 = relijiusitas;

X2 = tingkat bagi hasil;

X3 = fasilitas dan layanan;

X4 = hadiah;

X5 = lokasi.

Dari data yang tersaji diatas dapat dilihat bahwa keputusan konsumen mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah (Y) memiliki nilai rata-rata sebesar 0.620000, nilai rata-rata yang sebesar tersebut dinilai cukup tinggi yaitu lebih dari 0.5 karena menggunakan data binar nilai tertinggi sebesar 1 dan terendah dalah 0. *Median* sebesar 1.0000, nilai *maximum* sebesar 1.0000, nilai *minimum* sebesar 0.0000, nilai *std. deviasi* sebesar 0.487832 dan jumlah observasi sebesar 100 responden dapat mewakilii mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta..

Data yang ada dapat diintreprestasikan tingkat relijiusitas (X1) memiliki nilai rata-rata sebesar 3.433. Rata-rata tersebut dinilai tinggi karena nilai tertinggi (*maximum* ) sebesar 5 dan nilai terendah (minium) sebesar 1 maka, nilai 3,433 dikatakan tingkat tinggi karena mendekati nilai 5. Nilai *median* juga cukup tinggi yaitu sebesar 4, dan nilai *std.deviasi* sebesar 0.922283

Dari data diatas tingkat bagi hasil (X2) memiliki nilai rata-rata tinggi yaitu sebesar 3.79 dengan nilai nilai *maximum* sebesar 5 dan nilai *minimum* sebesar 1. Nilai *median* yang tinggi sebesar 4 nilai untuk tingkat bagi hasil yang diberikan dapat menjadi pengaruh dari keputusan untuk memilih bank syariah. *Dan nilai std.deviasi* sebesar 0.905036.

Dari data diatas fasilitas dan layanan (X3) memiliki nilai rata-rata sebesar 3.93 dan memiliki niali tengah 4 yang cukup tinggi yaitu mendekati nilai *maximum* sebesar 5 dan menjauhi nilai *minimum* sebesar 2. Dan nilai *std.deviasi* sebesar 0.627504 dengan jumlah observasi sejumlah 100 responden.

Dari data yang tersaji hadiah (X4) memiliki nilai rata-rata sebesar 3.78 dan nilai tengah sebesar 4 dapat dikatakan tinggi karena mendekati nilai *maximum* sebesar 5 dan menjauhi nilai *minimum* sebesar 2. Dan Nilai *std. deviasi* sebesar 1.021128 dengan jumlah observasi sejumlah 100 responden.

Dari data yang diatas lokasi (X5) memiliki nilai rata-rata sebesar 3.615 dan nilai tengah atau *median* sebesar 4 yang dinilai cukup tinggi karena menjauhi nilai *minimum* sebesar 1 dan mendekati nilai *maksimum* sebesar 5. Kemudian diikuti nilai *std, deviasi* sebesar 0.8494056 jumlah obeservasi sejumlah 100 responden.

Variable X1, X2, X3, X4, dan X5 dapat disimpulkan memiliki nilai rata-rata yang tinggi yaitu mendekati nilai *maksimum* 5 dan semakin menjauhi nilai *minimum* 1 begitu pula nilai tengah yang dihasilkan juga memiliki nilai tinggi. Nilai *minimum* dan *maksimum* juga saling mendekati dan menjauhi di antara variabel. Hal ini menunjukkan adanya respon yang baik dari mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia dengan keberadaan bank syariah saat ini di Kota Yogyakarta.

### 4.3 Hasil Regresi

Hasil dari olah data dengan eviws faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah dengan metode ML - Binary Logit (Quadratic hill climbing) maka diperoleh data sebagai berikut :

$$Y = 5.017 - 0.653X_1 - 0.095X_2 - 1.582X_3^* - 0.001X_4 + 1.244X_5^*$$

$$(z - \text{stat}) (2.386) (-1.887) (-0.319) (-2.586) (-0.004) (3.062)$$

$$\text{Se} (2.203) (0.346) (0.298) (0.611) (0.279) (0.3406)$$

$$\text{Probability (LR stat)} 0.000587$$

$$R^2_{\text{McF}} 0.163691$$

Keterangan :

\*) signifikan pada  $\alpha = 5\%$

X1 = relijiusitas;

X2 = tingkat bagi hasil;

X3 = fasilitas dan layanan;

X4 = hadiah;

X5 = lokasi.

Dari hasil estimasi nilai koefisien regresi logit sulit diinterpretasikan secara langsung. Untuk menginterpretasikan, maka melakukan antilog dari koefisien tersebut.

- Nilai koefisien X1 adalah -0.6536338 maka dengan di antilog nilai *odds ratio* X1 sebesar 0.52015. Ini memberitahukan bahwa kemungkinan untuk tidak menggunakan bank syariah adalah 0.52 kali lebih tinggi dibandingkan menggunakan bank syariah. Artinya tinggi tingkat relijiusitas mahasiswa akan menurunkan tingkat untuk tidak menggunakan bank syariah.

- Nilai koefisien X2 adalah  $-0.095494$  maka dengan di antilog nilai *odds ratio* sebesar  $0.908924$ . Ini memberitahukan bahwa kemungkinan untuk tidak menggunakan bank syariah adalah 0.90 kali lebih tinggi dibandingkan menggunakan bank syariah. Artinya tingginya bagi hasil, menurunkan tingkat untuk tidak menggunakan bank syariah.
- Nilai koefisien X3 adalah  $-1.582866$  maka dengan di antilog nilai *odds ratio* X3 sebesar  $0.205386$ . Ini memberitahukan bahwa kemungkinan untuk tidak menggunakan bank syariah adalah 0.20 kali lebih tinggi dibandingkan menggunakan bank syariah. Artinya semakin tinggi pelayanan dan fasilitas, maka akan menurunkan tingkat untuk tidak menggunakan bank syariah.
- Nilai koefisien X4 adalah  $-0.001312$  maka dengan di antilog nilai *odds ratio* X4 sebesar  $0.998689$ . Kemungkinan untuk tidak menggunakan bank syariah adalah 0.99 kali lebih tinggi dibandingkan menggunakan bank syariah. Artinya semakin banyak hadiah, maka akan menurunkan tingkat untuk tidak menggunakan bank syariah.
- Nilai koefisien X5 adalah  $1.244342$  maka dengan di antilog nilai *odds ratio* X5 sebesar  $3.47065$ . Ini memberitahukan bahwa kemungkinan untuk tidak menggunakan bank syariah adalah 3.47 kali lebih tinggi dibandingkan menggunakan bank syariah. Artinya semakin jauh lokasi, maka akan meningkatkan tingkat untuk tidak menggunakan bank syariah.

### 4.3.1 Uji Simultan ( *LR-stat* )

Dalam pengujian variabel independent secara simultan yaitu dengan melihat *probabilitas LR – statistic*, dimana jika *probabilitas LR – statistiknya*  $< 0,05$  maka berarti secara bersama – sama variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen, begitu juga sebaliknya jika *LR – statistiknya*  $> 0,05$  maka secara bersama–sama tidak terdapat pengaruh antara variable independent dengan variabel dependen. *Probability (LR stat)* sebesar 0.000587 maka X1, X2, X3, X4, dan X5 secara simultan mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah

### 4.3.2 Uji Parsial

Setelah diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen, maka selanjutnya dicari besarnya pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikan yang sama yaitu ( $\alpha = 0,005$ )

Dari hasil olahdata dengan hasil berikut:

1. Pengujian terhadap X1 (Relijiusitas)

Koefisien variabel X1 adalah -0.653638 dan z- hitung sebesar - 1.887820 sedangkan probabilitasnya sebesar 0.0591 ( kurang dari 5%), sehingga secara statistik variabel X1 tidak signifikan mempengaruhi variabel Y (  $H_0$  diterima dan menolak  $H_1$  ), maka dalam model estimasi ML - Binary Logit (Quadratic hill climbing), variabel X1 ( relijiusitas ) tidak mempengaruhi mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah (Y).



Variabel tingkat relijusias mahasiswa memandang bank syariah dari hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel tingkat relijusias mahasiswa dalam memandang bank syariah secara keseluruhan tidak signifikan terhadap keputusan mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah. Hal ini menjelaskan bahwa tingkat relijusias mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia dalam memandang bank syariah berupa keberpihakan bank syariah kepada mahasiswa, mekanisme bank syariah yang sesuai syariah, penyaluran dana untuk kegiatan yang halal dan menguntungkan serta bank syariah tidak menggunakan prinsip bunga, mempengaruhi mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah.

## 2. Pengujian terhadap X2 (Tingkat Bagi Hasil Bank Syariah )

Koefisien variabel X2 adalah  $-0.095494$  dan z- hitung sebesar  $-0.319908$  sedangkan probabilitasnya sebesar  $0.7490$  ( lebih dari  $5\%$ ), sehingga secara statistik variabel X2 tidak signifikan mempengaruhi variabel Y (  $H_0$  diterima dan menolak  $H_1$  ), maka dalam model estimasi ML - Binary Logit (Quadratic hill climbing), variabel X2 (tingkat bagi hasil bank syariah) tidak mempengaruhi mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah (Y).

Tingkat bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah dari hasil analisis data menunjukkan bahwa tingkat bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah tidak signifikan terhadap keputusan mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah. Hal ini menjelaskan bahwa tingkat bagi hasil yang adil, tingkat bagi hasil yang menguntungkan bagi pihak bank dan

nasabah, dan tingkat bagi hasil yang tinggi tidak mempengaruhi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia untuk tidak menggunakan bank syariah.

### 3. Pengujian terhadap X3 ( Fasilitas dan Layanan Bank Syariah )

Koefisien variabel X3 adalah -1.582866 dan z- hitung sebesar -2.586856 sedangkan probabilitasnya sebesar 0.0097 ( kurang dari 5%), sehingga secara statistik variabel X3 signifikan mempengaruhi variabel Y ( Ho ditolak dan menerima H1 ), maka dalam model estimasi ML - Binary Logit (Quadratic hill climbing), variabel X3 ( fasilitas dan layanan bank syariah ) mempengaruhi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia untuk tidak mempengaruhi bank syariah (Y).

Fasilitas dan layanan yang diberikan oleh bank syariah dari hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel fasilitas dan layanan yang diberikan oleh bank syariah signifikan terhadap keputusan mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah Hal ini menjelaskan bahwa terbatasnya akses yang disediakan oleh bank syariah dan terbatasnya fasilitas dalam melakukan transaksi (seperti: tidak memiliki layanan E-Banking, layanan ATM kurang dari 24 jam, ATM terbatas di beberapa lokasi, suasana bank yang tidak nyaman), penawaran produk yang tidak variatif, tidak professional staf karyawan, dan sulitnya menjadi nasabah bank syariah dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk tidak menggunakan Bank Syariah.

#### 4. Pengujian terhadap X4 ( Hadiah dari Bank Syariah)

Koefisien variabel X4 adalah  $-0.001312$  dan z-hitung sebesar  $-0.04697$  sedangkan probabilitasnya sebesar  $0.9963$  ( lebih dari 5%), sehingga secara statistik variabel X4 tidak signifikan mempengaruhi variabel Y (  $H_0$  diterima dan menolak  $H_1$  ), maka dalam model estimasi ML - Binary Logit (Quadratic hill climbing), variabel X4 (hadiah dari bank syariah) tidak mempengaruhi mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah (Y).

Hadiah yang diberikan oleh bank syariah Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel hadiah yang diberikan bank syariah untuk tidak signifikan terhadap keputusan mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa hadiah yang menarik untuk para pelanggan dan hadiah merupakan hal penting bagi para pelanggan bank syariah ternyata sama sekali tidak mempengaruhi mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah.

#### 5. Pengujian terhadap X5 ( Lokasi Bank Syariah)

Koefisien variabel X5 adalah  $1.244342$  dan z- hitung sebesar  $3.062333$  sedangkan probabilitasnya sebesar  $0.0022$  ( kurang dari 5%), sehingga secara statistik variabel X5 signifikan mempengaruhi variabel Y (  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_1$  ), maka dalam model estimasi ML - Binary Logit (Quadratic hill climbing), variabel X5 ( Lokasi Bank Syariah) mempengaruhi mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah (Y).

Lokasi bank syariah Dari hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel lokasi bank syariah signifikan terhadap keputusan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia untuk tidak menggunakan bank syariah. Hal ini menjelaskan bahwa lokasi bank syariah yang tidak terjangkau dan tidak banyak cabang bank syariah dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah.

#### **4.4 Pembahasan**

Ada beberapa hal yang dapat dikaji dari hasil penelitian diatas. Dari hipotesis yang ada yaitu religiusitas mahasiswa, tingkat bagi hasil dari bank syariah dan hadiah yang diberikan bank syariah terbukti berpengaruh negatif dan tidak signifikan antara variabel, sedangkan fasilitas dan layanan yang diberikan bank syariah berpengaruh negatif dan signifikan dan variabel lokasi bank yang syariah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah tidak sesuai dengan hipotesis. Faktor yang mempengaruhi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia untuk tidak menggunakan bank syariah dipengaruhi oleh variabel fasilitas dan layanan dan variabel lokasi, sedangkan variabel religiusitas, tingkat bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah, dan hadiah sebagai salah satu promosi pemasaran untuk menarik nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama merupakan faktor yang tidak mempengaruhi mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah.

Rejiusitas (X1) merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah. Menurut analisis data yang tidak signifikan sehingga tidak mempengaruhi mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah dan secara negatif berarti semakin rendah tingkat relijiusitas mahasiswa maka akan meningkatkan tingkat untuk tidak menggunakan bank syariah, begitu pula sebaliknya semakin tinggi tingkat relijiusitas mahasiswa maka akan menurunkan tingkat untuk tidak menggunakan bank syariah.

Keterkaitan antara motivasi nasabah dalam menabung atau menggunakan jasa-jasa perbankan syariah dengan nilai religius juga didukung oleh pendapat dari Mustami'uddin ( Ketua PB NW Hasil Mukhtamar Praya, Hakim Pengadilan Tinggi Mataram dan Rektor UNW Mataram ), yang menyatakan bahwa faktor keamanan uang, keuntungan dan nilai religius masyarakat merupakan dua hal yang tak bisa dipisah-pisahkan oleh nasabah dan harus diperhatikan oleh pihak bank syariah jika ingin mencari simpati atau respon dari masyarakat. (Muslihun, 2001).

Tingkat bagi hasil (X2) merupakan salah satu faktor yang tidak mempengaruhi mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah. Dikatakan demikian karena tidak signifikannya tingkat bagi hasil yang diberikan bank syariah tidak mempengaruhi mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah dan secara negatif berarti semakin tinggi tingkat bagi hasil yang diberikan bank syariah maka akan menurunkan tingkat untuk tidak menggunakan bank syariah dan sebaliknya, semakin rendah bagi hasil yang diberikan maka akan meningkatkan untuk tidak menggunakan bank syariah.

Tidak berpengaruhnya tingkat bagi hasil dalam keputusan tidak memilih bank syariah mengindikasikan bahwa mahasiswa untuk tidak mempertimbangkan tingkat bagi hasil untuk memilih bank syariah. Tinggi atau rendahnya bagi hasil yang diberikan tidak mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk menggunakan bank syariah karena responden beranggapan bahwa bank syariah sama saja dengan dengan bank konvensional karena bank umum syariah dan cabang syariah dari bank konvensional yang masih mengandung unsur bunga.

Fasilitas dan layanan (X3) merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah. Signifikan secara negatif dari hasil olah data dengan menggunakan metode logit menunjukkan bahwa variable fasilitas dan layanan yang diberikan oleh bank syariah menunjukkan dapat mempengaruhi keputusan untuk tidak memilih bank syariah, secara negatif dapat dikatakan semakin baik layanan dan fasilitas yang diberikan maka akan menurunkan tingkat untuk tidak menggunakan bank syariah dan sebaliknya semakin buruk layanan dan fasilitas yang diberikan akan meningkatkan mahasiswa untuk tidak menggunakan.

Signifikannya variabel fasilitas dan layanan mengindikasikan bahwa fasilitas dan layanan yang diberikan oleh bank syariah dalam penelitian ini menjadi pertimbangan utama dalam pemilihan bank syariah. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang menjadi sampel dari penelitian ini termasuk dalam konsumen yang rasional yaitu mempertimbangkan secara rasional mengenai fasilitas yang dapat mendukung kelancaran kegiatan transaksi perbankan dan layanan yang cepat dan tepat. Mahasiswa menganggap bank

syariah di Kota Yogyakarta dipandang tidak memenuhi kebutuhan dalam layanan dan fasilitas beberapa contoh seperti adanya ATM yang terbatas di beberapa lokasi, tidak memiliki layanan E-Banking, tempat parkir yang sempit dan tidak professional staf karyawan. Hal ini dapat diperkuat dari buku lembaga dan keuangan syariah menyebutkan bahwa sumber daya manusia tidak diimbangi dengan latar belakang disiplin keilmuan di bidang perbankan syariah dan kurangnya akademisi perbankan syariah (Sudarsono:2008). Dikutip dari Saraswati (2010) Menurut M. Luthfi Hamidi dalam jurnal Pengembangan Bisnis dan Manajemen (2008) menyebutkan mutu pelayanan manajemen keuangan bank syariah yang masih belum baik. Hal inilah yang menjadi pertimbangan mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah.

Hadiah (X4) merupakan faktor yang tidak mempengaruhi mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah. Dikatakan demikian karena dari analisis data menyebutkan bahwa tidak signifikan secara negatif. Tidak signifikan berarti tidak mempengaruhi mahasiswa untuk tidak memilih bank syariah dan secara negatif berarti semakin banyak hadiah yang ditawarkan maka semakin sedikit mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah begitu pula sebaliknya semakin jarang atau sedikit penawaran hadiah dari bank syariah maka semakin banyak mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah.

Tidak berpengaruhnya hadiah dalam keputusan mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah, banyak atau sedikit dan menarik atau tidak hadiah yang diberikan maka tidak menjadi pertimbangan dalam menentukan pilihan dalam memilih bank syariah. Hadiah merupakan salah satu bentuk promosi

pemasaran dari bank bukan merupakan pertimbangan utama bagi responden mahasiswa.

Lokasi (X5) merupakan faktor yang mempengaruhi mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah. Data yang ada menyebutkan signifikan secara positif berarti signifikan mempengaruhi mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah dan secara positif maka semakin jauh lokasi bank syariah maka akan meningkatkan mahasiswa untuk tidak menggunakan dan sebaliknya semakin dekat lokasi bank syariah maka semakin menurun untuk tidak memilih bank syariah.

Variabel lokasi dapat mempengaruhi mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah. Dalam penelitian Hafeez (2008) tentang *An Empirical Analysis Of the Determinants Of Bank Selection in Pakistan A Customer View* menyebutkan bahwa faktor penting bagi nasabah dalam memilih bank adalah lokasi bank yang dekat dengan tempat tinggal atau tempat kerja.



## BAB V

### SIMPULAN DAN IMPLIKASI

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan dari hasil studi dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Secara simultan variable religiusitas (X1), variabel tingkat bagi hasil (X2), variabel layanan dan fasilitas (X3), variabel hadiah (X4) dan variabel lokasi (X5) mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk tidak menggunakan bank syariah di Yogyakarta, dimana dari hasil model logit probabilitas  $LR - stat < 0.05$ .
2. Secara individu, tingkat religiusitas mahasiswa (X1) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap faktor yang mempengaruhi untuk tidak menggunakan bank syariah di Kota Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa, semakin rendah tingkat religiusitas mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia maka akan meningkatkan tingkat untuk tidak menggunakan bank syariah
3. Secara individu, tingkat bagi hasil (X2) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap faktor yang mempengaruhi untuk tidak menggunakan bank syariah di Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa, semakin rendah tingkat bagi hasil yang diberikan bank syariah maka akan meningkatkan tingkat untuk tidak menggunakan bank syariah.

4. Secara individu, fasilitas dan layanan (X3) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap faktor yang mempengaruhi untuk tidak menggunakan Bank Syariah di Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa, semakin buruk layanan dan fasilitas yang diberikan maka akan meningkatkan tingkat untuk tidak menggunakan bank syariah.
5. Secara individu, hadiah (X4) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap faktor yang mempengaruhi untuk tidak menggunakan bank syariah di Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa, semakin sedikit hadiah yang ditawarkan maka semakin banyak mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia untuk tidak menggunakan bank syariah.
6. Secara individu, lokasi (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap faktor yang mempengaruhi untuk tidak menggunakan bank syariah di Yogyakarta. Hal ini menunjukkan bahwa, semakin jauh lokasi bank syariah maka akan meningkatkan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia untuk tidak menggunakan bank syariah.

## 5.2 Implikasi

Dari kesimpulan yang telah dipaparkan di atas, maka dapat ditarik benang merah bahwa faktor yang mempengaruhi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia untuk tidak menggunakan bank syariah dipengaruhi oleh fasilitas dan layanan, serta lokasi daripada religiusitas, tingkat bagi hasil, dan hadiah. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas

Islam Indonesia merupakan konsumen yang rasional yang mempertimbangkan secara rasional mengenai fasilitas yang diberikan dan layanan yang cepat dan tepat serta didukung lokasi yang dapat dijangkau (dekat dengan tempat tinggal atau tempat kerja/kuliah) sehingga dapat menunjang kelancaran bertransaksi dalam perbankan. Bank syariah dapat lebih berkembang di beberapa wilayah di Yogyakarta. Untuk meningkatkan eksistensinya maka bank syariah dapat merangkul mahasiswa dengan memaksimalkan fasilitas dan layanan serta lokasi yang strategis. Jika fasilitas dan layanan dapat mendukung kegiatan bertransaksi dan lokasi bank yang dapat dijangkau maka bank syariah dapat memperluas pangsa pasar dan akan meningkatkan bahkan memiliki nasabah yang loyal.

Terselesaikan skripsi ini dapat menjadi inspirasi berbagai akademisi dalam perbankan syariah khususnya di Yogyakarta. Hibah yang diberikan dalam penelitian ini semoga menjadi manfaat untuk semua kalangan. Hibah yang dipercayakan ini akan diterbitkan melalui jurnal ekonomi.

الجامعة الإسلامية  
الابواب مفتوحة للجميع

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, A (1993), “Ensiklopedia, Ekonomi, Keuangan, Perdagangan”, PradyaParamita, Jakarta.
- Arief, Sritua ( 1993 ), “Metodologi Penelitian Ekonomi”, UI – Press, Jakarta
- Bank Indonesia dan Pusat Penelitian Kajian Pembangunan Lembaga Penelitian Universitas Diponegoro (2000), “ Penelitian Potensi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat terhadap Bank Syariah di Wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta”, diambil dari <http://www.bi.go.id>.
- Bank Indonesia dan Pusat Studi Ekonomi Islam (PSEI) Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Yogyakarta (2003), “Potensi dan Pengembangan Bank Syariah di Yogyakarta” laporan akhir.
- Bank Indonesia (2010), Statistik Perbankan Indonesia, diambil dari <http://www.bi.go.id>.
- \_\_\_\_\_ (2009), “Laporan Perkembangan Perekonomian Daerah Istimewa Yogyakarta Triwulan II-2009, diambil dari <http://www.bi.go.id>.
- (2009), “Statistik Ekonomi Keuangan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta”, Volume 9, No.8.
- Bley and Kuehn, “Convensional Versus Islamic Finance: Student Knowledge and Perception in the United Arab Emirates”, International Journal of Islamic Finance Services, Vol. 5, No.4, diambil dari [www.nzibo.com/IB2/CVIF-\\_\\_\\_\\_\\_.pdf](http://www.nzibo.com/IB2/CVIF-_____.pdf)
- Budisantoso dan Triandaru (2006), Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank: Edisi 2, Salemba Empat, Jakarta
- Capra, Umer M (2000), “Sistem Moneter Islam” Edisi terjemahan, Gema Insani Press dan Tazkia Cendekia. Jakarta.
- Damodar, Gujarati (2006), “Dasar-Dasar Ekonometrika” Edisi Ketiga Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Gujarati, DN (1995). “Basic Econometrics”, 3 rd ed : Mc Graw Hill Book co, Singapore.

- Hafees and Ahmed (2008), “An Emirical Analysis of the Determinans of Bank Selection in Pakistan A Customer View”, Pakistan Economic and Social Review, Volume 46, No. 2, pp. 147-160, diambil dari [http://www.pu.edu.pk/economics/pesr/previous\\_issues/5%20REHMAN%20Determinants%20of%20Bank%20Selection.pdf](http://www.pu.edu.pk/economics/pesr/previous_issues/5%20REHMAN%20Determinants%20of%20Bank%20Selection.pdf).
- Hill, McGraw (2011), “Statistic Methode” di ambil dari <http://www.mhhe.com/socscience/crimjustice/stat-methods/book1/chap17.mhtml>
- Kotler, Amstong (2001), “Prinsip-Prinsip Pemasaran” Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip (1997), “Manajemen Pemasaran”, Indeks, Jakarta.
- Mowen, C. J. dan Michael Minor (2002), “Perilaku Konsumen”, Erlangga, Jakarta.
- Muflih, Muhammad M.A. (2006). “Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi”, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Muslihun, (2001). “Pengaruh Nilai Religius Masyarakat Dalam Merespon Bank Syariah ( Studi Kasus pada BPRS Patuh Beramal Lombok, NTB ), TESIS IAIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Putra (2009), “Definisi, Fungsi dan Peranan Bank Umum dalam Perekonomian”, Diambil 23 September 2009, dari <http://putracenter.net/2009/09/23/definisi-fungsi-dan-peranan-bank-umum-dalam-perekonomian/>
- Rachmad (2010), “Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah di Yoryakarta (Study di UPN,UII,UGM 2008-2009)”, Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan) Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Rais (2008), “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Untuk Tidak Menggunakan Bank Syariah: Studi di STIE Pengembangan Bisnis dan Manajemen”, Jurnal Pengembangan Bisnis dan Manajemen, Volume VIII, No. 12 April, diambil dari <http://images.nuris2007.multiply.multiplycontent.com>

Rismayanti, Fenti (2005) “Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Tbk Cabang Bandung” Skripsi Sarjana. Fakultas Ekonomu. UNPAD. Bandung diambil dari

<http://images.fenti.2005.multiply.multiplycontent.com>

Priatin, Ratna (2005), “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Menabung Di Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bungun Drajat Warga Yogyakarta” Skripsi Sarjana(Tidak dipublikasikan) Fakultas Ekonomu, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

Saraswati, Rahayu (2011), “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Muslim Tidak Memilih Bank Syariah di Kota Yogyakarta”, Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan) Fakultas Ilmu Ekonomi, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

Schiffman dan Kanuk (2004), Perilaku Konsumen” Edisi 7, Indeks, Jakarta.

Sudarsono, Heri (2008), “Bank dan Lemabaga Keuangan Syariah”: Edisi 3, Ekonisia, Yogyakarta.

Sugiyono. ( 2004 ) Metode Penelitian Bisnis. CV Alfabeta, Bandung.

Suprpto, J. (2001), “Statistik; Teori dan Aplikasi”, jilid 2, edisi keenam, Jakarta, Erlangga.

Sutrisno, Bambang (2010), “Tiga Masalah Menghambat Bank Syariah” diambil 4 Desember 2010 dari [www.pkesinteraktif.com](http://www.pkesinteraktif.com)

Wijaya, Alfi (2009), “Segmentasi dan Perilaku Konsumen pada Perbankan Syariah di Yogyakarta”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Hal 143-165.