

**PENGARUH PERSEPSI, PREFERENSI, DAN SIKAP TERHADAP
KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA BANK SYARIAH
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Kradenan)**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)

Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusun Oleh:

Indah Safaroyana Purda 1805036054

**S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

SEMARANG

2022



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. DR. Hamka Kampus III Ngaliyan, Telp/Fax (024) 7608454 Semarang 50185 Website:
febi.walisongo.ac.id – Email: febi@walisongo.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eks.
Hal : Naskah Skripsi
A.n. Sdri. Indah Safaroyana Purda

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah Skripsi saudara :

Nama : Indah Safaroyana Purda
NIM : 1805036054
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi, Preferensi, dan Sikap Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Kradenan)

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasahkan. Demikian harap menjadikan maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Semarang, 13 Juni 2022

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Wahab, M.M.
NIP. 19690908 200003 1 001

Septiana Na'afi, M.Si.
NIP. 198909242019032018



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

*Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III, Ngaliyan, Telp Fax (024) 7608454 Semarang 50185
Website : febi.walisongo.ac.id – Email : febi@walisongo.ac.id*

PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Indah Safaroyana Purda
NIM : 1805036054
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi, Preferensi, dan Sikap Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Kradenan)

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tanggal :

29 Juni 2022

dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2021/2022.

Semarang, 6 Juli 2022

Ketua Sidang

Kartika Marella Vanni., M.Pd.
NIP. 19930421201932028

Sekretaris Sidang

Septiana Na'afi., M.Si.
NIP. 198909242019032018

Penguji I

Mardhiyaturrositaningsih, M.E.
NIP.199303112019032020

Penguji II

Cita Sary Dja'akum, S.H.I., M.E.
NIP. 19820422 201503 2 004

Pembimbing I

Dr. H. Wahab, M.M.
NIP. 19690908 200003 1 001

Pembimbing II

Septiana Na'afi., M.Si.,
NIP. 198909242019032018



MOTTO

وَأَخَذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبُطْلِ وَأَعْتَدْنَا لَلكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا

Artinya: Dan disebabkan mereka memakan riba , padahal sesungguhnya mereka telah dilarang dari padanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang batil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir di antara mereka itu siksa yang pedih. [QS. An Nisa : 161]

عَنْ جَابِرٍ قَالَ لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ آكِلَ الرِّبَا وَمُؤَكَّلَهُ وَكَاتِبَهُ وَشَاهِدَيْهِ وَقَالَ هُمْ سَوَاءٌ

Dari Jabir ra berkata, bahwa Rasulullah SAW melaknat orang yang memakan riba, orang yang memberikannya, penulisnya dan dua saksinya, dan beliau berkata, mereka semua adalah sama. (HR. Muslim)

Dengan ilmu kehidupan menjadi mudah, dengan seni kehidupan menjadi indah, dengan agama kehidupan menjadi terarah. (H.A. Mukti Ali)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang menguasai seluruh alam, telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah kepada hamba-Nya, tidak ada upaya maupun kekuatan kecuali hanya dari-Nya. Kita panjatkan shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang insyaallah memberikan syafaat untuk umat Islam. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi walaupun masih banyak kekurangan. Skripsi ini saya persembahkan terimakasih banyak kepada orang-orang yang saya cintai dan banggakan, yaitu :

1. Kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Mundjaini dan Ibu Muzaiyanah sebagai penyemangat dan motivator terbesar dalam kehidupanku. Terimakasih untuk kedua orang tua saya yang selalu mendoakan dan bekerja keras untuk anaknya supaya bisa meraih kesuksesan yang terbaik dan bermanfaat untuk orang lain.
2. Kakak-kakak saya yaitu Muhajrotul Amna Zain, Rosyida Amna Zain, Tsalisatul Amna Zain sebagai penyemangat dalam hidup saya untuk segera menyelesaikan tugas skripsi saya.
3. Keluarga besar yang telah mendukung dan mendoakan yang terbaik untuk menyemangati saya dalam mempercepat menyelesaikan skripsi.

Semoga ALLAH SWT membalas kebaikan kalian semua dengan balasan yang sebaik-baiknya di Dunia dan di Akhirat. Aamiinn.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pemikiran- pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Grobogan, 30 Juni 2022

Penulis



Indah Safaroyana Purda

NIM: 1805036054

PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB KE HURUF LATIN

Transliterasi merupakan adalah hal penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah arab, nama orang, judul buku, nama lembaga, dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf arab harus ditulis dengan huruf latin, untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Huruf

ء = 'a	ز = z	ق = q
ب = b	س = s	ك = k
ت = t	ش = sy	ل = l
ث = ts	ص = sh	م = m
ج = j	ض = dl	ن = n
ح = h	ط = th	و = w
خ = kh	ظ = zh	ه = h
د = d	ع = 'a	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Bunyi

◌َ = a

◌ِ = i

◌ُ = u

C. Diftong

أَي = ay

أَوْ = aw

D. Syaddah (-)

di tandai dua tanda huruf, contoh الطَّبَّ *al-thibb*

E. Kata Sandang

Seperti (... ال) al- ... contoh الصنعة = *al-shina'ah*. kata (al-) ditulis dengan huruf kecil apabila tidak di awal kalimat.

F. Ta' Marbutah (ة)

Setiap ta' marbutah dilambangkan dengan “h” , contoh المعيشة الطبيعية = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

ABSTRAK

Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia untuk saat ini sudah cukup pesat, dengan bersumber data statistik dimana menampilkan pertumbuhan jumlah dari Bank Syariah setiap tahunnya. Dimana sekarang ini cukup banyak masyarakat belum mengerti sepenuhnya mengenai bank syariah. Persepsi mereka terhadap kesyariahan bank syariah, riba, bunga, dan bagi hasil masih beragam, kebanyakan dari masih belum paham dan belum tahu istilah-istilah tersebut. Telah lama melekatnya perbankan konvensional pada masyarakat. Di kecamatan kradenan juga belum ada fasilitas bank syariah dan letak yang kurang strategis dalam pengembangan bank syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi, preferensi, dan sikap masyarakat terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah.

Metode Penelitian menggunakan kuantitatif. Dengan populasi yaitu masyarakat kecamatan Kradenan, kabupaten Grobogan. Penelitian ini memakai data primer yaitu melalui kuesioner sebanyak 100 Responden. Analisis data memakai uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa Persepsi dan preferensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah dengan persepsi nilai t-hitung yaitu 6,766 dan signifikansi yaitu 0,000. Preferensi t-hitung yaitu 3,941 dan signifikansi yaitu 0,000. Sedangkan sikap berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan masyarakat di bank syariah dengan nilai t-hitung yaitu -274 dan nilai signifikansinya yaitu 0,781.

Kata Kunci : Persepsi, Preferensi, Sikap, dan Keputusan Penggunaan

ABSTRACT

The development of Islamic banking in Indonesia is currently quite fast, supported by data showing the growth in the number of Islamic banks every year. Where today, quite a lot of people do not fully understand Islamic banking. Their perceptions of sharia banking, usury, interest, and profit sharing are still diverse, most of them still do not understand and do not know these terms. Conventional banking has long been attached to society. In Kradenan sub-district there are also no Islamic bank facilities and the location is less strategic in the development of Islamic banks. This study aims to determine the effect of public perceptions, preferences, and attitudes on decisions to use Islamic banking services.

The research method uses quantitative. The population is the people of Kradenan sub-district, Grobogan district. This study uses primary data through a questionnaire of 100 respondents. Data analysis used validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test.

The results obtained indicate that perceptions and preferences have a positive and significant effect on decisions to use Islamic bank services with a perceived t-count value of 6.766 and a significance of 0.000. The t-count preference is 3.941 and the significance is 0.000. While the attitude has a negative and insignificant effect on the decision to use the community in Islamic banks with a t-count value of -274 and a significance value of 0.781.

Keywords: Perception, Preference, Attitude, and Decision to Use

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang menguasai seluruh alam, telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah kepada hamba-Nya, tidak ada upaya maupun kekuatan kecuali hanya dari-Nya. Tak lupa kita panjatkan shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI, PREFERENSI, DAN SIKAP TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA BANK SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Kradenan).”** Skripsi ini disusun dalam rangka melengkapi salah satu syarat guna menyelesaikan program studi Strata 1 Jurusan S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini dapat selesai dikarenakan mendapatkan dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih banyak kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H Imam Taufiq, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta para Wakil Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Ibu Heny Yuningrum, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Bapak Dr. Wahab, M.M selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, kesabaran, ketulusan dan pengarahan dalam penulisan Skripsi ini.
5. Ibu Septiana Na'afi SHI., M.Si selaku Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, dan memberikan banyak masukan serta saran dalam menyelesaikan Skripsi ini.
6. Bapak H. Ade Yusuf Mujadid, M.Ag selaku Wali Dosen fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang
7. Segenap Dosen serta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya Program Studi S1 Perbankan Syariah yang sudah banyak

memberikan ilmunya kepada penulis sebagai bekal dalam menghadapi masa depan.

8. Kedua orang tua, dan keluarga tersayang yang telah berjuang keras dan berdoa dalam mendukung menyelesaikan skripsi ini
9. Teman-teman yaitu Eka, Salsa, Linda, Dewi, misla, nisa dan PBASB 18 yang sudah banyak memberikan semangat, motivasi, dan dukungannya dalam menyelesaikan skripsi ini, sekaligus menjadi tempat dimana suka dan duka selama kuliah.
10. Teman-teman yaitu chalimatus, ririn dan santri angkatan pertama PP.Al Aqsho yang banyak memberikan semangat, motivasi, dan dukungannya dalam menyelesaikan skripsi.
11. Semua pihak yang telah membantu dan menyelesaikan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Meskipun jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan, penulis tetap berharap bahwa apa yang telah dicurahkan dengan sepenuh hati, tenaga dan kemampuan dalam penyelesaian skripsi ini dapat memberikan sumbangsih berapapun sekecilnya kepada dunia akademis maupun non akademis. Penulis mohon maaf sebanyak-banyaknya atas segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Semoga segala bantuan, bimbingan dan petunjuk serta budi baik yang diberikan kepada penulis mendapat keberkahan dari ALLAH SWT. Aamiinn.

Semarang, 30 Juni 2022

Penulis



Indah Safaroyana Purda

NIM : 1805036054

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PERSENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI	vii
TRANSLITERASI	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	8
1.4 Sistematika Penulisan	10
BAB II Tinjauan Pustaka	11
2.1 Kerangka Teori	11
2.1.1 Persepsi	12
2.1.2 Preferensi	13
2.1.3 Sikap	16
2.1.4 Perbankan Syariah	20
2.1.5 Pengambilan keputusan	25
2.2 Rumusan Hipotesis	38
2.3 Kerangka Pemikiran	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data	42
3.2 Populasi dan Sampel	43
3.3 Metode Pengumpulan Data	44
3.4 Pengukuran	45
3.5 Teknik Analisis Data	47
3.5.1 Uji Validitas	47
3.5.2 Uji Reliabilitas	48

3.6 Uji Asumsi Klasik	48
3.6.1 Uji Normalitas	48
3.6.2 Uji Multikolinearitas	48
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas	49
3.7 Uji Regresi Linear Berganda	49
3.7.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	50
3.7.2 Uji Pengaruh Simultan (F)	50
3.7.3 Uji Parsial (T)	51
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.2 Karakteristik Responden	53
4.3 Hasil Penelitian	55
4.3.1 Uji Validitas	55
4.3.2 Uji Reliabilitas	56
4.4. Uji Asumsi Klasik	57
4.4.1 Uji Normalitas	57
4.4.2 Uji Multikolinearitas	58
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	59
4.5 Uji Regresi Linear Berganda	60
4.6 Uji Hipotesis	62
4.6.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	62
4.6.2 Uji Pengaruh Simultan (F)	62
4.6.3 Uji Parsial (T)	63
4.7 Pembahasan Analisis Data	64
BAB V PENUTUP	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	74
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Bank Syariah Januari 2022	3
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	29
Tabel 3.1 Indikator Variabel	45
Tabel 3.2 Skala Likert	47
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 Usia	53
Tabel 4.3 Pendidikan	54
Tabel 4.4 Uang Bulanan	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.11 Hasil Uji R	62
Tabel 4.12 Hasil Uji F	62
Tabel 4.13 Hasil Uji T	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritik.....	41
Gambar 4.1 Grafik P-Plot.....	59

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan manusia berbeda-beda, sehingga untuk memenuhi kebutuhan yang berbeda orang melakukan kegiatan ekonomi, khususnya dengan bekerja dan berusaha. Allah juga memerintahkan orang untuk berusaha karena, seandainya membutuhkan perubahan dalam hidup, misalnya, mendapatkan rezeki, mendapat ilmu, memperoleh informasi, dll, penting untuk melakukan upaya yang tulus dan ini disebut ikhtiar atau usaha dengan cara lahiriyah. Seperti yang dalam firman Allah, yaitu QS. Ar Ra'd ayat 11:

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ
مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا
لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

Artinya: *Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia. (QS. Ar Ra'd : 11)*

Dalam mengarahkan bisnis keuangan, pekerjaan perbankan sangat vital. Dengan tujuan agar pergerakan moneter tidak dapat dipisahkan dari pekerjaan perbankan. Di Indonesia, terdapat dua sistem perbankan, yaitu perbankan konvensional dan perbankan syariah. Perbankan syariah lahir sesuai perkembangan zaman, lahir dari sub-kerangka keuangan syariah dengan konsep ilahiyah yang kemudian menjadi pilihan meskipun perkembangannya jauh lebih kecil daripada bank konvensional. Kehadiran perbankan syariah merupakan konsekuensi dari kesan kepentingan publik yang membutuhkan kerangka keuangan yang menawarkan jasa keuangan dengan menerapkan standar syariah dan potensial karena Indonesia adalah negara dengan penduduk Muslim terbesar. Perbankan syariah merupakan salah satu bagian dari kegiatan ekonomi. Ekonomi adalah bagian dari

muamalah dan muamalah adalah turunan dari syariah dan syariah adalah bagian yang meyakini islam. Islam tidak bisa lepas dari perbankan dan perbankan tidak bisa dibenturkan dengan islam.¹

Bank syariah juga didefinisikan lembaga penghimpun dana dari nasabah yang diolah untuk membantu pihak yang membutuhkan dana dalam bentuk kredit atau pembiayaan, dan beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam selain itu pembagian keuntungannya menggunakan sistem bagi hasil.² Bank syariah menjadi lembaga bisnis keuangan yang melaksanakan kegiatan usahanya sejalan menggunakan prinsip-prinsip dasar dalam ekonomi Islam. Standar peraturan menghalangi komponen yang menyertainya dalam pertukaran keuangan Islam, khususnya pertukaran barang haram, bunga (riba), ketidakjelasan dan manipulatif. Sebagaimana dimaknai dalam QS. Al-Baqoroh yaitu:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَاللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari tuhanNya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya (QS.Al-Baqoroh: 275).

Tujuan bank syariah bagi bank syariah tidak hanya terfokus pada keuntungan bisnis yang diperoleh dalam mencapai hasil yang maksimal, namun juga usahanya dalam memberikan bantuan kepada otoritas publik secara keseluruhan di daerah. Kewajiban memahami bantuan pemerintah

¹ Nurnasrina dan P.Adiyes Putra, *Kegiatan Usaha Bank Syariah* (Yogyakarta: Kalimedia, 2018), h. 1.

² Amiludin Indra, "Persepsi Masyarakat Terhadap Produk Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Bolong Kecamatan Walenrang Utara Kabupaten Luwu)" (IAIN Palopo, 2019), h.21.

daerah merupakan kewajiban bank syariah dalam memenuhi batas sosialnya. Batas sosial yang paling jelas dirasakan melalui pemilahan dan pemanfaatan zakat, infaq, bantuan, hibah, dan latihan wakaf. Dengan cara yang sama, bank syariah juga mengeluarkan zakat dari tunjangan kerja dan memberikan harta yang cukup (qardh). Batasan sosial ini harus sesuai dengan porsi dan jalannya bantuan sosial yang dibutuhkan oleh daerah setempat.³

Perbankan syariah telah berkembang. Itulah perkembangan peraturan yang mengatur perbankan syariah, tepatnya Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008. Undang-undang tersebut dalam bab1 pasal 1 tentang pengaturan umum yang membedakan bank syariah dan bank konvensional. Urusan bank syariah dalam melengkapi kapasitasnya adalah menghimpun dana dari nasabah dan menyalurkan dana dengan memperhatikan kesepakatan-kesepakatan yang termuat dalam aspek keuangan syariah. Misalnya mudharabah, wadi'ah, musyarakah, mudabahah, atau akad lain yang tidak bertentangan dengan syariat Islam.⁴ . Ekonomi Islam berkembang pesat yang ditandai dengan jumlah bank syariah, Ini adalah kesempatan yang luar biasa bagi bank syariah.

Tabel 1.1

Perkembangan Bank Syariah Januari 2022

Kelompok Bank Umum Syariah	Desember 2021		
	KPO/KC	KCP/UPS	KK
1. PT. Bank Aceh Syariah	27	96	27
2. PT. BPD Nusa Tenggara Barat Syariah	12	25	6
3. PT. Bank Muamalat Indonesia	80	131	29
4. PT. Bank Victoria Syariah	5	1	-
5. PT. Bank Jabar Banten Syariah	9	55	2
6. PT. Bank Syariah Mandiri	-	-	-

³ Kaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h.15.

⁴ Wahab, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efisiensi Bank Umum Syariah di Indonesia dengan Pendekatan Two Stage Stochastic Frontier Aproach (Studi Analisis di Bank Umum Syariah)," *Economica* VI, no. 2 (2015): 57–58.

7. PT. Bank Mega Syariah	30	29	5
8. PT. Bank Panin Dubai Syariah	10	-	1
9. PT. Bank Syariah Bukopin	13	7	4
10. PT. BCA Syariah	15	16	43
11. PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah	24	-	-
12. PT. Maybank Syariah Indonesia	1	-	-
13. PT. Bank Syariah Indonesia	273	985	75
JUMLAH	499	1345	192

Sumber: www.ojk.go.id⁵

Upaya pemerintah dalam melakukan penguatan perbankan syariah yaitu dengan merger pada tiga bank syariah. Merger adalah penggabungan badan usaha menjadi satu dengan cara mengambil alih atau membeli semua aset dan liabilitas perusahaan yang digabung. Pemerintah melihat bahwa potensi Indonesia yang negara dengan umat muslim terbesar, perbankan syariah yang dinilai cukup kuat dalam ketahanan ekonomi dimasa covid-19, serta dalam upaya mendekatkan tujuan ekonomi syariah yaitu keadilan untuk umat. Tiga bank yang di merger yaitu PT Bank BRI Syariah Tbk (BRIS), PT Bank Mandiri Syariah, dan PT Bank BNI Syariah. tetapi dilain pihak, merger bank pula wajib memberikan perlindungan kepada para nasabah, karyawan bank, kreditur, kepentingan para pengurus serta perlindungan bagi para pemegang saham khususnya pemegang saham minoritas, sebab sebagaimana diketahui aplikasi merger bisa mempengaruhi seluruh aspek-aspek yang terkait seperti penambahan serta pengurangan jumlah karyawan, perubahan jenis bidang usaha serta sebagainya.⁶ Adanya dukungan masyarakat dan persepsi masyarakat tentang merger 3 bank syariah diharapkan positif, adanya merger ini bank

⁵ OJK (Otoritas Jasa Keuangan), “*Statistik Perbankan Syariah Januari 2022*,” 2022, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Januari-2022.aspx>, diakses 5 Mei 2022, Pukul 14.30 WIB.

⁶ Jessica H. G. Sondakh, “*Kajian Hukum Tentang Pelaksanaa Merger Bank Di Indonesia Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan*,” *Lex Et Societatis IV*, no. 9 (2016): 135.

syariah dapat lebih maju, pelayanan membaik, dan mempermudah akses masyarakat dalam menggunakan fasilitas bank syariah .

Persepsi masyarakat menjadi hal penting dalam perkembangan bank syariah. Karena adanya persepsi bisa mempengaruhi masyarakat untuk menjalankan aktifitas perbankan melalui perbankan syariah. Menurut Sarlito W. Sarwono berpendapat bahwa persepsi merupakan proses pemilihan, perolehan, dan pengaturan informasi secara indrawi. Proses interaksi tak erat kaitannya menggunakan cara pandang atau persepsi satu individu terhadap individu lain. sebagai akibatnya munculah yang dinamakan persepsi masyarakat. Persepsi warga akan membentuk suatu evaluasi pada perilaku. Tindakan serta sikap individu dalam kehidupan bermasyarakat.⁷ Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.⁸ Penelitian-penelitian terdahulu mengenai persepsi antara lain Umi Wahyu Annisa (2018), Dwi Ana Ratna Utami (2017), Sari (2012). Hasil penelitian-pernelitian terdahulu menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Dani Panca Setiasih (2011) menunjukkan hasil berbeda persepsi berpengaruh negatif artinya adanya persepsi justru mengalami penurunan.

Selain faktor persepsi, faktor lain yang dianggap mempengaruhi keputusan pembelian adalah preferensi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia preferensi adalah hak untuk didahulukan dan diutamakan dari pada yang lain, prioritas, pilihan, kecenderungan, kesukaan. Menurut Kotler preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada. Penelitian-penelitian terdahulu mengenai preferensi antara lain Anburika (2018) dan Hanafiah (2019). Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan penggunaan. Sedangkan penelitian yang

⁷ Rohmaul Listyana dan Yudi Hartono, “*Persepsi Dan Sikap Msyarakat Terhadap Penanggalan Jawa Dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013,*” jurnal Agastya 13, no. 3 (2015): 121–22.

⁸ Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), h.51.

dilakukan oleh Noor (2011) menunjukkan hasil bahwa preferensi berpengaruh negatif pada keputusan penggunaan.

Sikap adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan suatu tindakan karena mendapat suatu rangsangan dan cara tertentu.⁹ Sikap dilakukan konsumen terhadap produk baik dari pandangan, pengalaman ataupun proses belajar. Sikap konsumen dapat bernilai negatif maupun positif terhadap produk-produk tertentu. Dengan mempelajari keadaan pikir dari sikap seseorang dan keadaan jiwa diharapkan bisa membawa positif terhadap perilaku seseorang. Keadaan jiwa dapat dipengaruhi oleh kebiasaan dari kebudayaan tradisi, dan lingkungan sosial. Sedangkan keadaan pikir seseorang adalah cara berpikir dipengaruhi pendidikannya. Sikap juga dapat diartikan sesuatu hal yang menentukan perbuatan sekarang maupun perbuatan yang akan datang. Dalam dunia perbankan, bank juga harus mampu memahami keinginan nasabah dan memahami bagaimana sikap nasabah berubah serta bisa menyesuaikan desain jasa pada bank syariah tersebut. Oleh karena itu, tidak hanya sebatas pada perkembangan dan pertahanan kondisi bank syariah ditengah persaingan, tetapi juga keunggulan berkelanjutan. Penelitian-penelitian terdahulu mengenai sikap Dani panca Setiasih (2011) dan Lestari (2014) berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan penggunaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nadia (2015) sikap tidak berpengaruh pada keputusan penggunaan.

Perkembangan lembaga keuangan syariah di kabupaten Grobogan ditandai dengan adanya kantor lembaga perbankan syariah yaitu seperti BSI KCP Purwodadi Suprpto, BSI KCP Gubug, BSI KCP Purwodadi Kuripan, BPRS Gala Mitra Abadi, Syariah BTPN, dan KC Grobogan Bank Syariah Sragen. Sedangkan penelitian ini dikhususkan untuk masyarakat umum kecamatan Kradenan kabupaten Grobogan tentang persepsi, preferensi, dan sikap masyarakat terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah dikarenakan pertumbuhan bank syariah yang semakin berkembang. Bank syariah masih kurang diketahui dan

⁹ Abu Ahmadi, *Psikologi sosial* (Jakarta: PT.Renika Cipta, 1999), h.179.

diminati masyarakat. Adanya anggapan masyarakat terhadap bank syariah yang tidak ada bedanya dengan bank konvensional, faktor promosi yang belum meluas, fasilitas dan jaringan kantor bank syariah, masyarakat yang terbiasa hanya memakai bank konvensional karena tidak terdapat perbandingan dengan bank syariah sebagai alasan yang membuat masyarakat setempat tak menggunakan jasa perbankan syariah. Adanya informasi elektronik dan media sosial juga memungkinkan dapat menjadi sumber informasi masyarakat mengenai bank syariah. Dengan demikian, banyak pandangan setiap individu masyarakat berbeda-beda. Hal tersebut banyak ditemui dikalangan masyarakat sesuai keseharian masyarakat setempat

Memandang keadaan tersebut, penulis memilih objek masyarakat umum di kecamatan Kradenan, sebab ingin mengetahui kenyataan bagaimana pengaruh persepsi masyarakat umum, preferensi masyarakat dalam memilih menggunakan jasa bank syariah, dan sikap masyarakat umum terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah. Penelitian pernah dilakukan oleh Abdul Hakim (2016) pada masyarakat umum kabupaten Grobogan persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan kelompok preferensi terhadap penggunaan alat pembayaran menggunakan kartu (APMK). Hasil penelitian tersebut persepsi kemudahan dan kelompok preferensi berpengaruh positif dan signifikan sedangkan persepsi kemanfaatan berpengaruh positif tapi tidak signifikan pada penggunaan APMK dan hubungan antar variabel memiliki hubungan cukup kuat yaitu 61,8 % dan 39,2% dipengaruhi variabel lain.. Dalam penelitian lain yang dilakukan di kabupaten Grobogan oleh Sella Setya, Sriroso, dan Tutik (2020) yang berjudul sikap petani terhadap produk bank syariah mandiri di kecamatan Gubug, hasil penelitian menunjukkan mengenai sikap petani terhadap Bank Syariah Mandiri di Desa Trisari Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan, diperoleh simpulan yaitu faktor yang mempengaruhi sikap petani terhadap produk bank Syariah Mandiri yakni umur petani, tingkat pendidikan, lamanya usaha tani, jumlah tanggungan keluarga, dan pendapatan. Sikap petani dalam kategori setuju

atau baik yaitu 77,78%. Ada pengaruh yang signifikan antara umur petani, tingkat pendidikan, lamanya usaha tani, jumlah tanggungan keluarga, dan pendapatan terhadap sikap petani pada produk Bank Syariah Mandiri di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan.

Sedangkan peneliti mengambil studi kasus masyarakat umum di kecamatan kradenan karena belum pernah ada penelitian yang mengambil studi kasus yang sama dan letak kecamatan yang dekat dengan dua kabupaten yaitu kabupaten Sragen dan terletak di bagian timur kabupaten Grobogan sebelum kecamatan Gabus yang berbatasan dengan kabupaten Blora tapi masih belum ada fasilitas bank syariah dan belum strategis dalam pengembangan bank syariah. Oleh sebab itu bersumber dari permasalahan yang terjadi menjadikan penulis tertarik dalam melaksanakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi, Preferensi, Dan Sikap Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Kradenan)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah:

1. Bagaimana persepsi masyarakat terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah di kecamatan Kradenan?
2. Bagaimana preferensi masyarakat terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah di kecamatan Kradenan?
3. Bagaimana sikap masyarakat terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah di kecamatan Kradenan?

1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh persepsi masyarakat terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah di kecamatan Kradenan

- b. Untuk mengetahui pengaruh preferensi masyarakat terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah di kecamatan Kradenan
- c. Untuk mengetahui pengaruh sikap masyarakat terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah di kecamatan Kradenan

2. Manfaat Penelitian

. Manfaat yang diharapkan penulis setelah penelitian ini ialah sebagai berikut:

a. Bagi Akademisi

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pembendaharaan ilmu untuk aktivitas akademik khususnya mengenai perbankan syariah

b. Bagi Peneliti

Dalam hal ini peneliti mendapatkan ilmu dan pengetahuan tentang perbankan syariah. Selain itu juga sebagai bahan perbandingan antara ilmu yang didapatkan selama di bangku kuliah maupun dari hasil membaca literature-literatur.

c. Bagi Dunia Perbankan

Supaya digunakan untuk bahan pertimbangan bagi praktisi perbankan syariah khususnya yang ada di wilayah Kabupaten Grobogan.

d. Bagi Peneliti Lain

Menambah pengetahuan dalam dunia perbankan syariah. Serta sebagai masukan pada penelitian dengan topik yang sama masa yang mendatang.

e. Bagi Pengguna Jasa Perbankan Syariah

Untuk para nasabah hal ini dapat digunakan sebagai bahan pengetahuan dan menambah informasi tentang bank syariah

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Dalam bab ini akan membahas mengenai latar belakang yang berisi alasan mengapa penelitian ini untuk dilakukan, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan

Bab II : Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini akan membahas tentang teori persepsi, preferensi, dan sikap masyarakat umum terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah dan hipotesis penelitian

Bab III : Metode Penelitian

Pada bab ini akan memberikan informasi jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, variable penelitian, definisi konsep dan operasional, instrumen penelitian, uji instrumen penelitian dan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

Bab IV : Analisis Data dan Pembahasan

Dalam bab ini akan menjelaskan mengenai hasil analisis data dan pembahasan tentang pengaruh persepsi, preferensi dan sikap masyarakat umum terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah studi kasus kecamatan Kradenan, kabupaten Grobogan.

Bab V : Penutup

Pada bab ini mencakup kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan, saran-saran yang dapat diberikan penulis terhadap temuan dalam penelitian, dan diakhiri dengan penutup.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

Kerangka teori adalah wadah yang memaknai faktor-faktor atau topik yang terkandung dalam penelitian. Teori-teori ini digunakan untuk acuan pembahasan. Dengan cara ini, diatur dengan tujuan agar penelitian diterima menjadi diyakini kebenarannya.¹⁰

Teori Inferensi Koresponden, Teori inferensi koresponden Jones dan Davis merupakan sebuah teori yang menjelaskan bagaimana kita dapat menyimpulkan apakah perilaku individu itu dari karakteristik personal atau dari pengaruh situasional.¹¹ Menurut Jones dan Davis terdapat dua faktor yang menentukan perilaku individu. Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, karakter adalah tabiat, watak sifat-sifat kejiwaan, akhlak dan budi pekerti yang membedakan seseorang dengan yang lain. Sedangkan Situasional dapat diartikan sesuai mengenai situasi (kedudukan letak suatu tempat atau keadaan) yang tepat.¹² Setiap individu memiliki karakter berbeda-beda yang membuat individu membentuk persepsi, kecendrungan memilih (preferensi) dan sikap dalam hal ini yaitu keputusan menggunakan jasa bank syariah. Campbel dan Bond (1982) menjelaskan faktor utama dalam pembangunan karakter yaitu keturunan, pengalaman masa kanak-kanak, contoh/model orang dewasa atau yang lebih tua, rekan, fisik dan lingkungan, media komunikasi, pendidikan disekolah, dan peran yang menimbulkan perilaku.¹³ Situasi yang tidak tepat seperti letak bank syariah atau keadaan lingkungan yang kurang strategis dapat menjadi penyebab. Seperti yang ditunjukkan oleh Kotler, salah satu kunci kemajuan/prestasi adalah lokasi, area dimulai dengan memilih area lokal.

¹⁰ Arikunto, *Metode Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 107.

¹¹ Ristiyanti Prasetyo dan John J.I.O Ihalauw, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi, 2005), h.68.

¹² <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>. Diakses 28 Mei 2022, Pukul 20.00 WIB.

¹³ Bambang Sulisty, "*Pengembangan Moral Dan Karakter: Sebuah Kajian Konsep Untuk Pembelajaran*," *Semantik (Jurnal Ilmiah Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia*, 2017, h. 35.

Keputusan ini sangat bergantung potensi perkembangan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim bisnis, serta sebagainya.¹⁴ Dari teori tersebut bahwa adanya perilaku individu terbentuk dari karakter personal dan pengaruh situasional sedangkan dalam teori tersebut mengabaikan apa yang boleh jadi aspek penting dari sisi perusahaan/organisasi yaitu efektifitas perusahaan. Untuk mencapai hasil sesuai tujuan organisasi yaitu memilih lokasi yang tepat, karena lokasi yang tepat boleh jadi mempengaruhi penerapan strategi perusahaan dan perluasan jangkauan seperti melalui promosi produk. Adanya promosi dapat juga mempengaruhi tingkat pemahaman individu.

2.1.1 Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Persepsi dari bahasa Inggris yaitu perception yang berarti “penglihatan, tanggapan daya memahami atau menanggapi”.¹⁵ Beberapa ahli memberikan definisi yang beragam tentang persepsi. Beberapa pendapat diantaranya:

1) Bimo Walgito

Persepsi adalah suatu proses diterimanya stimulus dari individu melalui alat indera serta kemudian bagaimana menginterpretasikan stimulus itu sehingga dapat menyadari, mengerti mengenai apa yang diinderanya tersebut.¹⁶

2) Jalaluddin Rakhmat

Persepsi adalah pengalaman mengenai objek peristiwa, hubungan-hubungan yang didapat dengan menyimpulkan informasi serta menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimulus inderawi (sensori stimuli).¹⁷

¹⁴ Sandra Fitriani, dkk, “Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasila Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil,” *Management Insight* 13, no. 1 (n.d.): 49.

¹⁵ John M. Echols dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia* (Jakarta: Gramedia, 1996), h.424.

¹⁶ Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum* (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), h.69.

¹⁷ Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), h.51.

3) Sarlito Wirawan Sarwono

Sarlito W.Sarwono berpendapat bahwa persepsi adalah proses pemilihan, perolehan, serta pengaturan informasi secara indrawi. Proses interaksi tidak erat kaitannya dengan persepsi antara satu individu dengan individu lain. Lalu timbulah persepsi masyarakat. Persepsi masyarakat akan menghasilkan suatu penilaian pada sikap. Tindakan dan Perilaku individu di kehidupan bermasyarakat.¹⁸

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi Menurut Prasetijo dan Ihalauw yaitu:¹⁹

1) Faktor Internal

- a) Pengalaman
- b) Kebutuhan saat itu
- c) Nilai-nilai yang dianutnya
- d) Ekspektasi

2) Faktor Eksternal

- a) Tampilan Produk
- b) Sifat-sifat stimulus
- c) Situasi lingkungan

2.1.2 Preferensi

a. Pengertian Preferensi

Preferensi merupakan hak untuk didahulukan serta diutamakan dari yang lain, prioritas, pilihan, kecenderungan, kesukaan.²⁰ Teori preferensi digunakan sebagai analisis tingkat kepuasan untuk konsumen, Misalnya, untuk mengkonsumsi barang dengan aset terbatas, ia harus memilih opsi sehingga nilai

¹⁸ Sarlito W Sarwono, *Pengantar Psikologi Umum* (Jakarta: Rajawali Press, 2010), h.94.

¹⁹ Ristiyanti Prasetijo dan John J.I.O Ihalauw, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi, 2005), h.68.

²⁰ Lisna Nety Herawati, “*Preferensi dan Keputusan Masyarakat Kecamatan Karawaci dalam Menyalurkan Zakat*” (UIN Syarif Hidayatullah, 2011), h.16.

penggunaan atau utilitas yang didapat ideal. Dengan demikian, untuk menjamin bahwa kecenderungan mentalitas pelanggan adalah keputusan merek barang di mana dalam perilakunya ada kemungkinan untuk fokus dan membagikan merek tertentu.²¹

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Variasi Dalam Perilaku

Menurut Husein berpendapat beberapa faktor penentu yang mempengaruhi variasi dalam perilaku konsumen dan faktor-faktor penentu tersebut bisa di bagi menjadi dua faktor utama:²²

1. Faktor Lingkungan, perilaku konsumen dalam lingkungan yang kompleks akan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti:

- a) Budaya
- b) Kelas social
- c) Pengaruh pribadi

2. Faktor psikologis, faktor ini merupakan proses pengolahan informasi pembelajaran dan perubahan sikap atau perilaku yang terdiri dari:

- a) Motivasi dan keterlibatan
- b) Persepsi
- c) Proses belajar atau pengetahuan
- d) Kepercayaan, demografi, dan sikap

c. Macam-macam Preferensi

Macam-macam preferensi terbagi menjadi dua yaitu:²³

1. Preferensi individu, preferensi atau sekumpulan benda atau jasa apa saja bisa berbeda-beda. Walaupun berbeda-beda, di mata para ekonom (utamanya ekonom neoklasik) dasar keputusan manusia atas pilihan-pilihan yang berbeda itu adalah sama.

²¹ Umi Wahyu Anisa, “Pengaruh Persepsi, Preferensi, dan Sikap Masyarakat Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Kecamatan Mungkid Kabupaten Magelang)” (IAIN Salatiga, 2016), h.18.

²² Fahd Noor dan Yulizar Djamaludin Sanrego, “Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus DKI Jakarta), Alumnus Program Studi Ekonomi Islam dan Staf Pengajar Program Studi Ekonomi Islam” (STEI Tazkia, 2011), h.66.

²³ Herawati, “Preferensi dan Keputusan Masyarakat Kecamatan Karawaci dalam Menyalurkan Zakat”, (UIN Syarif Hidayatullah, 2011), h.21.

2. Preferensi Sosial, kerjasama bersyarat itu dapat digolongkan sebagai preferensi sosial. Pokok yang disebut belakangan ini terkait dengan bagaimana orang menyusun urutan atau ranking bagi dirinya sendiri serta bagi orang lain, ketika berhadapan dengan urusan pembagian materi yang berbeda-beda. Dalam bahasa sehari-hari, ini soal membagi sesuatu untuk seseorang dan untuk orang lain.

d. Langkah Pembentuk preferensi

Menurut Lilien (1995) dan Kotler (2000) dalam Simamora ada beberapa langkah yang dapat dilalui sampai konsumen membentuk preferensi antara lain:²⁴

1. Asumsi konsumen melihat produk sebagai sekumpulan. Sebagai contoh, sekaleng susu instan adalah sekumpulan atribut yang terdiri dari, kandungan gizi, harga, ukuran, serta reputasi. Konsumen yang berbeda mempunyai persepsi yang berbeda tentang atribut apa yang relevan. Tingkat kepentingan atribut berbeda-beda sesuai kebutuhan serta keinginan setiap individu. Konsumen mempunyai penekanan yang berbeda-beda dalam menilai atribut apa yang paling penting. Konsumen yang daya belinya terbatas, kemungkinan besar memperhitungkan atribut dengan harga sebagai yang utama.
2. Konsumen mengembangkan kepercayaan mengenai letak produk pada setiap atribut. Sejumlah kepercayaan mengenai merek tertentu disebut “brand image”. contohnya sejumlah kepercayaan tentang merek Dancow Instant yaitu antara lain : harga terjangkau, mutu terjamin.
3. Tingkat kepuasan konsumen dengan produk akan berbagai macam sesuai perbedaan atribut. contohnya, seseorang menginginkan besarnya gambar dari televisi. Maka, kepuasan tertinggi akan didapatkan dari televisi paling

²⁴ Bilson Simamora, *Membongkar Kotak Hitam Konsumen* (Jakarta: Gramedia, 2003), h.88.

besar serta kepuasan terendah berasal dari televisi paling kecil. Oleh karena itu, semakin besar ukuran televisi, maka dapat diartikan kepuasan semakin besar.

4. Konsumen akan dapat sampai pada sikap terhadap mereka yang berbeda melalui prosedur evaluasi.

2.1.3 Sikap

a. Pengertian Sikap

Sikap merupakan ekspresi perasaan (inner feeling) yang memperlihatkan apakah seseorang suka atau tidak menyukai, senang atau tidak senang serta setuju atau tidak pada suatu objek. Objek tersebut dapat seperti merek, layanan, pengecer, perilaku tertentu dan lain-lain.²⁵ Sikap menurut Abu Ahmadi merupakan kecenderungan seseorang melakukan suatu tindakan disebabkan mendapat suatu rangsangan dan cara tertentu.²⁶

Perspektif terhadap produk tertentu dapat mempengaruhi bagaimana pembeli akan menggunakan produk tertentu. Sikap ini bisa positif, dan bisa juga negatif. Dalam pandangan yang menggembirakan, kecenderungan untuk melakukan aktivitas adalah mendekati, dan mengantisipasi hal-hal tertentu, sedangkan dalam disposisi negatif ada kecenderungan untuk menjauhi atau meremehkan barang-barang tertentu. Misalnya, nasabah yang memiliki pandangan yang menggembirakan terhadap perbankan syariah Indonesia terikat untuk memanfaatkan pelayanan bank syariah, kemudian lagi jika nasabah atau masyarakat pada umumnya bersikap pesimis, mereka kurang cenderung untuk memanfaatkan pelayanan bank syariah. bank.

²⁵ I K. Ade Siswanta, dkk, "Analisis Sikap Dan Perilaku Konsumen Terhadap Pemilihan Rumah Tinggal Pada Kawasan Sunset Garden Di Kota Denpasar, Bali," Jurnal Spektran 2, no. 1 (2014): 45, <https://doi.org/10.24843/SPEKTRAN.2014.v02.i01.p06>.

²⁶ Abu Ahmadi, *Psikologi sosial* (Jakarta: PT.Renika Cipta, 1999), h.179.

b. Komponen Sikap

Menurut Sunyoto, Sikap memiliki tiga komponen yang saling berhubungan terhadap penawaran produk dalam masalah-masalah yang baik atau kurang baik yaitu:²⁷

1. Komponen Kognitif, merupakan berupa pengetahuan, kepercayaan, atau pikiran yang didasarkan pada informasi yang berhubungan dengan suatu objek. misalnya mengenai sikapnya pada sepeda motor Honda seorang konsumen akan dapat menunjukkan sikap tertentu apakah itu positif ataupun negatif tergantung pada informasi atau pengalamannya saat dengan sepeda motor merek tersebut.
2. Komponen Afektif, menunjukkan pada dimensi emosional dari sikap yang merupakan emosi yang berhubungan dengan suatu objek yang dapat dirasakan sebagai menyenangkan ataupun tidak menyenangkan manfaat atau tidak bermanfaat Perasaan konsumen pada objek sikap dipengaruhi kognisi. Konsumen dapat sangat senang dengan sepeda motor merek Honda karena mempunyai pengetahuan, informasi yang semuanya positif tentang merek sepeda motor tersebut.
3. Komponen Konatif, merupakan adalah cara berperilaku atau aktivitas yang mencakup salah satu kecenderungan untuk menindaklanjuti item tersebut. Jadi bagian ini bukanlah cara berperilaku yang sebenarnya, namun masih merupakan keinginan untuk bergerak. Dalam penelitian menampilkan, bagian konatif ini biasanya diperkirakan dari kekuatan untuk membeli atau kekuatan untuk memilih merek atau kekuatan mengenai perilaku pembelian lainnya.

c. Hubungan Persepsi dan Sikap

Sikap adalah evaluasi positif atau negatif dari hal atau masalah tertentu yang berhubungan dengan lingkungan. Perilaku

²⁷ Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: CAPS, 2014), h.21.

ini dapat dipengaruhi oleh informasi dan informasi tentang lingkungan, namun kecenderungan terhadap lingkungan ini juga dapat mempengaruhi pemahaman iklim tanpa henti. Bagian psikologis akan menjawab mengapa artikel itu dibuat atau dirasakan. Area dekat rumah mengatur perasaan Anda (secara tegas atau negatif) tentang artikel tersebut. Demikian juga, segmen konasi menjawab bagaimana menambahkan keinginan atau status atau tindakan ke item. Kemudian, pada saat itu, ketiga bagian tersebut tidak berdiri sendiri-sendiri, namun menunjukkan bahwa manusia adalah suatu sistem psikologis. Ini dapat diartikan bahwa cara berpikir singular tidak dapat dipisahkan dari pendapatnya. Sudut pandang mental dapat menjadi penting bagi penggerak kemajuan mengingat informasi yang didapat untuk memutuskan pendapat dan kapasitas untuk bertindak. Pengetahuan adalah keterkaitan wawasan individu yang dapat muncul dari bagian psikologis, yang dipengaruhi oleh faktor individu, (misalnya minat, data, kecenderungan untuk fokus, dan pengalaman), komponen sosial, serta faktor ramah, dan iklim yang sebenarnya. Melalui bagian psikologis ini akan timbul pertimbangan dan pemikiran tentang apa yang seharusnya menyerupai namun menunjukkan bahwa manusia adalah Aspek kognisi. Hal ini dapat diartikan bahwa seorang individu tidak dapat dipisahkan dari perasaannya. Aspek kognisi dapat menjadi bagian dari penggerak perubahan karena data yang diperoleh menentukan kecenderungan dan keinginan untuk menindaklanjuti sesuatu. Wawasan adalah interaksi persepsi individu yang dapat muncul dari bagian mental, yang dipengaruhi oleh variabel individu (seperti minat, minat, informasi, kecenderungan memperhatikan, dan perjumpaan), elemen sosial, serta elemen sosial dan ekologi aktual. Melalui komponen kognisi, akan muncul pemikiran dan gagasan tentang apa yang seharusnya terlihat.²⁸

²⁸ Ferry Hidayat, "*Persepsi dan Sikap Pedagang Muslim di Pasar Panorama Terhadap*

d. Proses Pembentukan Dan Perubahan Sikap

Proses pembentukan dan perubahan sikap sebagai berikut:

1. Adopsi adalah kejadian-kejadian atau peristiwa-peristiwa yang dapat terjadi berulang, seiring berjalannya waktu diserap kedalam diri individu secara bertahap dan mempengaruhi terbentuknya sikap.
2. Diferensiasi merupakan dengan bertambahnya inteligensi yang diikuti pula penambahan pengalaman seiring bertambahnya usia, maka ada sesuatu yang tadinya dianggap sejenis, sekarang dipandang sebagai tersendiri lepas dari jenisnya.
3. Integrasi merupakan pembentukan yang terjadi secara bertahap, dimulai dengan berbagai pengalaman berhubungan dengan satu hal. Hal tersebut mengakibatkan terbentuknya sikap tentang hal tersebut.
4. Trauma merupakan pengalaman tiba-tiba mengejutkan serta meninggalkan kesan mendalam terhadap jiwa seseorang yang bersangkutan.

Perkembangan sikap tidak terjadi begitu saja, melainkan melalui suatu siklus tertentu, melalui kontak sosial yang tiada henti antara orang dan orang lain di sekitarnya. Dalam hubungan ini, variabel yang mempengaruhi perkembangan perspektif adalah Faktor Internal: lebih spesifik elemen-elemen yang ada di dalam diri individu yang bersangkutan, seperti faktor keputusan. Faktor-faktor luar: terlepas dari variabel-variabel yang ada di dalam diri sendiri, perkembangan mentalitas yang tidak sepenuhnya ditentukan oleh unsur-unsur luar, sikap objek, perilaku positif atau negatif, Kewibawaan dan media. Keadaan di mana

sikap itu dibingkai. Gagasan tentang individu atau perkumpulan yang membantu sikap tersebut .²⁹

2.1.4 Perbankan Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Bank syariah beroperasi sesuai dengan konsep syariah yang dalam praktiknya menghindari riba dan gharar yang telah diatur sesuai dengan ketentuan dalam Al-Qur'an dan Hadist.

Bank syariah didirikan sebagai wadah untuk menghimpun serta menyalurkan dana yang memiliki misi pemerataan, kemaslahatan, kejujuran yang bertumpu pada syariah. Namun, selama penghimpunan dan penyaluran dana terjadi, bisnis jasa keuangan Islami tidak akan berakhir. Hal ini menunjukkan asumsi bahwa daerah setempat masih memerlukannya. Kondisi membuka pintu bagi setiap individu yang mengawasi bank syariah untuk ikut menngawasi bisnis syariah.³⁰

Bank syariah didefinisikan *as an institution or a shareholding company that is formed for the purpose of dealing in cash and credit, as it provides a safe place for cash deposits and gives cash loans, and in some countries and other functions that it performs* (Omar, 1965). The Scientific and Practical Encyclopedia mendefinisikan *the Islamic Bank as a tool of applying and deepening of tools related to spiritual values, a centre to radiate and a school to educate a practical way to a decent life for the members of the Islamic nation and support for the economies of Islamic countries* (Islamic Banks, 1977).³¹

²⁹ Ahmad Khozin Asrofi, “Persepsi Dan Sikap Santri Terhadap Bank Muamalat Indonesia Studi Kasus Di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Baitul Abidin Darussalam Kalibeber Mojotengah Wonosobo,” Skripsi (UIN Walisongo Semarang, 2016), h.40.

³⁰ Imam dan Retnandi Meita Putri Yahya, “PENGARUH PERUBAHAN BIAYA TRANSAKSI KARTU ATM (ANJUNGAN TUNAI MANDIRI) PADA TABUNGAN FAEDAH TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI NASABAH DI BRI SYARIAH KC SEMARANG” VII, no. edisi 1 (2016).

³¹ Anas Satti Satti Mohammed dkk., “Evaluation of The Performance of Financing Formulas in Islamic Banks: Field Study Applied on the Islamic Banks Operating in Sudan,” International Journal of Innovation, Creativity and Change 14, no. 11 (2020): 550.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia mengalami peningkatan yang kritis, hal-hal tersebut telah membentuk undang-undang yang mengatur tentang perbankan syariah, khususnya UU No.21 Tahun 2008 yang jelas membedakan bank konvensional dan bank syariah. Urusan bank syariah dalam melengkapi kapasitasnya adalah menghimpun dana dari nasabah dan menyalurkan dana dengan memperhatikan kesepakatan-kesepakatan yang termuat dalam aspek keuangan syariah. Misalnya mudharabah, wadi'ah, musyarakah, mudabahah, atau akad lain yang tidak bertentangan dengan syariat Islam..³²

b. Produk-Produk Bank Syariah

produk-produk bank syariah sebagai berikut:

1. Produk Penghimpun Dana

Penghimpun dana pada bank syariah meliputi tabungan, giro, dan deposito. Berikut penjelasannya:

- a) Giro, Standar syariah giro diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 01/DSN-MUI/IV/2000 tentang Giro. Giro merupakan simpanan menggunakan dengan akad-akad wadi'ah atau akad-akad lain yang tidak bertentangan dengan standar syariah, yang penarikannya dapat dilakukan kapan saja dengan menggunakan cek, bilyet giro, atau dengan surat perintah pemindah pembukuan.
- b) Tabungan, adalah simpanan berdasarkan akad wadi'ah atau sehubungan dengan akad muḍārabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan standar syariah yang penarikannya dapat dilakukan dengan akad tertentu yang disepakati, namun tidak bisa ditarik dengan cek, bilyet giro, atau perangkat yang berpotensi berbeda. Aturan

³² Wahab, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efisiensi Bank Umum Syariah di Indonesia dengan Pendekatan Two Stage Stochastic Frontier Approach (Studi Analisis di Bank Umum Syariah)," *Economica* VI, no. 2 (2015): 57–58."

tabungan diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan.

- c) Deposito, Deposito adalah investasi aset berdasarkan akad Mudharabah atau perjanjian lain yang tidak bertentangan dengan standar syariah, yang penarikannya harus dilakukan pada waktu tertentu dengan pertimbangan kesepakatan antara nasabah penabung bank syariah atau UUS. Deposito diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 03/DSN-MUI/IV/2000 tentang deposito. Dalam standar mudharabah, pemberi atau penyimpan bertindak sebagai pemilik modal sedangkan bank bertindak sebagai pengelola. Harta-harta yang disimpan tersebut kemudian menjadi untuk pembiayaan, karena situasi ini dengan asumsi bank melibatkannya untuk mendukung mudharabah, bank bertanggung jawab atas segala kerugian yang mungkin terjadi.

2. Kegiatan bank syariah pada pembiayaan

- a) Pembiayaan jual beli. Jual beli dilaksanakan karena adanya pemindahan kepemilikan barang. Keuntungan disebutkan di depan dan termasuk harga dari harga yang dijual. Terdapat tiga jenis jual beli dalam pembiayaan konsumtif, modal kerja dan investasi dalam bank syariah yaitu:

Menurut Imam Al-Marghanani Al-Hanafi murobahah yaitu *“Murabahah is transferring what he owned in the first contract with the first price with an increase in profit”*.

Sedangkan definisi diskon murobahah adalah *a sale at a price equal to the first price and an increase in a known profit agreed upon between the contracting parties*.³³

Murobahah berdasarkan DSN MUI No.04 Tahun 2000 ialah menjual suatu barang dengan menegaskan harga beli

³³ Anas Satti Satti Mohammed dkk., *“Evaluation of The Performance of Financing Formulas in Islamic Banks: Field Study Applied on the Islamic Banks Operating in Sudan,”* International Journal of Innovation, Creativity and Change, Volume 14, Issue 11, 2020. hal.550.

kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.

Dua, Salam: Dalam memperdagangkan klien sebagai pembeli, pembeli memberikan uang tunai di tempat perjanjian sesuai dengan harga produk yang diminta dan gagasan barang dagangan yang dirujuk sebelumnya. Tiga, Istishna': Penting untuk Bai' As-Salām namun Bai' Al-Istishna' mengikuti Bai' As-Salām namun angsuran dapat dilakukan beberapa kali angsuran berikutnya menjadi sutradara. Manfaat sesuai kesepakatan dalam perjanjian.

- b) Pembiayaan kemitraan. Mudharabah dan Musyarakah. Mudharabah adalah akad kerjasama bisnis antara dua perkumpulan dimana pihak utama (shahibul maal) memberikan (100 persen) modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola. Musyarakah, secara etimologis, musyarakah atau syirkah mengandung pengertian ikhtilath (perpaduan), khususnya perpaduan antara satu harta dengan sumber yang berbeda, sehingga tidak dapat dibedakan dari keduanya. Secara umum, musyarakah adalah kesepakatan kerja sama antara sedikitnya dua orang untuk suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak menyumbangkan cadangan (kemampuan) dengan pengaturan bahwa keuntungan dan kerugian akan ditanggung bersama oleh kesepakatan.
- c) Pembiayaan sewa, Ijarah adalah akad penyediaan dana dalam rangka pemindahan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa, tanpa diikuti pemindahan suatu kepemilikan barang itu sendiri. IMBT (*Ijarah Mumtahia Bit-tamlik*) merupakan sewa diakhiri dengan pemindahan suatu kepemilikan barang ataupun sejenis perpaduan antara kontrak jual beli dan sewa ataupun

akad sewa yang diakhiri pemindahan kepemilikan kepada si penyewa.

d) Produk yang berkaitan dengan jasa.

a. Sharf (Penjualan dan pembelian Valuta Asing), dapat dicirikan sebagai transaksi jual beli antara satu uang dengan yang lain, misalnya rupiah diperdagangkan sejauh menyangkut dolar, ringgit diperdagangkan dengan rupiah serta sebaliknya.

b. Wakalah, artinya, mewakili, atau memberikan perintah. Secara khusus, wakalah adalah penyerahan (delegasi) untuk melakukan suatu tugas (taukil) pada pemberi kuasa hukum. Dalam praktik keuangan, itu terjadi ketika klien memberikan persetujuan kepada bank untuk memanggil dirinya sendiri untuk menjalankan administrasi tertentu.

c. Kafalah, dalam arti yang sebenarnya berarti menjamin. Kafalah pada umumnya adalah suatu akad untuk menawarkan suatu jaminan yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain dimana penanggung bertanggung jawab atas angsuran suatu kewajiban yang menjadi hak penerima jaminan.

d. Hiwalah, adalah pengalihan utang atau piutang dari pihak kreditur kepada pihak penanggung pelunasan hutang. Konsep hiwalah adalah memindahkan utang dari muhil sebagai peminjam pertama kepada pihak muhal'alaih sebagai peminjam kedua. Proses pengalihan tanggung jawab ini harus disahkan melalui akad hiwalah.

e. Rahn, sesuai dengan istilah syara' adalah menjadikan benda berharga dalam perspektif syara' adalah suatu jaminan atau kewajiban. Rahn juga dapat

dicirikan sebagai kewajiban dengan menyerahkan barang jaminan dan membuat jaminan.

- d) Produk yang berkaitan dengan kegiatan sosial
 - (a) Qordh merupakan akad peminjaman harta kepada orang lain dengan adanya kembalian semisal. Dalam perbankan merupakan akad peminjaman kepada nasabah dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan dana yang diterimanya kepada lembaga keuangan syariah pada waktu yang telah disepakati antara nasabah dan lembaga keuangan syariah. *Qordhul hasan* adalah pinjaman tanpa imbalan yang memungkinkan peminjam untuk menggunakan dana tersebut selama jangka waktu tertentu dan mengembalikannya dalam jumlah yang sama pada akhir periode yang disepakati.
 - (b) Ziswaf (Zakat, Infaq, Sodaqoh, dan Wakaf).
 - (c) Penyaluran dana kebajikan dengan zakat produktif.³⁴

2.1.5 Pengambilan Keputusan

a. Pengertian Pengambilan Keputusan

Menurut Setiadi pengambilan keputusan konsumen adalah Menyatakan bahwa, proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan (decision) melibatkan pilihan di antara dua atau lebih alternatif tindakan. Keputusan selalu mensyaratkan pilihan di antara beberapa perilaku yang berbeda.³⁵

Menurut Prasetijo dan Ihalauw ada sudut pandang dalam menganalisa dalam pengambilan keputusan konsumen antara lain:³⁶

³⁴ Nurnasrina dan P.Adiyes Putra, *Kegiatan Usaha Bank Syariah* (Yogyakarta: Kalimedia, 2018), h.75-213.

³⁵ Nurlina, dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa," *Jurnal Samudra Ekonomika* 3, no.1 (2019): 4.

³⁶ Ristiyanti Prasetijo dan John J.I.O Ihalauw, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi, 2005), h.260.

1. Sudut pandang ekonomik, pandangan ini melihat bahwa konsumen adalah sebagai orang yang membuat keputusan secara rasional. Ini dapat berarti bahwa konsumen harus mengetahui alternatif produk yang ada serta harus mampu membuat peringkat dari setiap alternatif yang ditentukan. Dilihat dari kegunaan dan kerugian harus dapat mengidentifikasi salah satu alternatif yang terbaik. Menurut ahli sosial, model *ekonomik man* ini tidak realistis. Alasan yang mereka kemukakan adalah: Manusia mempunyai keterbatasan kemampuan, kebiasaan dan gerak, Manusia dibatasi oleh nilai-nilai serta tujuan, Manusia dibatasi oleh pengetahuan yang dimiliki.
2. Sudut pandang pasif, pandangan ini menyatakan bahwa konsumen pada dasarnya pasrah kepada kepentingannya sendiri serta menerima secara pasif usaha-usaha promosi dari pemasar. Kelemahan pandangan ini yaitu tidak mempertimbangkan kenyataan bahwasanya konsumen memiliki peranan penting dalam setiap pembelian yang dilakukan mereka.
3. Sudut pandang kognitif, menurut pandangan ini, konsumen adalah pengolah informasi yang selalu mencari dan mengevaluasi informasi tentang produk dan toko atau gerai. *Cognitive man* juga seringkali memiliki pola respon tertentu terhadap informasi yang berlebihan serta seringkali juga mengambil jalan pintas supaya memfasilitasi pengambilan keputusannya agar sampai pada keputusan yang memuaskan.
4. Sudut pandang emosional, pandangan ini menekankan emosi sebagai pendorong utama sehingga konsumen membeli suatu produk. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan konsumen merupakan suatu tindakan pemilihan yang dilakukan oleh konsumen atas beberapa alternatif yang dihadapkan pada dirinya.

b. Jenis-Jenis Keputusan

Para ahli bidang teori keputusan sudah mengembangkan beberapa cara guna mengelompokkan beberapa jenis keputusan yang berbeda-beda. Dalam hal ini, akan dipergunakan pembedaan yang banyak diterima umum contohnya yang disarankan Herbert Simon dalam Tampubolon seperti yang telah diuraikan berikut ini:³⁷

1. Keputusan terprogram (Programmed Decision) Keputusan yang terprogram ialah bila keputusan yang diambil didasarkan pada sering terjadinya suatu situasi yang khusus sehingga digunakan prosedur rutin untuk memecahkannya. Suatu keputusan bisa diprogram sejauh keputusan itu berulang-ulang serta rutin dan telah dikembangkan prosedur tertentu guna menanganinya.
2. Keputusan yang tidak terprogram (Unprogrammed Decision) Keputusan yang tidak terprogram ialah jika keputusan baru tidak tersusun (unstructure), atau belum ada prosedur yang pasti untuk menanganinya, sebab persoalan yang timbul tidak sama persis dengan yang sebelumnya atau sebab persoalan itu rumit atau luar biasa pentingnya. Dengan demikian, keputusan seperti ini memerlukan penanganan yang secara khusus.

c. Langkah-Langkah Pengambilan Keputusan

Keputusan membeli ataupun mengkonsumsi suatu produk dengan merek tertentu diawali dengan langkah-langkah sebagai berikut:³⁸

1. Pengenalan Kebutuhan, ada saat konsumen menghadapi suatu masalah, yaitu ketika suatu keadaan terdapat perbedaan

³⁷ Umi Wahyu Anisa, “Pengaruh Persepsi, Preferensi, dan Sikap Masyarakat Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Kecamatan Mungkid Kabupaten Magelang)”, (Skripsi IAIN Salatiga), h.36.

³⁸ Nina Maharani, “PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK IPHONE DI BANDUNG,” Jurnal Unisba, n.d., h. 67–68, <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/performa/article/download/3043/1904>.

antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya terjadi. Faktor yang mempengaruhi kebutuhan menurut Engel, Blackwell, dan Miniard diantaranya waktu, perubahan situasi, pemilikan produk, konsumsi produk, perbedaan individu, pengaruh pemasaran.

2. Pencarian Informasi, mulai dilakukan ketika konsumen memandang bahwa kebutuhan tersebut dapat dipenuhi dengan membeli serta mengkonsumsi suatu produk. Konsumen akan mencari informasi yang tersimpan di dalam ingatannya (pencarian internal) serta mencari informasi di luar (pencarian eksternal).
3. Evaluasi Alternatif, proses mengevaluasi dan menilai produk dan merek, dan memilihnya sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen. Pada proses evaluasi alternative, konsumen membandingkan berbagai pilihan yang bisa memecahkan masalah yang dihadapinya. Evaluasi alternatif muncul karena banyaknya alternatif pilihan, dan disini konsumen akan memilih merek yang akan memberikan manfaat yang diharapkannya.
4. Keputusan pembelian, konsumen akan menentukan pilihan dan bentuk niat pembelian setelah melalui tahap-tahap sebelumnya, konsumen biasanya akan membeli produk yang paling bisa memenuhi kebutuhannya. Konsumen juga dapat menunda atau menghindari keputusan pembelian jika resiko yang dihadapi besar bila membeli produk tersebut.
5. Perilaku sesudah pembelian, konsumen akan mengevaluasi produk yang dibelinya apakah memuaskan atau tidak, jika memuaskan dan sesuai harapan konsumen maka kemungkinan akan kembali membeli produk tersebut.

2.2 Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu yang relevan bertujuan guna memperoleh bahan acuan dan perbandingan. Selain itu untuk menghindari tanggapan kesamaan. Penelitian terdahulu yang relevan, antara lain:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Umi Wahyu Anisa (IAIN Salatiga, 2016)	Pengaruh Persepsi, Preferensi, dan Sikap Masyarakat Muslim Terhadap Pembelian Jasa Bank Syariah (Studi Kasus di Kecamatan Munkid Kabupaten Magelang)	Kuantitatif	Persepsi dan preferensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. sedangkan sikap tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian artinya semakin tinggi tingkat sikap tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa bank syariah
2	Dani Panca Setiasih (IAIN Walisongo, 2011)	Analisis Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku Dosen Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Dosen Fakultas	Kuantitatif	Persepsi berpengaruh positif terhadap sikap dosen Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang terhadap Perbankan Syariah, preferensi berpengaruh terhadap sikap dosen Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang.

		Syariah IAIN Walisongo Semarang)		sikap berpengaruh terhadap perilaku dosen Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang terhadap Perbankan Syariah.
3	Abdul Hakim (IAIN Salatiga, 2016)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Dan Kelompok Referensi Terhadap Penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Grobogan	Kuantitatif	Hasil dari penelitian bahwa persepsi kemudahan dan kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan sedangkan persepsi kemanfaatan berpengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap penggunaan alat pembayaran menggunakan kartu (APMK).
4.	Luqman Santoso (IAIN Salatiga, 2016)	Persepsi masyarakat umum terhadap bank syariah (Studi kasus di kabupaten Semarang)	Kuantitatif	Metode penelitian menggunakan cluster sampling dan sample random sampling. Adapun persepsi yang dimaksud adalah persepsi yang timbul atau disebabkan dari

				<p>pengetahuan, profesi dan bagi hasil dapat disimpulkan variable pengetahuan berpengaruh signifikan, variabel profesi berpengaruh signifikan, variabel bagi hasil berpengaruh signifikan, dan Variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.</p>
5	<p>Dina Fransiska (IAIN Batusangkar, 2021)</p>	<p>Persepsi masyarakat Nagari Saloya Tanang Bukit Sileh kecamatan Lembang Jaya terhadap Bank Nagari Syariah cabang kota Solok". Skripsi fakultas ekonomi IAIN Batusangkar.</p>	<p>Kuantitatif</p>	<p>Persepsi masyarakat Nagari Saloya Tanang Bukit Sileh terhadap karakteristik bank syariah lebih banyak pada kategori baik. Hal ini dibuktikan menggunakan teknik cluster sampling dan simple random sampling hasilnya yaitu kategori variabel karakteristik dimana responden yang memberikan penilaian terhadap variable Persepsi Karakteristik dalam kategori baik.</p>

7	Mamduh (2015)	Pengaruh Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku Takmir Masjid Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang	Kuantitatif	persepsi, preferensi, dan sikap takmir masjid sebagian besar positif, namun demikian pada aspek perilaku hanya sebagian 48% responden secara individu yang menggunakan jasa-jasa bank syariah. Adapun secara kelembagaan 35% masjid yang menyimpan kas masjid di bank syariah.
8	Fitriani Sinaga (Universitas Muhamadiyah Jakarta, 2019)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Bank Mandiri Syariah KCP Cirendeu)	Kualitatif	faktor psikologis, dan pemasaran berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Pada Bank Syariah Mandiri Cirendeu. Faktor pertama yaitu faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, proses belajar, keyakinan dan sikap. Faktor yang kedua yaitu faktor pemasaran yang terdiri dari produk, promosi, iklan serta pelayanan.
	Ahmad	Analisis	Kualitatif	Persepsi santri pada

9	Khozin Asrofi (UIN Walisongo, 2016)	<p>Persesi Dan Sikap Santri Terhadap Bank Muamalat Indonesia</p> <p>Studi kasus di Pondok Pesantren Tahfidzul Quran Baitul Abidin Darussalam Kalibeyer Mojotengah Wonosobo</p>		<p>Bank Muamalat Indonesia sebanyak 70% sudah sesuai dengan syariat islam dan 30% masih sama dengan bank konvensional. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa persepsi dan sikap santri positif belum tentu menjadikan santri menggunakan pelayanan dari Bank Muamalat Indonesia dan disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain keluarga, faktor universitas, faktor pekerjaan, dan faktor lingkungan.</p>
10	Jahangir dan Begum, dari (Independent University, Bangladesh, 2018)	<p><i>The role of perceived usefulness, perceived ease of use, security and privacy and customer attitude to engender customer</i></p>	kuantitatif	<p>Variabel dependen <i>Perceived usefulness, perceived ease of use, security and privacy</i> dan <i>customer attitude</i>. Variabel independen <i>Customer adaptation in the context of electronic banking</i>. Hasil penelitian yaitu <i>Perceived usefulness,</i></p>

		<i>adaptation in the context of electronic banking</i>		<i>perceived ease of use, security and privacy</i> berpengaruh langsung dengan <i>customer adaptation</i> , <i>Customer attitude</i> dipengaruhi langsung oleh <i>perceived usefulness, perceived ease of use dan security and privacy</i> .
11	Binta Tijjani Jibril (International Institute of Islamic Banking and Finance, Bayero University Kano, Nigeria, 2021)	<i>Awareness and Perception of Customers on Islamic Banking Products and Services: A Meta-Synthesis.</i>	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan pertama, produk bank dan pelayanan (<i>banking products and services</i>) mengalami kemajuan dan diterima kalangan muslim dan non muslim. Kedua, kesadaran (<i>awareness</i>) elemen kunci mempengaruhi konsumen. Ketiga, persepsi (<i>perception</i>) tentang perbankan syariah terdapat kesalahpahaman terkait produk dan pelayanan. Keempat, terdapat hubungan (<i>correlation</i>) antara pengetahuan

				<p>tentang perbankan syariah terhadap pilihan produk dan jasa perbankan syariah.</p> <p>Kelima, agama (<i>religion</i>) bukanlah motivasi terpenting antara bank dan nasabah tetapi cepat dan penyampaian layanan yang efisien, reputasi dan citra bank, kebijakan penetapan harga, dan kerahasiaan lebih penting. Keenam, lingkungan sosial berhubungan dalam meningkatkan kesadaran kepada nasabah tentang bank syariah.</p>
12	<p>Sella Setya Sahanaya, Sriroso Satmoko dan Tutik Dalmiyatun (Jurnal Soca, universitas Diponegoro, 2020)</p>	<p><i>Sikap petani terhadap Produk Bank Syariah Mandiri di Kecamatan Gubug Kabupaten Grobogan</i></p>	Kuantitatif	<p>hasil bahwa umur petani, tingkat pendidikan dan pendapatan secara parsial berpengaruh pada sikap petani terhadap produk bank Syariah Mandiri. Lamanya usahatani dan jumlah tanggungan keluarga secara parsial</p>

				tidak berpengaruh pada sikap petani terhadap produk bank Syariah Mandiri
13	Anita Rahmawaty (Jurnal Addin, IAIN Kudus, 2014)	<i>Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat menggunakan Produk Bank BNI Syariah Semarang</i>	Kuantitatif	persepsi tentang Bunga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah, persepsi tentang Bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah, persepsi tentang produk bank syariah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan produk bank syariah.
14	Fatqul Mubin Khoiriyah (Jurnal Ekonomi Syariah, Teoridan Terapan, Universitas Negeri Surabaya , 2021)	<i>Determinan Preferensi Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Dengan Persepsi Sebagai Variabel Moderating</i>	Kuantitatif	Pengetahuan produk Bank Syariah, pelayanan Bank Syariah, pendapatan, dan persepsi mampu memengaruhi preferensi menabung mahasiswa di bank Syariah secara parsial maupun simultan. Yang berarti, apabila pengetahuan produk

				<p>Bank Syariah, pelayanan Bank Syariah, pendapatan, dan persepsi meningkat, maka preferensi menabung mahasiswa di bank Syariah juga akan mengalami peningkatan. Namun, persepsi sebagai variabel moderating hanya mampu memoderasi pengetahuan produk Bank Syariah terhadap preferensi menabung mahasiswa di Bank Syariah atau bertindak sebagai quasi moderator, yang berarti persepsi merupakan pemoderasi pengetahuan produk Bank Syariah terhadap preferensi menabung mahasiswa di bank syariah, sekaligus persepsi merupakan variabel independen. Sedangkan, persepsi tidak mampu memoderasi pelayanan</p>
--	--	--	--	--

				Bank Syariah dan pendapatan terhadap preferensi menabung mahasiswa di Bank Syariah, yang berarti persepsi bertindak sebagai predictor moderator atau persepsi hanya bertindak sebagai variabel independen dalam model hubungan penelitian ini.
--	--	--	--	--

Dari beberapa penelitian terdahulu yang telah dipaparkan penulis diatas dengan penelitian dalam ini adalah penelitian ini berfokus pada persepsi, preferensi, dan sikap masyarakat terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah serta penelitian dilakukan pada masyarakat kecamatan Kradenan kabupaten Grobogan.

2.3 Rumusan Hipotesis

a. Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Bank Syariah

Menurut Robbins dan Judge Para individu dalam organisasi membuat keputusan, dapat diartikan mereka membuat pilihan-pilihan dari dua alternatif atau lebih. Pembuatan keputusan muncul dari sebagai reaksi atas sebuah masalah. Artinya, ada ketidaksesuaian antara perkara saat ini dan keadaan yang diinginkan. Tiap-tiap keputusan membutuhkan interpretasi serta evaluasi informasi. Biasanya data didapat dari banyak sumber dan data-data tersebut harus disaring diproses, dan diinterpretasikan. Persepsi-persepsi berasal dari pembuat keputusan akan menjawab keputusan tersebut.

Penelitian penelitian terdahulu yang hasil serasi mengenai persepsi antara lain Umi Wahyu Annisa (2018), Dwi Ana Ratna Utami (2017), Sari (2012). Hasil penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Dani Panca Setiasih (2011) menunjukkan hasil berbeda yaitu persepsi berpengaruh negatif pada keputusan menggunakan bank syariah artinya adanya persepsi justru penggunaan mengalami penurunan.

H₁: Persepsi Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Bank Syariah.

b. Pengaruh Preferensi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Bank Syariah

Menurut pendapat Kotler bahwa konsumen memproses info mengenai pilihan merek guna membuat keputusan terakhir. Pertama, kita melihat kalau konsumen mempunyai kebutuhan. Konsumen akan mencari manfaat tertentu selanjutnya menilai atau mengevaluasi atribut produk. Konsumen akan memberikan bobot berbeda untuk tiap-tiap atribut produk sesuai dengan kepentingannya.

Penelitian-penelitian terdahulu mengenai preferensi antara lain Nudiya Anburika (2018) dan Hanafiah (2019). Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan Penggunaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Noor (2011) menunjukkan hasil bahwa preferensi berpengaruh negatif pada keputusan Penggunaan.

H₂: Preferensi Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Bank Syariah.

c. Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Bank Syariah

Model sikap yang berkembang akan menjadi penting bagi pemasar dengan asumsi model tersebut dapat mengantisipasi perilaku pelanggan. Pada akhirnya, sejauh mana perspektif pelanggan dapat

digunakan sebagai alasan untuk mengantisipasinya. Untuk mengetahui bagaimana perspektif dapat mengantisipasi perilaku pelanggan, kita dapat menggunakan teori reasoned action dari Fishbein. Sesuai hipotesis ini, perkiraan sikap yang tepat tergantung pada tindakan pembelian atau penggunaan merek, bukan pada merek yang sebenarnya. mengkonsumsi item pada akhirnya akan menentukan tingkat pemenuhan.

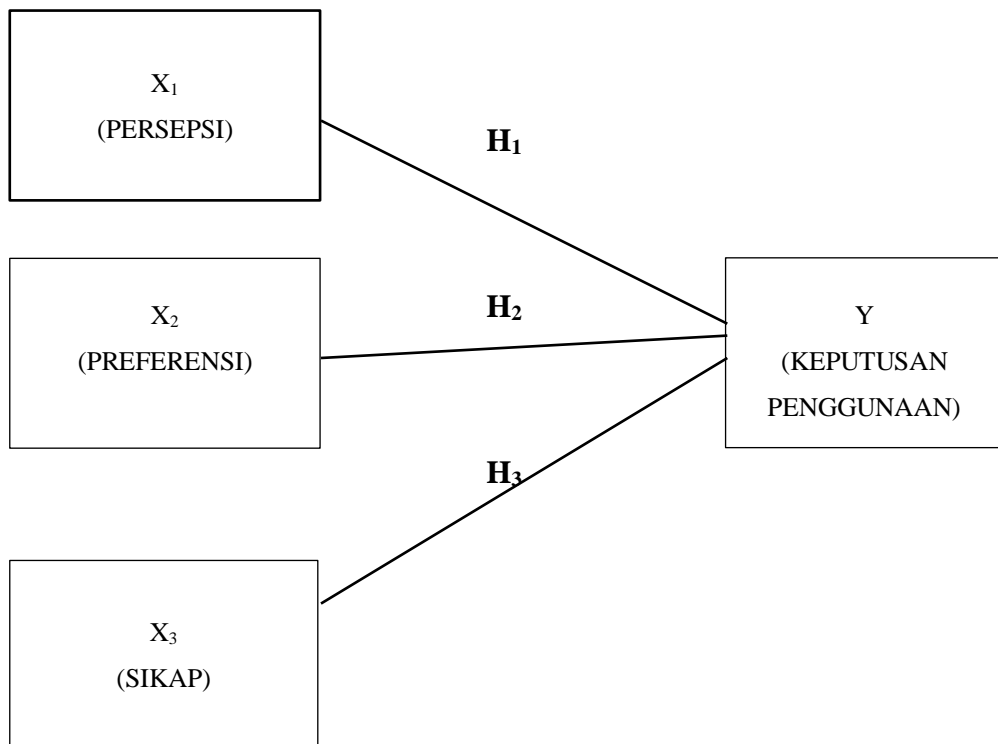
Hasil penelitian yang serasi dilakukan oleh Nadia (2015) sikap tidak berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan penggunaan Penelitian-penelitian terdahulu mengenai sikap Dani Panca Setiasih (2011) dan Lestari (2014) berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan penggunaan.

H₃: Sikap Berpengaruh Positif Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Bank Syariah

2.4 Kerangka Pemikiran

Dalam melakukan penelitiannya mengungkap pengaruhnya dari variable persepsi, preferensi, dan Sikap terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah. Berikut gambaran kerangka pemikiran teoritik di bawah ini:

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran Teoritik



BAB III

METODE PENELITIAN

4.1 Jenis Penelitian dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research), adalah penelitian yang dilakukan secara langsung pada lapangan ataupun pada responden. Dalam penelitian ini yang dipakai adalah penelitian kuantitatif, Muhammad menjelaskan jika tata cara sistem kuantitatif adalah tata cara yang menggunakan angka maupun statistik dan untuk penelitian ini informasi datanya diperoleh dari aktivitas dilapangan.³⁹

3.1.2 Sumber Data

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data dari pihak pertama kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuisisioner pada masyarakat di Kecamatan Kradenan, Kabupaten.

3.2 Populasi dan sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁰ Populasi merupakan kesemua target seharusnya berguna untuk meneliti, serta juga hasil seperti itu untuk hasil penelitian yang telah dilakukan.⁴¹ Populasi dalam penelitian ini

³⁹ Muhammad Muslic, *Metode Pengambilan Keputusan Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), h.2.

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2010), h.117.

⁴¹ Ma'ruf Abdullah, *Metode penelitian kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Presindo, 2015), h.226.

adalah Masyarakat Kecamatan Kradenan dengan jumlah populasi 83.480 orang.⁴²

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁴³ Sebab populasi banyak dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh yang ada pada populasi sebab keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu *teknik probability sampling* dipakai sebagai suatu istilah yang lebih tepat teknik pengambilan sampel dengan pendekatan ilmu statistik. Dalam teknik ini, penentuan sampel penelitian dengan prinsip memberikan kemungkinan atau probability yang sama pada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel terpilih. Model probability sampling yang dipakai dalam penelitian ini yaitu model *cluster random sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang berdasarkan kelompok demografi maupun geografi yang tidak mempunyai tingkatan secara strata dari anggota populasi penelitian. Pada teknik ini dapat diartikan subyek penelitian dikelompokkan menurut area atau tempat domisili.⁴⁴

Kecamatan Kradenan memiliki 14 kelurahan sedangkan masing-masing setiap kelurahan atau desa memiliki beberapa dusun yaitu desa Bago, desa Banjardowo, desa Banjarsari, desa Crewek, desa Grabagan, desa Kalisari, desa Kradenan, desa Kuwu, desa Pakis, desa Rejosari, desa Sambongbangi, desa Sengonwetan, desa Simo, dan desa Tanjungsari. Dengan demikian guna mengambil sampel individu-individu masyarakat kecamatan Kradenan agar mewakili perlu menentukan area sampelnya terlebih dahulu.

⁴² BPS, “Kecamatan Kradenan Dalam Angka,” in Katalog BPS 1102001.3315070, 2020, h.18, www.grobogankab.bps.go.id. diakses 11 April 2020 Pukul 15.20 WIB.

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2010), h.117.

⁴⁴ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), h.108-113.

Setelah sampel wilayah di tentukan maka selanjutnya adalah dapat ditentukan sampel individu-individu dari anggota masyarakat menurut area yang terpilih sebagai sampel penelitian Pemilihan sampel individu peneliti menggunakan teknik *sampel random sampling* yaitu pengambilan sampel penelitian yang dilakukan dengan menggunakan cara acak sederhana (undian).⁴⁵

Dalam menentukan jumlah sampel dari setiap populasi. Maka, ditetapkan dalam memakai rumus Slovin yaitu:⁴⁶

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N= Jumlah total populasi

e = Error

Aturan dalam sebuah ketidakteliti karena kesalahannya penentuan sampel dapat dimaklumi sebesar 10%.

$$n = \frac{83.480}{1 + 83,480(10\%)^2} = 99,8$$

Data dari hasil sebanyak 83.480 orang, jadi hasil sampel dari rumus slovin adalah dibulatkan menjadi 100 responden.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan untuk bahan datanya tersebut adalah berdasarkan angket atau kuesioner. Dalam mengumpulkan data untuk kuesioner umumnya untuk penelitian filosofis, historis ataupun deskriptif,.

- a. Kuesioner, yaitu kumpulan soal tanya yang ditulis digunakan dalam mendapatkan informasi tentang narasumber untuk memaknai informasi dalam pribadi individu, atau perihal apapun yang dia tahu. Adanya kuesioner yang dipakai dalam mengambil informasi primer. Soal-soal tanya ditulis didalam kuesioner sebagai bahan penelitian

⁴⁵ Ibid., h.108.

⁴⁶ Suharsimi dan Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), h.160.

itu berkenaan tentang persepsi, preferensi, dan sikap masyarakat umum terhadap penggunaan jasa bank syariah.⁴⁷

- b. Dokumentasi, yaitu cara menemukan informasi perihal apapun ataupun faktor berbentuk dalam notulen rapat, transkrip, buku, catatan, surat kabar agenda, majalah, dan lainnya. Dimana faktor-faktor yang penting dimaksudkan dalam kesempatan yang menghimpun informasi dengan cara mempelajari serta mencatat hal-hal yang menjadi penting.⁴⁸

3.4 Pengukuran

Sudut pandang Sugiyono tentang variabel yaitu atribut, sifat atau nilai pada seorang, kegiatan atau obyek dimana mempunyai beberapa pilihan khusus dimana peneliti dapat menetapkan agar dipelajari dan selanjutnya ditarik kesimpulan tersebut. Dalam penelitian yang berisi atas variabel bebas (independen) serta variabel terikat (dependen). Pendapat Sugiyono variabel bebas yaitu dimana menjadi pengaruh ataupun karena terjadi perubahan atau muncul variabel terikat. sebaliknya variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau sebagai akibat, karena dari variabel bebas. Penelitian dengan memakai Variabel bebas (X) adalah persepsi (X_1), preferensi (X_2), sikap (X_3) dan keputusan penggunaan (Y):

Tabel 3.1
Indikator Variable

Variabel	Indikator	Skala pengukuran
Persepsi (X_1)	Variabel persepsi diukur dengan indikator yang dikembangkan oleh Prasetijo dan Ihalauw yaitu: <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengalaman 2. Kebutuhan saat itu 3. Nilai-nilai yang dianutnya 	Memakai skala likert

⁴⁷ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Surabaya: Zifatama Publishing, 2008), h.43.

⁴⁸ Suharsimi dan Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), h.231.

	<ol style="list-style-type: none"> 4. Ekspektasi 5. Tampilan Produk 6. Sifat-sifat stimulus 7. Situasi lingkungan 	
Preferensi (X ₂)	<p>Variabel preferensi menggunakan faktor-faktor yang dikembangkan oleh Husein, yaitu :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Budaya 2. Kelas Sosial 3. Pengaruh Pribadi 4. Motivasi 5. Persepsi 6. Proses Belajar 7. Demografi 	Memakai skala likert
Sikap (X ₃)	<p>Variabel sikap diukur menggunakan komponen yang dikembangkan oleh Sunyoto, yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Komponen Kognitif 2. Komponen Afektif 3. Komponen Konatif 	Memakai skala likert
Keputusan Penggunaan (Y)	<p>Variabel keputusan pembelian diukur menggunakan 4 sudut pandang yang dikembangkan oleh Prasetidjo dan Ihalauw, yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sudut pandang ekonomik 2. Sudut pandang pasif 3. Sudut pandang kognitif 4. Sudut pandang emosional 	Memakai skala likert.

Dalam menggunakan metode pengukuran dengan menggunakan skala Likert. Menurut pendapat Sugiyono skala Likert digunakan dalam pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok

dalam peristiwa sosialnya. Dalam menggunakan skala Likert. Jadi variabel yang diukur dijelaskan sebagai indikator variabel. Selanjutnya yaitu indikator kemudian digunakan untuk titik tolak dimana dalam membuat unit-unit instrumen berbentuk statement maupun pertanyaan.

Mengenai hasil bagian data menggunakan skala Likert. mempunyai susunan sangat positif sampai ke ukuran sangat negatif dalam bentuk kalimat-kalimat. Skala yang digunakan penelitian ini sebagai berikut:⁴⁹

Tabel 3.2
Skala Likert

Skala Interval	Kategori	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Uji Validitas

Merupakan uji data yang dipergunakan guna membuktikan sejauh mana alat mengukur pengukuran objek mana yang akan diukur. Suatu penelitian bercirikan baik berupa deskriptif atau eksplanatif yang mengaitkan variabel atau metode prosesnya diukur tidak digunakan untuk secara langsung, permasalahan dari uji validitas tidak sederhana itu, bagian yang mengaitkan penjelasan metode berasal tingkatan teoretis sampai mencapai empiris, namun dalam sebuah penelitian harus valid agar hasilnya dapat benar mengingatkan berartinya masalah validitas.⁵⁰

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)* (Bandung: Alfabeta, 2010), h.20-29.

⁵⁰ Sofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Manual & Spss* (Jakarta: Prenada Media Grub, 2013), h.46.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Dipakai dalam suatu pengukuran dalam kuesioner yang digunakan sebagai indikator dalam variabel. Bila dinyatakan reliabel bila hasil jawaban seorang tentang pernyataan demikian stabil setiap waktunya. Adalah pengukuran dari uji reliabilitas yang diukur memakai uji statistik *Cronbach's Alpha* sesuai ketentuan bila variabel yang diteliti dapat dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 6,00$.

3.6 Uji Asumsi Klasik

3.6.1 Uji Normalitas

Dimana tipe regresi yang digunakan dalam uji bilamana nilai residual dimana didapat berasal dari regresi distribusi yang dilihat normal maupun tidak normal. Sebagian metode uji normalitas merupakan didalam melihat penyebaran informasi dimana bersumber diagonal bentuk One Sample Kolmogorov Smirnov ataupun untuk gambar normalnya P-P Plot of regression standardized residual.⁵¹ Dapat disimpulkan bahwa jika uji normalitas dikatakan baik bila nilai residualnya normal.

3.6.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah bagian dari uji asumsi klasik dalam analisis regresi linear berganda. Uji ini berguna untuk mengetahui apakah terjadi interkorelasi atau hubungan yang kuat antar variable independent. Metode didalam menentukan apakah ada multikolinearitas dilaksanakan memakai metode meregresikan tipe analisis dan melakukan uji korelasi antar variabel independen dalam menggunakan *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance value*. Jika jumlah nilainya VIF kurangnya 10 atau *tolerance* lebihnya 0,1 maka dapat diartikan bila tipe diatas tidaklah memiliki gejala multikolinearitas.⁵² Dalam mengetahui

⁵¹ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS* (Ponorogo: CV. Wade Group, 2017), h.108.

⁵² *Ibid.*, h. 116.

terdapat atau tidak adanya gejala multikolinearitas dalam model regresi dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika jumlah Nilai *Tolerance* $< 0,1$. *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10 menampilkan maka data tersebut mengalami gejala multikolinearitas.
- b) Jika jumlah Nilai *Tolerance* $> 0,1$ atau *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 menampilkan maka data tersebut tidaklah mengalami multikolinearitas.

3.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah jika mengetahui apakah dalam model regresi telah terjadi ketidaksamaan varian yang berasal dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya.

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode *scatter plot* melalui nilai prediksi yang berguna untuk nilai residualnya. Hasil yang benar dihasilkan jika tidak terjadi tipe khusus grafik, semacam berkumpul di tengah, menyempitnya sesudah itu melebarkan maupun kebalikannya. Dalam Uji statistik yang dapat dipakai yaitu Uji gletser, Uji White atau Uji Park.⁵³ Residual adalah jumlah selisih diantara nilainya observasi beserta nilai prediksi, dan jika absolut adalah nilainya yang mutlak. Kriteria dibagi sebagaimana di bawah ini :

- a) Jila signifikansi diantara variabel bebas beserta absolut residual $> 0,05$ maka tidak terindikasi masalah heteroskedastisitas.
- b) Jika signifikansi diantara variabel bebas dan absolut residual $< 0,05$ maka terindikasi masalah heteroskedastisitas.

3.7 Uji Regresi Linear Berganda

Didalam skripsi tercantum sebagai analisis regresi linear berganda yaitu ikatan semacam linear diantara dua ataupun lebih yang termasuk dalam perkembangan analisis regresi sederhana yang melalui pemakaian SPSS.⁵⁴

⁵³ Nicolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS* (Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2019), h.122.

⁵⁴ Nia Sari dan Ratna Wardani, *Pengolahan dan Analisa Data Statistika dengan SPSS* (Yogyakarta: Deepublish, 2015), h.70.

Hal ini dikarenakan untuk skripsi pada 3 variabel independen (persepsi, preferensi, dan sikap) beserta satu variabel dependennya (keputusan penggunaan). Analisis regresi linear berganda ini bertujuan guna untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Bagian rumus atau pengujian dalam regresi linier berganda seperti di bawah ini:⁵⁵

3.7.1 Uji Koefisien Determinasi R^2

Dalam penggunaannya, mensurvei seberapa jauh kemampuan jenis tersebut untuk menggambarkan jenis-jenis faktor lingkungan. Nilai lengkap dari koefisien kepastian berada di suatu tempat di kisaran 0 dan 1. Di mana R^2 adalah nilai rendah dari batas variabel independennya untuk memahami bahwa sebagian dari variabel dependen sangatlah dalam batasnya. Bagian yang nilainya sangat mendekati 1 adalah bahwa beberapa variabel independennya (X) berbagi hampir semua data yang diharapkan untuk memprediksi sebagian dari variabel dependennya (Y). Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

3.7.2 Uji Pengaruh Simultan (F)

Nilai pengukuran F dan p value dalam otomatis sebagai komponen analisis regresi yang terjadi pada bagian *Analysis of Variances*, ANOVA. Tidak seperti uji t dalam menguji signifikan koefisien parsial dengan regresi kembar bersama dengan angka 0. Dalam uji F untuk uji kecurigaan atau asumsi jika b_1 , b_2 dan b_3 bisa semuanya, spesifik yaitu angka 0. Dimana anggapan bahwa dikenal sebagai uji signifikan, bagaimana setiap garis regresi di mana atau dinilai atau ditaksir, bagaimana variabel Y berikatan linear dengan X_1 , X_2 dan X_3 Apakah terhubung dengan hipotesis bahwa signifikan b_1 , b_2 dan b_3 seperti seorang atau tidak.

⁵⁵ Suharsimi dan Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), h.253.

Uji F bertujuan ada tidaknya pengaruh simultan yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

3.7.3 Uji Parsial (T)

Uji T bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial (sendiri) yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Dalam pengujian signifikan konstanta dengan variabel bebas seperti parsial maupun individunya pada variabel terikat. Sebagian dari fase kepastian yang digunakan adalah 95% dan sebagian signifikannya adalah 5% (= 0,05) di kategorikan

a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan probabilitas atau kemungkinan (nilai signifikannya) $<$ tingkat signifikan 5% (= 0,05) sampai H_a diterima dan H_o ditolak, hal ini menunjukkan adanya pengaruh signifikannya untuk setiap variabel independen terhadap variabel dependen.

b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan probabilitas atau kemungkinan (nilai signifikannya) $>$ tingkat signifikan 5% (= 0,05) sampai H_o diterima dan H_a ditolak, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikannya untuk setiap variabel independen kepada variabel dependen.⁵⁶

⁵⁶ Algifari, *Statistika Induktif*, 3 ed. (Yogyakarta: STIM YKPN, 2016), h.255.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Kradenan adalah kecamatan di kabupaten Grobogan Jawa Tengah. Batas wilayah kecamatan Kradenan bagian utara yaitu kecamatan Wirosari dan kecamatan Ngaringan, Bagian Timur kecamatan Gabus, Bagian barat kecamatan Wirosari, dan bagian Selatan kabupaten Sragen. Berdasarkan data dinas kependudukan dan catatan sipil kabupaten Grobogan jumlah penduduk kecamatan kradenan tahun 2019 adalah 83.480 orang. 41.930 penduduk laki-laki dan 41.550 penduduk perempuan yang tersebar di 14 desa, 77 Dusun, 99 Rukun Warga (RW), serta 551 Rukun Tetangga (RT). Rukun Tetangga (RT) terbanyak dimiliki oleh Desa Kradenan yaitu 59 RT, sedangkan yang paling sedikit dimiliki oleh Desa Tanjungsari, yaitu 21 RT. Jumlah perangkat desa di Kecamatan Kradenan adalah 152 orang. Penduduk kecamatan Kradenan mayoritas adalah muslim yaitu sebanyak 82.343 muslim. 324 penduduk kristen, 90 penduduk katolik, 11 penduduk Hindu, dan 7 penduduk budha.

Di bidang perekonomian kecamatan Kradenan hampir semua desa memiliki pasar desa yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat desa. Di Kecamatan Kradenan juga banyak terdapat warung, toko, kios sebagai sarana lapangan usaha penduduknya. Selain itu juga ada sarana perekonomian lainnya seperti KUD, Koperasi Simpan Pinjam dan lainnya. Kecamatan Kradenan memiliki luas lahan keadaan akhir tahun 2018 (Berdasarkan hasil Evaluasi Penggunaan Tanah (EPT) tahun 1983 untuk Kecamatan Kradenan seluruhnya seluas 10.773,67 Ha yang terdiri dari Lahan sawah 3.966,25 Hektar, Lahan tanah kering 6.807,42 Hektar yang terdiri dari tegalan atau kebun, pekarangan, perkebunan, hutan Negara, kolam atau tambak, dan lainnya. Oleh karena itu, banyak masyarakat yang bidang pertanian. Kecamatan Kradenan terdapat 14 kelurahan sedang masing-masing setiap kelurahan memiliki beberapa dusun yaitu desa Bago, desa Banjardowo, desa Banjarsari, desa Crewek, desa Grabagan, desa Kalisari, desa Kradenan, desa

Kuwu, desa Pakis, desa Rejosari, desa Sambongbangi, desa Sengonwetan, desa Simo, dan desa Tanjungsari.

4.2 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, peneliti melaksanakan penelitian di kecamatan kradenan respondennya adalah masyarakat umum kecamatan kradenan. Data yang didapat oleh peneliti berasal dari kuisisioner yang telah dibagikan kepada responden kemudian diolah serta dianalisis.

- a. Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Responden (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	43	43%
2	Perempuan	57	57%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2022

Dari table diketahui responden laki-laki sebanyak 43 orang sedangkan responden perempuan sebanyak 57 orang. Hal ini menunjukkan bahwa responden perempuan lebih banyak daripada responden laki-laki.

- b. Karakteristik responden berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Karakteristik responden berdasarkan Usia

No	Usia	Responden (orang)	Persentase (%)
1	20-29 Tahun	33	33%
2	30-39 Tahun	18	18%
3	40-49 Tahun	30	30%
4	>50 Tahun	19	19%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah 2022

Dari tabel diatas menunjukkan usia masyarakat terbanyak menjadi responden adalah usia 20-29 tahun yaitu 33 orang dengan persentase 33%. Kemudian usia 40-49 tahun yaitu 30 orang dengan persentase 30%.

Lalu usia 30-39 tahun yaitu 18 orang persentasenya adalah 18%. Dan yang terakhir yaitu usia >50 tahun yaitu 19 orang dengan persentase 19%.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Responden (orang)	Persentase (%)
1	SMP/Sederajat	23	23%
2	SMA/Sederajat	36	36%
3	Diploma	6	6%
4	Sarjana	15	15%
5	Lain-lain	20	20%
Jumlah			

Sumber: Data primer yang diolah 2022

Dari table diatas menunjukkan pendidikan terakhir masyarakat terbanyak menjadi responden yaitu SMA/Sederajat yaitu 36 orang dengan persentase 36%. Kemudian SMP/Sederajat yaitu 23 orang dengan persentase 23%. Lain-lain (SD/S2/S3) yaitu 20 orang dengan persentase 20%. Sarjana yaitu 15 orang persentase 15%, dan diploma yaitu 6 orang dengan persentase 6%.

d. Karakteristik Besponden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

No	Pekerjaan	Responden (orang)	Persentase (%)
1	PNS	14	14%
2	Pelajar/Mahasiswa	28	28%
3	Wiraswasta	15	15%
4	Petani	25	25%
5	Lain-lain	18	18%
Jumlah			

Sumber: Data primer yang diolah 2022

Dari table diatas menunjukkan pekerjaan masyarakat terbanyak menjadi responden adalah pelajar atau mahasiswa tahun yaitu 28 orang dengan persentase 28%. Kemudian petani yaitu 25 orang dengan persentase 25%. Lalu lain-lain (selain poin 1-4) yaitu 18 orang dengan persentase 18%. Wiraswasta 15 orang persentase 15%, Dan yang terakhir yaitu PNS 14 orang dengan persentase 14%.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Tabel 4.5

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terkahir

No	Penghasilan	Responden (orang)	Persentase (%)
1	<1.000.000	51	51%
2	1.000.000- 2.000.000	22	22%
3	>2.000.000	27	27%
Jumlah			

Sumber: Data primer yang diolah 2022

Dari tabel diatas menunjukkan penghasilan masyarakat terbanyak menjadi responden adalah < 1.000.000 yaitu 51 orang dengan persentase 51%. Kemudian > 2.000.000 yaitu 27 orang dengan persentase 27%. Lalu 1.000.000-2.000.000 yaitu 22 orang dengan persentase 22%.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Uji Validitas

Dilakukan guna mengetahui apakah alat ukur dalam melakukan fungsinya dalam ukuran. Dalam Uji Validitas sebagai perangkat yang merepresantikan tingkatan kapasitas alat ukur dalam mengukur objek dalam ukurnya.

Dalam Uji validitas untuk penelitian tersebut dilaksanakan dalam perbandingan diantara r-hitung bersama r-tabel df (Alpha, n-2) diartikan $100-2=98$. Sebuah perangkat penelitian dapat dikatakan valid yaitu bila r-hitung > r-tabel sebesar 5%, jadi disimpulkan kalau unit kuesioner adalah valid. Bila sebaliknya r-hitung < r-tabel adalah 5% (0,05) hasil r tabel =

0,196 penelitian adalah dapat disimpulkan unit kuesioner adalah tidak valid.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Soal	R Tabel	R Hitung	Keterangan
PERSEPSI (X ₁)	X _{1.1}	0,196	0,709	Valid
	X _{1.2}	0,196	0,831	Valid
	X _{1.3}	0,196	0,768	Valid
	X _{1.4}	0,196	0,826	Valid
PREFERENSI (X ₂)	X _{2.1}	0,196	0,779	Valid
	X _{2.2}	0,196	0,849	Valid
	X _{2.3}	0,196	0,839	Valid
	X _{2.4}	0,196	0,811	Valid
SIKAP (X ₃)	X _{3.1}	0,196	0,884	Valid
	X _{3.2}	0,196	0,892	Valid
	X _{3.3}	0,196	0,926	Valid
	X _{3.4}	0,196	0,846	Valid
KEPUTUSAN PENGGUNAAN (Y)	Y ₁	0,196	0,866	Valid
	Y ₂	0,196	0,827	Valid
	Y ₃	0,196	0,854	Valid
	Y ₄	0,196	0,875	Valid

Dari tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai yang didapatkan dalam uji validitas semua r-hitung nilainya positif sebab lebih besar dari r-tabel. Dapat dikatakan hasilnya r-tabel bersama $df(\text{Alpha}, n-2)$ berarti $100-2=98$ dan tingkat signifikansi 0,05 dalam uji 2 arah mendapatkan r-tabel yaitu 0,196. Maka, semua item soal dapat dikatakan valid sebab nilai r-hitung > r-tabel.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reability coefficients	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi (X ₁)	4	0,787	Reliabel
Preferensi (X ₂)	4	0,840	Reliabel
Sikap (X ₃)	4	0,909	Reliabel
Keputusan Penggunaan (Y)	4	0,888	Reliabel

Bersumber dari tabel 4.6 menunjukkan bahwa jumlah didapatkan dalam uji reliabilitas dapat digambarkan suatu kebenaran serta stabilnya pengukuran dimana dipakai sebagai alat ukur. Maka, dapat dinyatakan memiliki reliabilitas dan stabilnya tinggi atau dapat untuk percaya hasilnya, Bila alat ukur yang digunakan stabil dan dapat diandalkan (dependability) dan dapat dipakai dalam meramalkan atau Ciri reliabilitas sebuah uji variabel dinyatakan baik apabila mempunyai nilai Cronbach Alpha > 0,60. dalam alat pengukuran penelitian dalam tingkatan signifikan (α) = 5%. Jadi disimpulkan pada tabel 4.6 hasil uji reliabilitas menampilkan kalau semua variabel bisa disebut reliabel dikarenakan Cronbach Alpha lebih besar dengan 0,60

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas

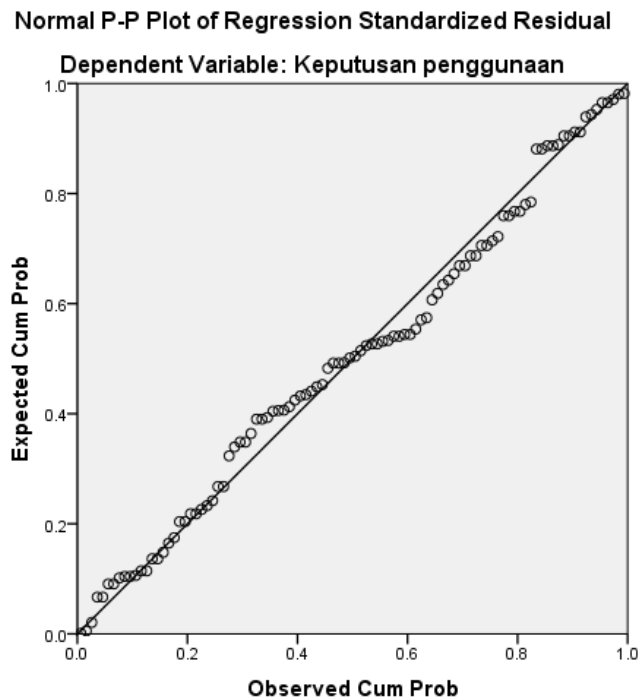
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.86874290
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.065
	Negative	-.068
Kolmogorov-Smirnov Z		.685
Asymp. Sig. (2-tailed)		.737

a. Test distribution is Normal.

Bersumber dari table 4.7 menampilkan bahwa kalau jumlah didapat dalam uji normalitas adalah nilai signifikansi $0,737 > 0,05$, jadi dapat dikatakan kalau nilai residualnya terdistribusi normal. Keseluruhan variable serta data dimana dipakai untuk penelitian tersebut memiliki distribusi yaitu normal serta menampilkan kalau tipe regresi cocok dalam digunakan sebab sudah terpenuhi asumsi normalitas dimana sudah ditetapkan yaitu melebihi nilai 0,05.

Uji normalitas dimana nomer 2 menggunakan uji grafik P-Plot dalam melihat bagaimana data dimana diujikan terdistribusi normal ataupun tidak. Dimana dapat dinyatakan terdistribusi normal jika data maupun titik menyebar disekeliling garis diagonal juga ikut dan mengarah ke garis diagonal.

Gambar 4.1
Grafik P-Plot



Bersumber dari gambar 4.1 menampilkan bahwa jumlah didapat grafik P-Plot tersebut dapat mengetahui titik-titik menyebar di sekeliling atau mengikuti arah garis diagonal sehingga berdistribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolearitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.156	.684		1.689	.094		
1 Persepsi	.561	.083	.544	6.766	.000	.525	1.904
1 Preferensi	.355	.090	.372	3.941	.000	.381	2.624
Sikap	-.020	.071	-.025	-.278	.781	.433	2.312

a. Dependent Variable: Keputusan penggunaan

ri tabel 4.8 menampilkan jumlah yang dihasilkan dalam uji multikolinearitas variabel Persepsi (X_1) hasil dari nilai tolerance yaitu 0,525 dan nilai VIF yaitu 1,904. Variabel Preferensi (X_2) hasil dari nilai tolerance yaitu 0,381 dan nilai VIF yaitu 2,624. Variabel Sikap (X_3) hasil dari nilai tolerance yaitu 0,433 dan nilai VIF 2,312. Dapat dinyatakan keseluruhan variabel independen hasil dari nilai tolerance $>0,1$ dan nilai VIF <10 . Maka, dapat disimpulkan kalau penelitian ini tidak terdapat multikolinieritas.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.258	.047		5.460	.000
1 PERSEPSI	.007	.006	.163	1.199	.234

PREFERENSI	-0.007	.006	-.177	-1.108	.271
SIKAP	-.006	.005	-.196	-1.309	.194

a. Dependent Variable: ABS_RES2

Bersumber melalui tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa jumlah yang dihasilkan dalam uji heteroskedastisitas dapat diketahui secara nyata kalau jumlah signifikansi maka lebih tinggi dari 0.05. Dalam melihat ada tidak terdapatnya heteroskedastisitas yaitu apabila nilai signifikansi diantara variabel independen dalam absolute residual > 0.05 Maka, dengan demikian tidak terdapat heteroskedastisitas. Dapat dilihat pada tabel kalau Persepsi (X₁) memiliki nilai signifikan sebesar 0,234, Preferensi (X₂) memiliki nilai signifikan sebesar 0,271, Sikap (X₃) memiliki nilai signifikan sebesar 0,194. Kesemua variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0.05. Jadi dapat dijabarkan bahwa kalau tipe regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.

4.5 Uji Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi linear berganda dicari dengan rumus:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = keputusan pembelian

β_0 = konstanta (constant)

β_{1-3} = koefisien regresi

X₁ = persepsi

X₂ = preferensi

X₃ = sikap

e = kesalahan (error)

Tabel 4.10

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.156	.684		1.689	.094
1 PERSEPSI (X1)	.561	.083	.544	6.766	.000
PREFERENSI (X2)	.355	.090	.372	3.941	.000
SIKAP (X3)	-.020	.071	-.025	-.278	.781

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PENGGUNAAN (Y)

Bersumber dari tabel 4.10 menjelaskan kalau jumlah dihasilkan dalam uji persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan seperti di bawah ini :

$$Y = 1,156 + 0,561 X_1 + 0,355 X_2 - 0,020 X_3 + e$$

Dalam persamaan regresi tersebut yaitu dapat dijabarkan seperti di bawah ini:

- a. Menampilkan nilai konstanta keputusan penggunaan adalah 1,156
- b. Nilai koefisien regresi persepsi (X_1) nilainya 0,561 adalah positif. Dapat diartikan jika mengalami peningkatan persepsi yaitu sebesar sepersatuan atau 1 point pada masyarakat kecamatan Kradenan jadi keputusan penggunaan jasa di bank syariah bertambah 0,561 dengan anggapan aspek-aspek lainnya dinyatakan konstan.
- c. Nilai koefisien regresi preferensi (X_2) nilainya 0,355 yaitu positif. Dapat diartikan jika mengalami peningkatan preferensi yaitu sebesar sepersatuan atau 1 point pada masyarakat kecamatan Kradenan jadi keputusan penggunaan jasa di bank syariah bertambah 0,355 dengan anggapan aspek-aspek lainnya dinyatakan konstan.
- d. Nilai koefisien regresi sikap (X_3) nilainya 0,020 memiliki arah yang berlawanan. Dapat diartikan jika mengalami peningkatan yaitu sebesar sepersatuan atau 1 point pada masyarakat kecamatan Kradenan jadi keputusan penggunaan jasa di bank syariah justru menurunkan keputusan penggunaan jasa di bank syariah 0,020 dengan anggapan aspek-aspek lainnya dinyatakan konstan.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji Koefisien Determinasi R²

Tabel 4.11
Hasil Uji R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.821 ^a	.674	.664	1.89772

a. Predictors: (Constant), SIKAP(X3), PERSEPSI (X1), PREFERENSI (X2)

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PENGGUNAAN (Y)

Berdasarkan tabel 4.11 menampilkan bahwa jumlah yang diperoleh dalam uji koefisien korelasi (R) berarti terdapatnya ikatan diantara variabel dependennya (Y) keputusan penggunaan dengan variabel independennya Persepsi (X₁), Preferensi (X₂), Sikap (X₃) Ajusted RSquare yaitu 0,664 atau 66,4%. Dengan demikian variabel independen (Persepsi, Preferensi, dan Sikap) berpengaruh variabel dependen (Keputusan Penggunaan) yaitu 66,4% sebagian dari kurangnya yaitu 33,6% dipengaruhi variabel lainnya.

4.6.2 Uji Pengaruh Simultan (F)

Tabel 4.12
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	715.912	3	238.637	66.264	.000 ^b
Residual	345.728	96	3.601		
Total	1061.640	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PENGGUNAAN (Y)

b. Predictors: (Constant), SIKAP(X3), PERSEPSI (X1), PREFERENSI (X2)

Berdasarkan dari tabel 4.12 menunjukkan bahwa jumlah yang diperoleh dalam hasil uji F rumusnya $F(k; n-k) = F(3; 100-3) = F(3; 97) = 3,97$

Bersumber dari data tersebut dapat dilihat nilai signifikansi yang berpengaruh X_1 , X_2 serta X_3 dengan simultan kepada Y adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $66,264 > F$ table $3,97$. Maka dapat dijabarkan bersumber dari data tersebut yaitu H_a diterima dan H_o ditolak maka kesimpulannya jika terdapat variabel X_1, X_2 , dan X_3 berpengaruh signifikan terhadap Y .

4.6.3 Uji Parsial (T)

Tabel 4.13
Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.156	.684		1.689	.094
1 PERSEPSI (X1)	.561	.083	.544	6.766	.000
PREFERENSI (X2)	.355	.090	.372	3.941	.000
SIKAP(X3)	-.020	.071	-.025	-.278	.781

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PENGGUNAAN (Y)

Berdasarkan tabel 4.13 menampilkan kalau jumlah didapat dalam uji parsial (T) seperti di bawah ini:

$$t (\alpha/2 ; n-k-1) = (0,05:2 ; 100-3-1) = t \text{ tabel } 0,025 ; 96 = 1,98498$$

Berdasarkan data tersebut dapat dilihat kalau uji parsial (T) dipakai dalam membuktikan ataupun mengujikan analisis berdasarkan individual diantara variable independen X_1 , X_2 dan X_3 berdasarkan mengenai mempunyai pengaruh signifikansi kepada variable dependen Y . Teori mengambil keputusan untuk jumlah uji T diperoleh seperti di bawah ini :

- a) Diperoleh nilai Sig. sebagai pengaruhnya X_1 terhadap Y yaitu besarnya t hitung $6,766 > 1,98498$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$,

sehingga dapat dijabarkan bahwa H_1 diterima sehingga dapat diartikan berpengaruh positif X_1 terhadap Y .

- b) Diperoleh nilai Sig. sebagai pengaruhnya X_2 terhadap Y yaitu besarnya t hitung $3,941 > 1,98498$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$, sehingga dapat dijabarkan bahwa H_2 diterima sehingga dapat diartikan berpengaruh positif X_2 terhadap Y .
- c) Diperoleh nilai Sig. sebagai pengaruhnya X_3 terhadap Y yaitu besarnya t hitung $-278 < 1,99601$ dan nilai sig. $0,781 > 0,05$, sehingga dapat dijabarkan bahwa H_3 ditolak sehingga dapat diartikan berpengaruh negatif dan tidak terdapatnya pengaruh X_3 terhadap Y .

4.7 Pembahasan Analisis Data

- a. Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Bank Syariah

Jumlah dari penelitian yang sudah dilakukan kalau hasil yang diperoleh berdasarkan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 20 menampilkan uji T, nilai t hitung $6,776 > 1,98498$ adalah tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$. Maka menunjukkan kalau persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa di bank Syariah, maka Hipotesis 2 diterima.

Penelitian penelitian terdahulu yang hasil serasi mengenai persepsi antara lain Umi Wahyu Annisa (2018), Dwi Ana Ratna Utami (2017), Sari (2012). Hasil penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Dani Panca Setiasih (2011) menunjukkan hasil berbeda yaitu persepsi berpengaruh negative pada keputusan menggunakan bank syariah artinya adanya persepsi justru penggunaan mengalami penurunan.

Persepsi berpengaruh kepada keputusan penggunaan dikarenakan pandangan masyarakat umum kecamatan Kradenan yang menganggap perbankan syariah yang bebas dari riba dan sesuai prinsip-prinsip syariah, dan juga dilihat dari pendidikan terakhir responden yaitu lulusan SMA

atau Sederajat terbanyak 36 orang yang berarti bahwa persepsi responden tentang bank syariah sudah cukup baik.

b. Pengaruh Preferensi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Bank Syariah

Jumlah dari penelitian yang sudah dilakukan kalau hasil yang diperoleh berdasarkan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 20 menampilkan uji T, nilai t hitung $3,941 > 1,98498$ adalah tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$. Maka menunjukkan kalau Preferensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa di bank Syariah, maka Hipotesis 2 diterima.

Penelitian-penelitian terdahulu mengenai preferensi antara lain Nudiya Anburika (2018) dan Hanafiah (2019). Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan Penggunaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Noor (2011) menunjukkan hasil bahwa preferensi berpengaruh negatif pada keputusan Penggunaan.

Menurut pendapat Kotler bahwa konsumen memproses informasi mengenai pilihan merek guna membuat keputusan terakhir. Pertama, kita melihat kalau konsumen mempunyai kebutuhan. Konsumen akan mencari manfaat tertentu dan selanjutnya menilai atau mengevaluasi atribut produk. Konsumen akan memberikan bobot berbeda untuk tiap-tiap atribut produk sesuai dengan kepentingannya.

c. Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Bank Syariah

Jumlah dari penelitian yang sudah dilakukan kalau hasil yang diperoleh berdasarkan pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS 20 menampilkan uji T, nilai t hitung $-276 > 1,98498$ adalah tingkat signifikansinya $0,781 > 0,05$. Maka menunjukkan kalau sikap berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa di bank Syariah, maka Hipotesis 3 ditolak.

Hasil penelitian yang serasi dilakukan oleh Nadia (2015) sikap tidak berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan penggunaan. Sedangkan Penelitian-penelitian terdahulu mengenai sikap Dani Panca

Setiasih (2011) dan Lestari (2014) berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan penggunaan.

Model sikap yang berkembang akan menjadi penting bagi pemasar dengan asumsi model tersebut dapat mengantisipasi perilaku pelanggan. Pada akhirnya, sejauh mana perspektif pelanggan dapat digunakan sebagai alasan untuk mengantisipasinya. Untuk mengetahui bagaimana perspektif dapat mengantisipasi perilaku pelanggan, kita dapat menggunakan teori reasoned action dari Fishbein. Sesuai hipotesis ini, perkiraan sikap yang tepat tergantung pada tindakan pembelian atau penggunaan merek, bukan pada merek yang sebenarnya. mengkonsumsi item pada akhirnya akan menentukan tingkat pemenuhan

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Bersumber pada penelitian yang dilakukan maka peneliti menarik kesimpulan seperti di bawah ini :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Persepsi berpengaruh positif dan signifikan kepada keputusan penggunaan jasa di bank Syariah dengan nilai t hitung 6,766, dan signifikansi 0,000. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat persepsi maka keputusan penggunaan jasa bank syariah juga meningkat.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Preferensi berpengaruh positif dan signifikan kepada keputusan penggunaan jasa di bank Syariah dengan nilai t hitung 3,941, dan signifikansi 0,000. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat preferensi maka keputusan penggunaan jasa bank syariah juga meningkat.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Sikap berpengaruh negatif dan tidak signifikan kepada keputusan penggunaan jasa di bank Syariah dengan nilai t hitung -275, dan signifikansi 0,781. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat sikap maka tidak berpengaruh pada meningkatnya keputusan penggunaan jasa bank syariah.

5.2 Keterbatasan

Dalam menyelesaikan penelitian ini, peneliti menghadapi keterbatasan sebagaimana berikut:

1. Dalam penelitian variabelnya terbatas seperti persepsi, preferensi, dan sikap masyarakat. Meskipun ada banyak aspek yang berbeda yang bisa diteliti, tidak hanya persepsi, preferensi, dan sikap dalam mempengaruhi pilihan keputusan penggunaan jasa pada bank syariah
2. Tempat penelitian hanya dilakukan di kecamatan Kradenan, Grobogan.

3. Penelitian hanya menggunakan sudut pandang berupa instrumen sebagai kuisisioner, maka hasil yang diputuskan bersumber dari informasi yang dikumpulkan dari instrumen yang dibuat.

5.3 Saran

Berdasarkan penelitian di mana telah dipaparkan, maka dalam memperluas penggunaan jasa di bank syariah, peneliti memberikan kurang lebih saran yang mungkin dapat bermanfaat, seperti di bawah ini:

- a. Lembaga Bank Syariah Lembaga Bank Syariah

Juga dapat memperluas promosi kepada masyarakat dalam memperluas pemanfaatan dan penggunaan jasa keuangan syariah.

- b. Masyarakat Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan

Masyarakat umumnya bisa meningkatkan pada pemanfaatan dan penggunaan produk serta jasa perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.

- c. Peneliti Berikutnya

Peneliti jika melakukan penelitian terkait dengan objek yang digunakan, merekomendasikan bahwa dapat meningkatkan pengembangan penelitian dapat dilakukan dengan menambahkan variabel, atau akan melalui variabel lain seperti pilihan untuk melibatkan keputusan penggunaan di bank syariah. Selanjutnya, dapat meningkatkan sumber-sumber acuan saat melakukan penelitian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf, 2015. *Metode penelitian kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Presindo.
- Ahmadi, Abu, 1999. *Psikologi sosial*. Jakarta: PT.Renika Cipta.
- Algifari, 2016. *Statistika Induktif*. 3 ed. Yogyakarta: STIM YKPN.
- Anisa, Umi Wahyu, 2016. "Pengaruh Persepsi, Preferensi, dan Sikap Masyarakat Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Kecamatan Mungkid Kabupaten Magelang)." IAIN Salatiga.
- Arikunto, 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Asrofi, Ahmad Khozin, 2016. "Persepsi Dan Sikap Santri Terhadap Bank Muamalat Indonesia Studi Kasus Di Pondok Pesantren Tahfidzul Qur'an Baitul Abidin Darussalam Kalibeber Mojotengah Wonosobo." Skripsi. UIN Walisongo Semarang.
- BPS, 2020. "Kecamatan Kradenan Dalam Angka." In *Katalog BPS 1102001.3315070*, 18. www.grobogankab.bps.go.id. diakses 11 April 2020 Pukul 15.20 WIB.
- Duli, Nicolaus, 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Echols, John M., dan Hasan Shadily, 1996. *Kamus Inggris Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Fitriani, Sandra, dkk. "Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil." *Management Insight* 13, no. 1.
- Herawati, Lisna Nety, 2011. "Preferensi dan Keputusan Masyarakat Kecamatan Karawac dalam Menyalurkan Zakat." UIN Syarif Hidayatullah.
- Hidayat, Ferry, 2020. "Persepsi dan Sikap Pedagang Muslim di Pasar Panorama Terhadap Keberadaan Muslim." IAIN Bengkulu.
- Indra Amiludin, 2019. "Persepsi Masyarakat Terhadap Produk Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Bolong Kecamatan Walenrang Utara Kabupaten Luwu)." IAIN Palopo.

- OJK (Otoritas Jasa Keuangan), 2022. “*Statistik Perbankan Syariah Januari 2022*”
<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Januari-2022.aspx>.
 diakses 5 Mei 2022, Pukul 14.30 WIB.
- Listyana, Rohmaul, dan Yudi Hartono, 2015. “*Persepsi Dan Sikap Masyarakat Terhadap Penanggalan Jawa Dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013.*”
jurnal Agastya 13, no. 3.
- Maharani, Nina. “*PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK IPHONE DI BANDUNG.*” *Jurnal Unisba*,n.d.
<https://ejournalunisba.ac.id/index.php/performa/article/download/3043/1904>.
 Diakses 28 Mei 2022, Pukul 12.30.
- Anas Satti, Muhammad, dkk, 2020.. “*Evaluation of The Performance of Financing Formulas in Islamic Banks: Field Study Applied on the Islamic Banks Operating in Sudan*, *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, Volume 14, Issue 11.
- Muslic, Muhammad, 2009. *Metode Pengambilan Keputusan Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/>. Diakses 28 Mei 2022, Pukul 20.00 WIB.
- Noor fahd dan Yulizar Djamaludin Sanrego, 2011. “*Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus DKI Jakarta)*, Alumnus Program Studi Ekonomi Islam dan Staf Pengajar Program Studi Ekonomi Islam.” *STEI Tazkia*.
- Nurlina, Milasari, dan Dewi Rosa Indah, 2009. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa.*” *Jurnal Samudra Ekonomika* 3, no. 1.
- Nurnasrina, dan P.Adiyes Putra, 2018. *Kegiatan Usaha Bank Syariah*. Yogyakarta: Kalimedia.
- Priyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Zifatama Publishing.
- Purnomo, Rochmat Aldy, 2017. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisni dengan*

- SPSS. Ponorogo: CV. Wade Group.
- Rahmat, Jalaluddin, 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ristiyanti Prasetijo dan John J.I.O Ihalauw, 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sarwono, Sarlito W, 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: Rajawali Press.
- Simamora, Bilson, 2003. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Siregar, Sofian, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Manual & Spss*. Jakarta: Prenada Media Grub.
- Siswanta, I K. Ade, dkk, 2014. "Analisis Sikap Dan Perilaku Konsumen Terhadap Pemilihan Rumah Tinggal Pada Kawasan Sunset Garden Di Kota Denpasar, Bali." *Jurnal Spektran* 2, no. 1. <https://doi.org/10.24843/SPEKTRAN.2014.v02.i01.p06>.
- Sondakh, Jessica H. G, 2016. "Kajian Hukum Tentang Pelaksanaan Merger Bank Di Indonesia Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan." *Lex Et Societatis IV*, no. 9.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, dan dan Arikunto, 1991. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sulistyo, Bambang, 2017. "Pengembangan Moral Dan Karakter: Sebuah Kajian Konsep Untuk Pembelajaran." *Jurnal Semantik (Jurnal Ilmiah Program Studi Bahasa dan Sastra Indonesia)*.
- Sunyoto, Danang, 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Supardi, 2015. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Umam, Kaerul, 2013. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Wahab, 2015. "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Efisiensi Bank Umum Syariah di Indonesia dengan Pendekatan Two Stage Stochastic Frontier Aproach (Studi Analisis di Bank Umum Syariah)." *Economica VI*, no. 2.
- Walgito, Bimo, 1997. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wardani, Nia Sari dan Ratna, 2015. *Pengolahan dan Analisa Data Statistika*

dengan SPSS. Yogyakarta: Deepublish.

Yahya, Imam dan Retnandi Meita Putri, 2016. *“PENGARUH PERUBAHAN BIAYA TRANSAKSI KARTU ATM (ANJUNGAN TUNAI MANDIRI) PADA TABUNGAN FAEDAH TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI NASABAH DI BRISYARIAH KC SEMARANG”* VII, no. edisi 1.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1

KUISIONER PENELITIAN

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Saudara/i

Assalamu'alaikum wr.wb

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi, Preferensi Dan Sikap Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Kredenan)”** maka dengan ini saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner peneliti ini.

Penelitian ini semata-mata bertujuan untuk keperluan akademis dan penelitian ilmiah. Kerahasiaan data penelitian akan dijamin dan saya mengharapkan informasi dan jawaban yang sesungguhnya dari Bapak/Ibu. Atas kerjasama dan kesediaan Bapak/Ibu saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Hormat Saya,



Indah Safaroyana Purda

\

I. DATA RESPONDEN

Nama :(Boleh Dikosongi)

No.Telp :(Boleh Dikosongi)

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

Usia : 20 -29Tahun 30-39 Tahun
 40-49 Tahun >50 Tahun

Pendidikan Terakhir : SMP/Sederajat SMA/Sederajat
 Diploma Sarjana
 Lain-lain

Pekerjaan : PNS pelajar/mahasiswa
 Wiraswasta Petani
 Lain-lain

Penghasilan : <1.000.000 1.000.000-2.000.000
 >2.000.000

II. PETUNJUK PENGISIAN

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai menurut pendapat Bapak/Ibu dengan memberi tanda checklist (\checkmark) pada kolom yang tersedia. Pernyataan-pernyataan berkaitan dengan Analisis Persepsi, Preferensi Dan Sikap Masyarakat Umum Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Perbankan Syariah.

Dimana:

SS :Sangat Setuju

S :Setuju

N :Netral

TS :Tidak Setuju

STS :Sangat Tidak Setuju

III.PERNYATAAN

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
PERSEPSI						
1	Saudara lebih merasa cocok dengan bank syariah daripada bank konvensional					
2	Kegiatan bank syariah sesuai prinsip-prinsip syariah					
3	Produk bank syariah lebih bagus dan menguntungkan dibandingkan bank konvensional					
4	Promosi bank syariah lebih menarik dibandingkan bank konvensional					
PREFERENSI		SS	S	N	TS	STS
1	Saudara lebih memilih bank syariah karena sudah banyak yang menggunakan bank syariah					
2	Saudara memilih bank syariah karena keinginan sendiri					
3	Saudara memilih bank syariah karena produk yang menarik					
4	Saudara memilih bank syariah jika fasilitas bank syariah mudah dijangkau					
SIKAP		SS	S	N	TS	STS
1	Saudara percaya bank syariah adalah bank yang amanah					
2	Saudara senang dan bangga bila menjadi nasabah bank syariah					
3	Saudara lebih suka menggunakan produk dan jasa bank syariah					
4	Saudara percaya bank syariah bebas					

	dari riba					
	KEPUTUSAN PENGGUNAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Dalam bertransaksi keuangan, saudara akan memilih bank syariah					
2	Saudara tidak akan menggunakan bank lain selain bank syariah					
3	Saudara selalu mencari informasi mengenai bank syariah					
4	Saudara akan lebih memilih bank syariah dibandingkan bank lain					

Lampiran 2: Tabulasi Data Responden

Keterangan

JK =Jenis Kelamin

US = Usia

PT = Pendidikan Terakhir

PKN = Pekerjaan

PHN = Penghasilan

Jml = Jumlah

LAMPIRAN DATA RESPONDEN

No	JK	US	PT	PKN	PHN	X ₁				Jml	X ₂				Jml	X ₃				Jml	X ₄				Jml
1	1	1	2	2	1	4	1	2	4	11	3	2	5	2	12	4	5	4	4	17	2	4	4	2	12
2	1	1	2	2	1	3	2	1	1	7	2	2	3	2	9	3	4	4	4	15	2	2	2	2	8
3	2	2	1	4	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4
4	1	2	2	3	3	3	2	2	1	8	2	3	4	3	12	5	5	5	5	20	2	3	3	3	11
5	2	3	1	5	3	2	2	2	1	7	2	3	3	4	12	3	4	3	3	13	3	2	2	2	9
6	1	1	1	3	2	3	3	3	4	13	3	3	4	4	14	4	5	5	4	18	4	4	4	4	16
7	1	1	2	2	1	4	2	3	3	12	2	3	2	2	9	4	4	2	2	12	2	3	3	3	11
8	1	3	2	4	1	3	4	4	4	15	3	3	3	3	12	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12
9	2	3	2	4	1	3	2	2	2	9	2	2	4	3	11	3	3	4	3	13	2	2	2	2	8
10	1	4	5	1	3	3	2	2	3	10	2	2	2	3	9	2	3	2	3	10	3	3	3	3	12
11	2	2	3	5	2	4	3	3	1	11	3	3	3	3	12	2	4	3	3	12	3	3	3	3	12
12	2	2	1	4	1	3	2	1	2	8	2	3	4	3	12	3	3	4	3	13	2	2	3	3	10
13	1	1	1	3	1	2	3	4	2	11	4	2	3	4	13	3	5	4	2	14	3	3	3	3	12
14	2	4	4	1	3	3	2	2	2	9	1	2	2	2	7	2	4	3	3	12	2	2	2	2	8
15	1	3	4	1	3	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8
16	1	2	2	3	2	4	4	4	3	15	2	2	2	2	8	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13
17	2	2	5	4	1	4	4	4	3	15	2	2	2	2	8	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13
18	2	1	3	2	1	3	1	2	3	9	1	2	3	2	8	2	3	3	3	11	3	3	3	3	12
19	2	4	2	5	3	3	3	4	3	13	4	5	5	4	18	5	5	5	4	19	3	3	3	5	14
20	2	1	2	2	1	1	1	1	2	5	1	2	1	2	6	2	2	1	3	8	2	1	1	2	6
21	2	2	5	4	1	5	3	3	3	14	4	3	3	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
22	1	3	4	1	3	3	4	4	5	16	2	3	4	4	13	5	5	4	5	19	2	3	3	4	12
23	2	3	4	1	3	3	2	2	2	9	3	3	4	4	14	5	5	5	5	20	2	2	2	3	9
24	1	3	1	5	2	3	2	2	1	8	3	2	3	2	10	3	2	3	2	10	2	2	3	2	9
25	1	2	1	4	3	1	1	1	1	4	3	2	1	1	7	1	2	1	1	5	1	1	2	1	5
26	2	3	5	4	1	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	2	2	2	2	8
27	2	4	1	5	1	3	2	3	3	11	4	4	4	3	15	4	5	4	4	17	3	3	3	3	12
28	1	1	2	2	1	3	2	2	2	9	4	3	2	2	11	3	4	3	2	12	2	2	2	3	9
29	2	4	4	1	3	4	3	5	4	16	4	4	3	4	15	4	5	5	5	19	4	5	5	5	19
30	2	3	2	4	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4
31	1	2	3	5	2	2	3	3	2	10	1	1	1	1	4	1	3	3	1	8	3	3	3	3	12
32	1	3	4	1	3	3	2	2	2	9	2	3	3	2	10	3	3	3	3	12	2	2	2	3	9
33	1	2	1	4	3	3	2	2	2	9	1	2	1	2	6	3	4	4	4	15	2	2	2	2	8
34	2	3	4	1	3	2	2	2	1	7	2	3	2	3	10	2	3	2	2	9	2	2	2	2	8
35	1	2	5	5	1	3	2	3	3	11	4	3	2	3	12	2	2	2	2	8	2	3	3	2	10
36	2	4	1	4	1	4	3	2	2	11	2	2	2	2	8	4	4	4	2	14	2	2	3	3	10
37	2	1	2	2	1	1	1	1	1	4	3	3	4	2	12	3	4	4	4	15	1	1	2	3	7
38	1	3	5	3	2	3	3	2	2	10	4	4	4	2	14	5	4	3	4	16	2	2	2	3	9
39	2	3	5	3	2	5	4	3	3	15	2	2	4	2	10	4	3	3	3	13	2	3	1	2	8
40	2	2	1	5	3	2	2	2	1	7	4	4	3	2	13	2	5	4	3	14	2	2	3	2	9
41	1	1	2	2	1	3	3	3	3	12	2	4	4	2	12	4	4	3	3	14	2	2	2	2	8
42	2	1	2	2	1	2	3	4	3	12	4	2	2	4	12	2	2	2	5	11	3	4	3	3	13
43	1	1	2	5	3	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	3	3	8	1	1	1	1	4
44	2	2	1	5	2	4	3	3	1	11	3	3	2	1	9	3	3	3	3	12	3	3	2	2	10
45	2	3	1	5	2	3	4	4	4	15	3	3	3	3	12	3	4	3	3	13	4	3	3	2	12

46	1	1	2	2	1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
47	2	3	4	1	3	2	2	2	2	8	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	2	5
48	2	2	2	2	1	3	3	4	3	13	3	4	3	3	13	4	4	4	4	16	4	3	3	3	13
49	1	3	1	3	3	3	2	2	2	9	3	3	4	1	11	3	3	4	3	13	2	2	3	3	10
50	1	1	2	2	1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
51	2	4	5	5	2	2	2	1	1	6	1	1	2	1	5	1	2	2	1	6	2	1	1	1	5
52	2	4	4	1	3	2	2	1	1	6	2	2	2	3	9	3	3	3	3	12	2	1	1	2	6
53	2	1	2	2	1	4	1	1	1	7	1	3	3	1	8	3	3	3	2	11	2	2	3	3	10
54	1	1	2	2	1	3	2	1	1	7	1	1	1	1	4	1	3	3	4	11	1	1	1	1	4
55	2	4	1	4	1	3	2	4	3	12	2	2	3	3	10	5	5	5	5	20	3	3	3	2	11
56	1	1	2	2	1	3	2	3	1	9	3	3	2	2	10	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12
57	2	2	1	4	2	2	3	3	2	10	3	3	3	3	12	2	3	3	3	11	2	3	3	3	11
58	1	3	5	4	1	3	3	2	2	10	3	3	4	3	13	4	4	4	3	15	2	2	2	3	9
59	1	1	2	2	1	3	2	2	2	9	2	3	3	2	10	3	3	3	3	12	3	3	2	4	12
60	2	1	4	5	2	3	2	1	2	8	2	3	3	2	10	3	3	3	2	11	2	3	3	2	10
61	2	4	2	5	3	3	4	2	3	12	3	4	3	4	14	4	3	4	4	15	5	2	5	4	16
62	2	3	5	3	1	4	2	2	2	10	5	4	4	2	15	4	3	4	4	15	3	2	3	4	12
63	2	1	3	2	1	3	1	2	2	8	2	2	1	1	6	3	2	2	1	8	3	2	2	2	9
64	1	4	1	4	1	4	2	2	2	10	3	1	2	2	8	3	2	3	3	11	2	2	1	2	7
65	2	3	5	4	2	3	2	2	3	10	1	2	3	3	9	4	5	3	3	15	2	3	3	3	11
66	2	3	5	4	3	5	3	1	2	11	1	3	4	3	11	4	5	5	4	18	3	2	3	3	11
67	1	1	2	2	1	2	3	2	2	9	3	2	1	1	7	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8
68	2	4	4	1	3	2	1	3	2	8	2	2	1	3	8	3	4	3	3	13	2	3	1	2	8
69	2	2	2	4	1	5	4	3	3	15	4	4	4	3	15	5	4	5	4	18	4	2	3	3	12
70	1	4	5	1	3	2	1	1	2	6	2	2	2	1	7	2	2	2	2	8	1	1	1	1	4
71	2	1	5	5	2	1	1	3	2	7	2	2	2	1	7	4	2	2	4	12	1	2	1	2	6
72	2	4	1	4	1	2	2	2	2	8	3	2	2	1	8	1	1	1	1	4	3	4	3	2	12
73	2	4	2	4	2	1	2	2	2	7	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	2	2	2	4	10
74	2	2	5	3	1	3	2	2	3	10	3	1	2	2	8	2	3	5	5	15	2	3	2	3	10
75	2	3	5	4	3	3	1	3	4	11	3	3	3	2	11	2	3	3	4	12	3	5	3	3	14
76	2	3	1	5	2	2	1	2	2	7	2	1	2	2	7	1	2	2	2	7	2	2	2	2	8
77	1	1	2	2	1	3	2	3	2	10	3	3	3	2	8	1	2	2	1	6	2	3	3	2	10
78	2	1	2	2	1	2	2	2	2	8	3	3	3	3	12	2	3	3	3	11	3	3	3	3	12
79	1	4	4	3	3	3	2	2	2	9	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	2	3	2	3	10
80	1	1	5	3	2	2	2	2	3	9	3	3	2	2	10	2	2	2	5	11	3	3	3	3	11
81	2	1	2	2	1	1	2	2	1	6	1	1	2	1	5	1	2	2	1	6	2	1	1	1	5
82	2	1	2	2	1	1	2	2	1	6	2	3	2	2	9	3	3	3	3	12	2	1	1	2	6
83	1	4	4	1	3	1	1	4	1	7	1	1	3	3	8	2	3	3	3	11	2	2	3	3	10
84	2	3	4	3	1	1	2	3	1	7	1	1	1	1	4	4	3	3	1	11	1	1	1	1	4
85	1	3	4	1	3	3	2	3	3	12	2	3	3	2	10	5	5	5	5	20	3	3	3	2	11
86	2	4	5	4	1	3	2	3	1	9	3	2	2	3	10	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12
87	1	3	1	4	1	3	3	2	2	10	3	3	3	3	12	3	3	3	2	11	2	3	3	3	11
88	1	1	2	2	1	2	3	3	2	10	3	3	4	3	13	3	4	4	4	15	2	2	2	3	9
89	2	1	2	2	1	2	2	3	2	9	2	2	3	3	10	3	3	3	3	12	3	3	2	4	12
90	2	3	1	5	2	1	2	3	2	8	2	2	3	3	10	2	3	3	3	11	2	3	3	2	10
91	1	3	1	4	1	2	4	3	3	12	3	4	3	4	14	4	3	4	4	15	5	2	5	4	16
92	1	3	5	3	2	2	2	4	2	10	5	2	4	4	15	4	3	4	4	15	3	2	3	4	12
93	2	1	2	2	1	2	1	3	2	8	2	1	1	2	6	1	2	2	3	8	3	2	2	2	9
94	2	2	1	3	2	2	2	4	2	10	3	2	2	1	8	3	2	3	3	11	2	2	1	2	7
95	1	1	2	2	1	2	2	3	3	10	1	3	3	2	9	3	5	3	4	15	2	3	3	3	11
96	2	4	5	4	2	1	3	5	2	11	1	3	4	3	11	4	5	5	4	18	3	2	3	3	11
97	2	1	2	2	1	2	3	2	2	9	3	1	1	2	7	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8
98	1	3	3	3	2	3	1	2	2	8	2	3	1	2	8	3	3	3	3	12	2	3	1	2	8
99	2	3	3	5	3	3	4	5	3	15	4	3	4	4	15	4	4	5	5	18	4	2	3	3	12
100	1	1	2	2	1	1	1	2	2	6	2	1	2	2	7	2	2	2	2	8	1	1	1	1	4

Lampiran 3: Hasil Uji Analisis Data

5.3.1.1 Karakteristik responden

JENIS KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
LAKI-LAKI	43	43.0	43.0	43.0
Valid PEREMPUAN	57	57.0	57.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
20-29	33	33.0	33.0	33.0
30-39	18	18.0	18.0	51.0
Valid 40-49	30	30.0	30.0	81.0
>50	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

PENDIDIKAN TERAKHIR

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMP/SEDERAJAT	23	23.0	23.0	23.0
SMA/SEDERJAT	36	36.0	36.0	59.0
Valid DIPLOMA	6	6.0	6.0	65.0
SARJANA	15	15.0	15.0	80.0
LAIN-LAIN	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

PEKERJAAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
PNS	14	14.0	14.0	14.0
PELAJAR/MAHASISWA	28	28.0	28.0	42.0
Valid WIRASWASTA	15	15.0	15.0	57.0
PETANI	25	25.0	25.0	82.0
LAIN-LAIN	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

PENGHASILAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<1000000	51	51.0	51.0	51.0
Valid 1000000-2000000	22	22.0	22.0	73.0
>2000000	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

5.3.1.2 Uji Validitas

Persepsi

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.506**	.231*	.473**	.709**
	Sig. (2-tailed)		.000	.021	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.506**	1	.585**	.541**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.231*	.585**	1	.581**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.021	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.473**	.541**	.581**	1	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	.709**	.831**	.768**	.826**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

Preferensi

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.597**	.470**	.507**	.779**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.597**	1	.674**	.555**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.470**	.674**	1	.613**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.507**	.555**	.613**	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	.779**	.849**	.839**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Sikap

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.740**	.771**	.620**	.884**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.740**	1	.787**	.640**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.771**	.787**	1	.735**	.926**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.620**	.640**	.735**	1	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_X3	Pearson Correlation	.884**	.892**	.926**	.846**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Keputusan penggunaan

		Correlations				
		Y1	Y2	Y3	Y4	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.596**	.745**	.656**	.866**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.596**	1	.680**	.589**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.745**	.680**	1	.712**	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.656**	.589**	.712**	1	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	.866**	.827**	.910**	.854**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

5.3.1.3 Uji Reliabilitas

Persepsi (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.787	4

Preferensi (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.840	4

Sikap (X_3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	4

Keputusan Penggunaan(Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	4

5.3.1.4 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

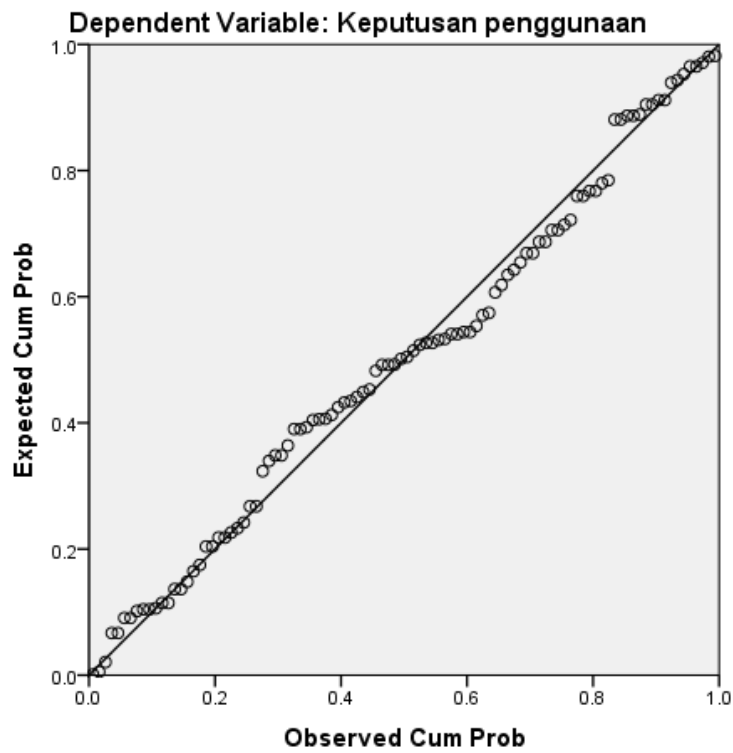
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.86874290
	Absolute	.068
Most Extreme Differences	Positive	.065
	Negative	-.068
Kolmogorov-Smirnov Z		.685
Asymp. Sig. (2-tailed)		.737

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.156	.684		1.689	.094		
Persepsi	.561	.083	.544	6.766	.000	.525	1.904
Preferensi	.355	.090	.372	3.941	.000	.381	2.624
Sikap	-.020	.071	-.025	-.278	.781	.433	2.312

a. Dependent Variable: Keputusan penggunaan

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.258	.047		5.460	.000
	PERSEPSI	.007	.006	.163	1.199	.234
	PREFERENSI	-.007	.006	-.177	-1.108	.271
	SIKAP	-.006	.005	-.196	-1.309	.194

a. Dependent Variable: ABS_RES2

5.3.1.5 Uji Regresi Linear Berganda

Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.821 ^a	.674	.664	1.89772

a. Predictors: (Constant), SIKAP(X3), PERSEPSI (X1), PREFERENSI (X2)

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PENGGUNAAN (Y)

Uji Pengaruh Simultan (F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	715.912	3	238.637	66.264	.000 ^b
	Residual	345.728	96	3.601		
	Total	1061.640	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PENGGUNAAN (Y)

b. Predictors: (Constant), SIKAP(X3), PERSEPSI (X1), PREFERENSI (X2)

Uji Parsial (T)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.156	.684		1.689	.094
	PERSEPSI (X1)	.561	.083	.544	6.766	.000
	PREFERENSI (X2)	.355	.090	.372	3.941	.000
	SIKAP(X3)	-.020	.071	-.025	-.278	.781

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PENGGUNAAN (Y)



PEMERINTAH KABUPATEN GROBOGAN
KECAMATAN KRADENAN
Jl.Honggokusuman 26 A Telp. 0292-761002
KALISARI 58182

SURAT REKOMENDASI

NOMOR : 071 / 463 /2022

- I. DASAR** :
1. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2018 Tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik. .
 2. Peraturan Bupati Grobogan Nomor 59 Tahun 2019, Tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian Nomor : 74 tahun 2018, Tentang Pendelegaasian Sebagian Kewenangan Pemrosesan dan Penandatanganan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Grobogan.
 3. Peraturan Bupati Grobogan Nomor 84 Tahun 2016, Tentang Perubahan Atas Peraturan Bupati Grobogan Nomor : 34 Tahun 2014 Tentang Pelimpahan Sebagian Kewenangan Pemrosesan dan Penandatanganan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Camat.

- II. MENIMBANG** :
1. Situasi dan Kondisi Daerah Kabupaten Grobogan dalam keadaan aman dan kondusif, sehingga dimungkinkan dapat diselenggarakannya kegiatan penelitian.
 2. Surat dari Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu, Nomor : 070/0916/ 2021 tanggal 08 September 2021, Perihal Surat Keterangan Penelitian,

III. Yang bertanda tangan dibawah ini, Camat Kradenan, Kabupaten Grobogan, menyatakan, **Tidak Keberatan** atas pelaksanaan, penelitian yang dilakukan oleh;

Nama : **Indah Safaroyana Purda**
Pekerjaan : Mahasiswa
Fakultas : Ekonomi & Bisnis, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Semester : VIII

Alamat : RT 02, RW:05, Desa Banjarsari Kec.Kradenan, Kab.Grobogan.

Maksud/Tujuan : Mengadakan ijin penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan
Judul : PENGARUH PERSEPSI, PREFERENSI, DAN SIKAP
MASYARAKAT UMUM TERHADAP KEPUTUSAN
PENGUNAAN JASA BANK SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat
Umum Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan).

Lokasi : Kecamatan Kradenan Kabupaten Grobogan

IV. Dengan ketentuan-ketentuan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan kegiatan dimaksud tidak dilaksanakan untuk tujuan lain yang berakibat melakukan kegiatan pelanggaran terhadap peraturan Perundang-undangan yang berlaku.
2. Sebelum melaksanakan kegiatan tersebut , maka terlebih dahulu melaporkan diri, atas kedatangannya kepada Camat Kradenan.
3. Mentaati segala ketentuan dan peraturan-peraturan yang berlaku serta petunjuk-petunjuk dari Pemerintah yang berwenang.
4. Setelah selesai pelaksanaan kegiatan dimaksud dalam batas waktu selambat-lambatnya 3 bulan diwajibkan meyerahkan hasilnya kepada Camat Kradenan.

V. Surat Keterangan Penelitian ini berlaku mulai tanggal, 28 April 2022 sampai tanggal 18 Mei 2022.

Kalisari, 28 April 2022

CAMAT KRADENAN



Tembusan dikirim kepada Yth:

1. Bupati Grobogan (sebagai Laporan)
2. Kepala Dinas DPMPTSP
3. Kasubag. TU. Kecamatan Kradenan
4. Yang bersangkutan
5. Arsip

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Indah Safaroyana Purda
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Grobogan, 07 Januari 1999
Status : Belum Kawin
Alamat : Desa Banjarsari RT.02 RW.05
Kec.Kradenan, Kab. Grobogan
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Nomor HP : 089618467109
E-mail : safaroyanaindah@gmail.com



Riwayat Pendidikan

SD Negeri 2 Banjarsari, Tahun 2005-2011

MTs N Wirosari, Tahun 2011-2014

MAN 1 Grobogan, Tahun 2014-2017

Demikian riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Grobogan, 30 Mei 2022

Indah Safaroyana Purda