

**PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP
MINAT PELAKU USAHA BERTRANSAKSI DI BANK SYARIAH
(STUDI KASUS PADA PELAKU USAHA PASAR WIJAHAN KABUPATEN
BANYUMAS)**

SKRIPSI

Disusun Untuk Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S1

Ilmu Perbankan Syariah



Disusun Oleh :

Lina Sugiarti (1705036021)

S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2021

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ

“Sesungguhnya setelah kesulitan ada kemudahan”

“Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan”

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW. Sengan segenapkerendahan hati dan ketulusan skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua tercinta, Ibu saya Siti Chotimah dan Ayah saya Sami'un. Beliau yang tanpa lelah menyebut nama anaknya dalam setiap sujud, selalu mengasihi setiap waktu, dan berusaha dari gelap sampai gelap dalam mencari rezeki. Terima kasih kuucapkan dan doa baik selalu ku panjatkan atas setiap peluh perjuangan yang tak terbatas.

DEKLARASI

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

Semarang, 1 Februari 2021
Deklarator,



Lina Sugiarti
NIM. 1705036021

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi merupakan hal yang 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 disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu pedoman transliterasi sebagai berikut :

A. Konsonan

ء = '	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 = „	ي = y
ذ = dz	غ = gh	
ر = r	ف = f	

B. Vokal

◌◌◌ - = a

◌◌◌◌◌ - = a

◌◌◌◌◌◌◌ - = a

D. Diftong

أَي = ay

أَوْ = aw

E. Syaddah) ء (- (

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطِّبَّة = *al-thibb*.

F. Kata Sandang (...ال)

Kata sandang ال ... () ditulis dengan *al*-.... misalnya الصِّينَاة = *al-shina* 'ah.

Al- ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

G. Ta' Marbutah (ة)

Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan "h" misalnya الطَّبِيعِيَّةُ الْمَعْشُورَةُ = *al-ma'isyah*

al-thabi'iyah.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : -

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Islam UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum wr.wb

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka saya menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Lina Sugiarti

NIM 1705036021

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI, DAN
RELIGIUSITAS PELAKU USAHA TERHADAP MINAT
BERTRANSAKSI DI PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus pada
Pelaku Usaha Pasar Wijahan Kabupaten Banyumas)

Dengan ini telah kami setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian atas perhatiannya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Semarang, 1 Februari

2021 Disetujui oleh

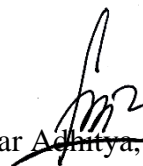
Pembimbing II

Pembimbing I



H. Ade Yusuf, M. Ag.

NIP. 19670119 199803 1 002



Fajar Adhitya, S. Pd., MM

NIP. 19891009 201503 1 003



**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

Nama : LINA SUGIARTI
NIM : 1705036021
Prodi : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI, DAN RELIGIUSITAS PELAKU USAHA TERHADAP MINAT BERTRANSAKSI DI BANK SYARIAH (Studi Kasus pada Pelaku Usaha Pasar Wijahan Kabupaten Banyumas)**

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

(29 Maret 2021)

Dan Dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir dalam menyelesaikan studi Program Sarjana Strata I (S1) guna memperoleh sarjana dalam ilmu Perbankan Syariah.

Mengetahui,

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang

Dr. Ratno Agriyanto, CA., CPA.
NIP. 198000128 200801 1 010

Fajar Adhitya, S. Pd., MM.
NIP. 19891009 201503 1 003

Penguji I

Penguji II

Arif Efendi, S.E., M.Sc.
NIP. 19850526 201503 1 002

Dr. H. Ahmad Furqon, Lc., M.A.
NIP. 19751218 200501 1 002

Pembimbing I

Pembimbing II

H. Ade Yusuf, M. Ag.

Fajar Adhitya, S. Pd., MM.

ABSTRAK

Perbankan syariah yang berkembang pesat di Indonesia perlu mendukung sektor produktif, yaitu sektor perdagangan. Sektor terdasar perdagangan yaitu di pasar. Bank syariah diharapkan mampu membantu para pelaku usaha di pasar yang kekurangan modal maupun kelebihan uang. Faktor pengetahuan produk bank, persepsi terkait penilaian orang terhadap bank syariah dan religiusitas seseorang dalam melaksanakan pengamalan agama dinilai penting mempengaruhi minat pelaku usaha menggunakan bank syariah.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah tingkat pengetahuan, persepsi dan religiusitas dapat mempengaruhi minat pelaku usaha untuk bertransaksi di bank syariah. Penelitian ini menggunakan studi kasus pelaku usaha di Pasar Wijahan Kabupaten Banyumas. Menggunakan pendekatan kuantitatif serta sumber data primer, dengan jumlah responden 50 orang. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis, dengan menggunakan olah data SPSS 21.

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan yang diperoleh antara lain, terdapat pengaruh positif tidak signifikan variabel pengetahuan dan persepsi terhadap minat dan variabel religiusitas menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap minat pelaku usaha untuk bertransaksi pada bank syariah. Secara parsial pengetahuan, persepsi dan religiusitas berpengaruh terhadap minat pelaku usaha bertransaksi di bank syariah. Dilihat dari hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 62,7% yang artinya kontribusi variabel independen sebesar 62,7% dan 37,3% sisanya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Pengetahuan, Persepsi, Religiusitas, dan Minat Bertansaksi

ABSTRACT

The purpose of the study was to determine the effect of knowledge, of perception, and religiosity to transaction in the Islamic banking. This research was on conducted on the wijahan market businessmen. This study uses a quantitative approach. Data sources obtained by this researcher use primary data derived from questionnaires that have been given to businessmen as many a 50 respondents. The analytical method used in this reseach is to use the question instrument test using the validity and reliability test, the classic assumption test, the multiple linier regression analysis and hypothesis testing using the f test, t test, and the coefficient of determination(R^2) with data processing using SPSS 21.0

Based on the results of research conducted it can be concluded that there is an influence between knowledge, perception, and religiosity, on transaction interest businessmen in Islamic banking. In terms knowledge, perception, unefect and religiosity affect on transaction businessmen in Islamic banking. Judging from the results of the analysis of the coefficient of determination (R^2) of 62,7% which means the contribution of the independent variable of 62,7% and the remaining 37,3% explained by other factors not examined in this study.

Keywords : Knowledge, Perception, Religiosity, and Transactional Interest

Kata Pengantar



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW yang senantiasa kita nantikan syafa'atnya di *yaumul kiyamah* kelak, *aamiin*. *Alhamdulillah* atas segala nikmat dan rahmat-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT PELAKU USAHA BERTRANSAKSI DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA PELAKU USAHA PASAR WIJAHAN KABUPATEN BANYUMAS)** dengan baik. Skripsi ini disusun guna memenuhi tugas dan melengkapi syarat memperoleh gelar sarjana strata S1. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada segenap pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari perhatian serta bantuan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, kami ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Heny Yuningrum, SE., M, Si selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah
4. Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag selaku walidosen atas segala bimbingannya dari mulai semester satu
5. H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag. dan Fajar Adhitya, S.Pd. MM. selaku pembimbing I dan II yang sudah banyak membantu serta membimbing secara ikhlas dan sabar dalam penyusunan skripsi ini.
6. Prof. Dr. Mujiyono Abdillah, M.A selaku pemilik kos, saya beruntung kos di Amalia karena profesor selain bertindak sebagai bapak kos yang baik juga beliau sempat memberikan bimbingan intensif untuk penyelesaian *study* khususnya penyelesaian skripsi.
7. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmunya dalam proses belajar mengajar .

8. Suwarno selaku kepala Pasar Wijahan yang telah memberi izin dan memberi bantuan dalam penelitian.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini banyak kekurangan dan kelemahan, kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca sangat diharapkan demi perbaikan dan kesempurnaan penelitian ini. Semoga proposal ini dapat menambah khasanah keilmuan pengetahuan dan pengalaman bagi para pembaca serta dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya. Aamiin Yaa Rabbal 'Alamin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Banyumas, 1 Januari 2021

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Lina Sugiarti' with a stylized flourish and a horizontal line below it.

Lina Sugiarti

Daftar Isi

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	ii
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penulisan	5
1.4 Manfaat Penulisan	5
1.5 Batasan Masalah	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
Bab II Tinjauan Pustaka	
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Bank Syariah	8
2.1.1.1 Pengertian Bank Syariah	8
2.1.1.2 Landasan Hukum Bank Syariah	9
2.1.1.3 Fungsi Bank Syariah	10
2.1.1.4 Prinsip Oprasional Bank Syariah	12
2.1.1.5 Kegiatan Usaha Bank Syariah	14
2.1.1.6 Akad-akad Bank Syariah	16
2.1.2 Pengetahuan	17
2.1.2.1 Indikator Pengetahuan Produk	19
2.1.2.2 Faktor Pengetahuan	20
2.1.2.3 Pendidikan	21
2.1.3 Persepsi	22
2.1.3.1 Pengertian Persepsi	23
2.1.3.2 Psikologi Persepsi	23
2.1.3.3 Faktor yang Mempengaruhi Persepsi.....	24
2.1.3.4 Karakteristik Konsumen	25
2.1.3.5 Dinamika Persepsi	26
2.1.4 Religiusitas	27
2.1.4.1 Psikologi Agama	29
2.1.4.2 Faktor-Faktor Religiusitas.....	30
2.1.5 Minat	30

2.1.5.1	Pengertian Minat	30
2.1.5.2	Faktor yang Mempengaruhi Minat	31
2.1.5.3	Proses Minat Pembelian	32
2.1.5.4	Keputusan Pembelian	33
2.1.6	Pelaku Usaha	33
2.1.7	Pandangan Pelaku Usaha dalam Islam	35
2.2	Penelitian Terdahulu	36
2.3	Kerangka Pemikiran	38
2.4	Hipotesis	39
Bab III Metode Penelitian		
3.1	Jenis dan Sumber Data	40
3.2	Populasi Sample	40
3.3	Metode Pengumpulan Data	41
3.4	Skala Pengukuran	42
3.5	Variabel Penelitian dan Pengukuran	43
3.6	Teknik Analisis	45
Bab IV Analisis Data dan Pembahasan		
4.1	Gambaran Umum Pasar Wijahan	50
4.2	Deskripsi Data dan Karakteristik Responden	50
4.3	Uji Instrumen	52
4.4	Pembahasan Hasil Penelitian	60
Bab V Penutup		
5.1	Kesimpulan	62
5.2	Saran	63
	Daftar Pustaka	64
	Lampiran	67

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian syariah negara Indonesia dari waktu ke waktu semakin maju. Pesatnya perkembangan ini dibuktikan oleh adanya lembaga keuangan berbasis syariah yang berdiri. Lembaga keuangan syariah (LKS) berdiri pertama kali di Indonesia dimulai sejak tahun 1992 lalu¹, diawali oleh Bank Muamalat Indonesia yang diresmikan dan menyabet gelar Bank Syariah pertama. Pada bulan September ditahun 1999, bank syariah pertama yaitu Bank Muamalat Indonesia mampu memprakarsai 45 outlate cabang letaknya tersebar pada Provinsi Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Balikpapan serta Makassar. Pada tahun selanjutnya yaitu 2000an, keberadaan lembaga keuangan syariah ini perkembangannya lebih pesat.

Berdasarkan dasar hukum di UU No. 21 Tahun 2008 yang mengatur tentang bank syariah menjelaskan arti bahwa bank syariah merupakan bank yang menggunakan ekonomi islam sebagai prinsip. Riba dalam berbagai bentuk merupakan salah satu larangan yang ada dalam prinsip ekonomi syariah. Cara untuk merealisasikan prinsip tersebut bank menerapkan bebas bunga pada segala transaksi. Baik dalam Pembayaran maupun penarikan bunga tidak diperbolehkan. Berdasarkan Fatwa MUI bunga bank sifatnya dipersamakan dengan riba yang artinya tambahan. “Majelis Ulama Indonesia (MUI) sudah menerbitkan fatwa No. 1 Tahun 2004 berkenaan dengan hukum bunga pada bank”.² Fatwa tersebut diterbitkan di Jakarta tepatnya tanggal 24 Januari tahun 2004, putusan majelis berbunyi segala bentuk bunga yang terjadi pada lembaga bank, Asuransi, Pasar Modal, Pegadaian, Koperasi, serta lembaga lain di bidang keuangan, haram dilakukan. Hubungan Riba dan Bunga merupakan kaitan islam (religiusitas). Suatu sikap atau kesadaran yang muncul dan berdasarkan keyakinan serta kepercayaan seseorang terhadap suatu agama disebut religiusitas. Seseorang melakukan sikap dan tindakan sesuai kadar ketaatan agama yang dianut, dorongan dari dalam itu disebut sikap keagamaan.³ Akan tetapi pada perkembangannya, di Indonesia bank syariah masih kurang dengan bank

¹ Muhamad, Manajemen Keuangan Syari'ah, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016, hlm 485

² <http://mui.or.id/wp-content/uploads/files/fatwa/32.-Bunga-InterestFaidah.pdf>

³ Jalaluddin, Psikologi Agama, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010, h. 257

konvensional padahal mayoritas warga Negara Indonesia beragama Islam, logikanya Bank Syariah berkembang pesat.

Berbagai cara dilakukan bank syariah agar eksistensi perkembangannya selalu beriringan dengan bank konvensional. Bank Syariah kini berusaha untuk memberikan produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah yang beragam. Terdapat beberapa upaya dari lembaga bank syariah salah satunya membiayai sektor produktif. Sektor produktif ialah salah satu sektor berperan penting dalam meningkatnya kesejahteraan Negara. Alasannya, sektor ini yang aktif dalam mengelola input-input yang ada dan menghasilkan hasil kelola tersebut. Macam-macam sektor produktif ada di bidang pertanian dan peternakan, bidang pertambangan, bidang perdagangan, serta di bidang industri.⁴

Salah satu instrument penting dalam setiap Negara yaitu adanya bank. Di berbagai negara bank umumnya berperan untuk mensejahterakan masyarakat. Dengan fungsi intermediasi bank menjadikan bank wadah untuk seseorang yang memiliki kelebihan uang serta seseorang dengan keterbatasan modal. Shomad memaparkan peranan bank sangat dibutuhkan dalam menyediakan modal untuk mengembangkan sektor produktif.⁵ Salah satu sector produktif yang di dukung oleh bank syariah adalah sector perdagangan/UMKM/Pasar.

Sektor produktif perdagangan merupakan roda ekonomi yang sangat penting karena dalam sector ini terjadinya permintaan dan penawaran yang merupakan bagian dari system perputaran perekonomian, oleh sebab itu perdagangan menjadi sector unggul dibanding sector lainnya. Salah satu proses perdagangan yang sering terjadi yakni di Pasar. Pelaku usaha di pasar berperan sebagai pemutar roda perekonomian dan pastinya membutuhkan pinjaman dana dari suatu lembaga yang dapat membantu berkembangnya usaha tersebut yaitu bank. Saat ini bank syariah berkontribusi dalam pembiayaan sektor produktif contohnya upaya yang dilakukan Bank BRI Syariah adalah mengeluarkan produk pembiayaan yang disebut Unit Mikro BRI Syariah iB serta Pembiayaan KUR mikro iB. Jadi dalam perkembangannya bank syariah sudah mengeluarkan produk untuk memenuhi kebutuhan para nasabahnya terutama pelaku usaha.

Masalah yang timbul dalam hal ini yaitu minimnya pengguna bank syariah dalam kalangan pelaku usaha padahal bank syariah sudah memberikan produk

⁴Priyono dan Teddy Candra, *Esensi Ekonomi Makro*, Surabaya: Zifatama Publisher, 2016, h. 12

⁵ Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012, h. 1

pembiayaan sesuai dengan kenutuhan pelaku usaha. Oleh sebab itu penulis mencoba mewawancarai pelaku usaha dari salah satu pasar di Kabupaten Banyumas. Dari sekilas wawancara singkat terhadap salah satu pedagang di Pasar Wijahan Pak Khumar seorang penjual jilbab beliau mengaku belum menggunakan Bank Syariah dengan alasan lebih mudah menggunakan bank konvensional.⁶ Sayang sekali Bang Khumar yang notabene masyarakat muslim masih belum menggunakan Bank Syariah. Pelaku usaha yang menjadi roda perputaran perekonomian seharusnya beriringan ikut andil dalam berkembangnya dunia bank syariah tapi kenyataannya bank yang berbasis syariah masih kurang eksistensinya jika dibandingkan dengan bank yang berbasis konvensional. Penulis menganalisis macam-macam faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan masyarakat untuk bertransaksi di bank syariah baik eksternal maupun internal. Beberapa factor yang mempengaruhi minat nasabah bank diantaranya faktor psikologis yang menyangkut persepsi, selera, dan perilaku. Tetapi tidak hanya faktor psikologis, faktor pergaulan, pendidikan, dan keluarga juga bisa mempengaruhi keputusan nasabah bertransaksi di bank syariah. Pandangan ini menjadi penting oleh manajemen bank syariah untuk mencari celah mengambil hati nasabah demi menjaga keberlangsungan serta eksistensi dari bank sendiri. Dari wawancara singkat dengan pelaku usaha di Pasar Wijahan faktor yang menjadi kendala yaitu faktor internal dari dalam diri sendiri.

Banyak penelitian terdahulu terkait faktor internal yang berpengaruh ataupun tidak dengan keputusan masyarakat menggunakan bank syariah. Dari penelitian tersebut terdapat *research gap* diantaranya, berdasarkan penelitian Ratna Rizkia (2018) dengan judul Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi, dan Tingkat Pendapatan terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah menarik kesimpulan faktor pengetahuan dan religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. Dari *research* terdahulu terkait religiusitas karya Wahyu Utami, dkk 2015 hasilnya menunjukkan bahwa secara simultan ada pengaruh yang positif dan signifikan terhadap faktor religiusitas, kelompok referensi, dan motivasi untuk keputusan nasabah dalam memilih bank Syariah. Penelitian serupa dari Julia (2017) yang berjudul “Analisis Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas dan, *disposable income*, terhadap Minat Menabung di Bank Syariah” hasilnya

⁶ Wawancara Pribadi, Khumar pemilik kios jilbab di Pasar Wijahan, 4 Juli 2020

menyimpulkan faktor persepsi dan religiusitas mempengaruhi minat untuk menabung di Bank Syariah.

Terjadi perbedaan *reseach gap* dari beberapa penelitian terkait variabel-variabel tersebut. Hasil penelitian Aris Purwanto (2016) yang berjudul Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Pendapatan terhadap Minat Masyarakat menabung di Bank Syariah Boyolali menyebutkan faktor pengetahuan berpengaruh negatif dengan minat nasabah. Penelitian serupa dari Ninuk (2018) menyatakan faktor pengetahuan mempengaruhi keputusan masyarakat menabung di BMT. Penelitian karya Umi Wahyu Anisa (2016) menyebutkan faktor persepsi pengaruhnya negatif pada keputusan masyarakat untuk membeli jasa bank syariah. Selanjutnya oleh Jazim, dengan judul “Persepsi dan Sikap Masyarakat Santri Jawa Timur terhadap Bank Syariah” Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yaitu ada pengaruh positif dari faktor persepsi pada minat masyarakat santri menggunakan bank syariah di Jawa Timur dengan pendekatan budaya, sosial, psikologis serta pribadi.

Dari uraian di atas peneliti bermaksud menjadikan pengetahuan, persepsi dan religiusitas sebagai variable yang akan diteliti terkait minat pelaku usaha untuk bertransaksi di Bank Syariah. Penulis memilih subyek penelitian pasar karena perdagangan dan pasar sangat erat kaitannya dengan sector produktif. Jika bank syariah mampu berkolaborasi dengan pasar maka kemajuan keduanya baik bank serta pasar dapat dicapai. Salah satu pasar tradisional di kabupaten Banyumas yaitu Pasar Wijahan yang notabene penduduknya muslim.

Berdasarkan pemaparan tersebut, penulis mengangkat pengetahuan, persepsi, dan religiusitas sebagai variabel untuk melihat pengaruhnya terhadap minat pelaku usaha bertransaksi di bank syariah. Arti dari persepsi yaitu suatu proses seseorang dalam menentukan, mengorganisasi serta mengolah input berupa berbagai informasi untuk membuat makna yang berarti.⁷ Kemudian arti dari pengetahuan yaitu suatu informasi oleh seseorang yang sudah diolah baik dengan media sejarah, pengalaman ataupun skema interpretasi miliknya.⁸ Yang terakhir religiusitas, yaitu suatu keberagamaan, yang merupakan dorongan dari diri sendiri sehingga melakukan segala

⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga 2009, h.216

⁸ Nurul Indarti, et al. *Manajemen Pengetahuan: teori dan Praktik*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2014, hlm. 14.

tindakan/perbuatan yang menunjukkan kadar ketaatan dirinya terhadap agama yang dianut.⁹

Penelitian ini dianggap perlu untuk menjawab permasalahan yang dikeluhkan peneliti terkait pengaruh pengetahuan, persepsi, dan religiusitas terhadap minat pelaku usaha bertansaksi di bank syariah serta menjawab reseach gap yang terjadi pada penelitian terdahulu. Peneliti memilih mengambil objek penelitian di Pasar Wijahan Kabupaten Banyumas karena sesuai dengan berbagai faktor variabel yang dipilih. Dari uraian tersebut peneliti berminat mengangkat penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan, Persepsi dan Religiusitas Terhadap Minat Pelaku Usaha Bertransaksi di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Pelaku Usaha di Pasar Wijahan Kabupaten Banyumas)”**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apa Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Pelaku Usaha Bertransaksi di Bank Syariah?
2. Apa Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Pelaku Usaha Bertransaksi di Bank Syariah?
3. Apa Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Pelaku Usaha Bertransaksi di Bank Syariah?

1.3 Tujuan Penulisan

1. Mengetahui dan Memahami Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Pelaku Usaha Bertransaksi di Bank Syariah.
2. Mengetahui dan Memahami Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Pelaku Usaha Bertransaksi di Bank Syariah.
3. Mengetahui dan Memahami Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Pelaku Usaha Bertransaksi di Bank Syariah.

1.4 Manfaat Penulisan

Manfaat yang dihasilkan oleh penelitian ini diantaranya:

1. Bagi Peneliti

⁹ Jalaludin Rahmat, *Psikologi Agama*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003, h.88

- a. Untuk mengetahui jawaban dari hipotesis peneliti terhadap variabel yang diangkat
 - b. Untuk mengasah kemampuan peneliti dalam menjawab pertanyaan seputar bank
 - c. Meningkatkan, mengembangkan, dan memperkaya pemahaman dibidang keilmuan;
2. Bagi Praktisi
 - a. Sebagai suatu alasan nasabah dalam pengambilan keputusan untuk bertransaksi di bank syariah
 - b. Menjadi tolak ukur dan bahan pembanding pada penelitian berikutnya;
 3. Bagi Akademisi
 - a. Memberikan tambahan serta referenski dalam khasanah keilmuan
 - b. Turut serta dalam pengembangan keilmuan bank syariah dalam mempraktikkan teori;

1.5 Batasan Masalah

Dari berbagai rumusan masalah menyebabkan banyak sekali masalah untuk dihadapi. Oleh sebab itu peneliti perlu membatasi masalah yang akan dibahas, batasan dari masalah di penelitian ini antara lain :

- a. Peneliti menitikberatkan variabel pengetahuan, persepsi, dan religiusitas pelaku usaha terhadap minat untuk bertransaksi di bank syariah
- b. Penelitian dilakukan terhadap 50 pelaku usaha di Pasar Wijahan
- c. Pelaku usaha yang di teliti adalah pelaku usaha Pasar Wijahan

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan skripsi ini, peneliti membuat sistematika penulisan sebagai berikut:

- a. **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam satu berisi latar belakang masalah, rumusah masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

- b. **BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab dua berisi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

c. **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab tiga berisi penjelasan mengenai metode penelitian yang berisi pendekatan penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, pengelolaan dan analisis data, serta pengujian keabsahan data.

d. **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab empat berisi gambaran umum pasar wijahan, analisis statisic deskriptif, uji asumsi klasik, uji signifikansi, analisis regresi berganda dan pembahasan.

e. **BAB V PENUTUP**

Dalam bab lima akan dijelaskan mengenai kesimpulan yang didapat dari serangkaian penelitian serta saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Bank Syariah

2.1.1.1 Pengertian Bank Syariah

Bank dalam artian meja atau bangku berasal dari Bahasa Italia Banco. Kata inilah yang selalu digunakan oleh banker saat melakukan kegiatan operasional untuk melayani nasabah. Oleh sebab itu fungsi dasar bank merupakan penyedia tempat untuk mengamankan uang sebagai alat pembayaran baik barang maupun jasa¹⁰. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan, bank adalah lembaga keuangan untuk menyediakan produk kredit atau jasa dalam rangka lalu lintas pembayaran peredaran uang.¹¹ Bank Syariah mempunyai fungsi intermediasi yaitu sebagai wadah bagi masyarakat yang memiliki kelebihan maupun kekurangan uang tetapi dalam menjalankannya tetap berpedoman pada prinsip syariah. Dalam menjalankannya bank syariah tidak menerapkan system bunga atau interest free banking dan melarang adanya perbuatan maghrib yaitu maisyir, grarar, dan riba.¹²

Regulasi bank yang berbasis syariah di Indonesia, terdapat pada UU No. 21 Tahun 2008 tentang bank syariah. Disebutkan bahwa bank syariah merupakan bank yang usahanya berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah (syaria) serta ada beberapa jenisnya diantaranya Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

1. Bank Umum Syariah (BUS) merupakan bank yang memberikan fasilitas jasa lalu lintas pembayaran dengan berpedoman pada prinsip islam. Dalam praktiknya bank syariah bisa menjadi bank devisa maupun bank non devisa. Bank devisa yaitu bank yang memfasilitasi nasabah untuk bisa bertransaksi antar negara sehingga berkaitan langsung dengan mata uang negara lain. Transaksi yang dapat dilakukan diantaranya melakukan pengiriman uang ke luar negeri, melakukan pembukaan *letter of credits*, inkaso ke luar negeri, dan lain lain.

¹⁰ Andi Soemitra M.A, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2009) h. 62

¹¹ Suharso dkk, Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Lux, (Semarang: CV. Widya Karya, h.75

¹² Ali Zainudin, *Hukum Bank Syariah*, Cet. Ke-1, Jakarta: Sinar Grafika, 2008, h. 1

2. Unit Usaha Syariah (UUS) merupakan bagian dari induk kantor bank konvensional dengan menjalankan kegiatannya sesuai prinsip syariah. Untuk unit ini berbeda dengan BUS yang dapat berdiri sendiri, UUS merupakan bagian dari induknya. Walaupun demikian dalam pelaporannya tidak dapat disatukan. Dalam posisinya direksi bank umum konvensional letaknya berada di atas unit ini. UUS mampu bertindak menjadi bank non devisa maupun sebaliknya.
3. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) merupakan bank yang dalam menjalankan kegiatannya tidak menyediakan fasilitas lalu lintas pembayaran dan berpedoman pada prinsip syariah. Dalam pendiriannya bentuk BPRS hanya boleh dimiliki oleh PT dengan syarat pemilikinya berkewarganegaraan Indonesia dan berbadan hukum atau milik pemerintah daerah, bisa juga korelasi antara pemerintah daerah dengan warga negara Indonesia berbadan hukum.

2.1.1.2 Landasan Hukum Bank Syariah

Regulasi Bank Syariah dilihat dari yuridis normative terdapat pada aturan Undang-undang yaitu UU No 7 Tahun 1992 yang mengatur tentang Bank, namun sudah direvisi menjadi UU No. 10 Tahun 1998 dan sudah mengalami revisi dengan UU bank No. 21 Tahun 2008 menyebutkan bahwa bank syariah merupakan lembaga keuangan dengan berkonsep dan berprinsip dengan syariah yaitu menerapkan *profit and los sharing*. Penulis menarik beberapa garis hukum diantaranya :

- a. Bank merupakan semua hal yang berkaitan dengan bank, yang mencakup segala aspek mulai dari system, lembaga serta segala yang terkait dengan pelaksanaan baik proses, jasa ataupun product.
- b. Bank merupakan sebuah badan usaha yang kegiatannya menghimpun masyarakat yang kelebihan uang (funding) kemudian menyalurkan dana dengan produk pembiayaan (landing) maupun jasa dengan tujuan untuk mensejahterakan masyarakat secara tepat agar produktif.
- c. Pembiayaan dengan berprinsip pada ekonomi islam merupakan penyedia dana yang dibutuhkan oleh nasabah, segala keputusan harus ridho atau suka sama suka tidak ada pihak yang merasa terdzolimi. Kedua pihak harus sepakat dari awal akad, serta kesepakatan tersebut mencakup pengembalian dana disertai *profit and los sharing*.
- d. Prinsip Syariah merupakan perjanjian dengan berdasar pada hukum islam dengan kesepakatan yang diawali akad oleh kedua belah pihak tanpa ada yang

merasa terbebani. Semua produk dan jasa menggunakan prinsip ekonomi islam serta melarang adanya maghrib yaitu maisir, riba, gharar. Segala produk seperti pembiayaan, penyedia jasa, serta penyimpanan harus sesuai prinsip syariah. Pembagian keuntungan dilakukan dengan bagi hasil, yaitu suatu system yang meliputi pembagian hasil usaha antara pemodal dan pengelola dana pembagian hasil usaha.¹³ Pembiayaan yang menggunakan prinsip bagi hasil yaitu mudharabah, pembiayaan yang menggunakan prinsip penyertaan modal yaitu musyarakah, yang menggunakan prinsip jual beli barang disertai keuntungan yaitu murabahah, dan yang terakhir pembiayaan yang menggunakan prinsip sewa yaitu ijarah.

2.1.1.3 Fungsi Bank Syariah

Dalam pasal empat UU nomor 21 tahun 2008 yang mengatur Bank Syariah, menyebutkan kewajiban bank syariah untuk melaksanakan tugas menyalurkan serta menghimpun uang nasabah. Selain itu bank syariah mampu melaksanakan tujuan sosialnya dengan membuat lembaga baitmal, yang tugasnya mewartakan dan memperoleh uang hasil zakat, infak, hibah, sedekah, serta dana sosial lain (diantaranya ta'zir yang artinya denda nasabah) kemudian disalurkan kepada organisasi pengelola zakat. Bank syariah dapat pula mengumpulkan harta masyarakat berupa wakaf uang kemudian di salurkan untuk nadzir berdasarkan keinginan dari pemberi harta.¹⁴

Disebutkan dalam beberapa literature yang berkaitan dengan bank syariah bahwa lembaga yang memiliki beragam pelayanan dan produk ini mempunyai beberapa fungsi, diantaranya:¹⁵

1. Fungsi Manager Investasi

Fungsi manager investasi ditinjau dari sisi *funding* dari bank syariah, terutama pada transaksi mudharabah. Dalam hal tersebut lembaga menjalankan fungsi manager investasi asalnya didapat oleh pemodal atau sohibul maal untuk menyalurkan uang tersebut pada usaha produktif, sehingga memperoleh keuntungan dengan bagi hasil kedua belah pihak dari dana yang sudah dihimpun tersebut.

¹³ Ahmad Ifham, Ini Lho Bank Syariah, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2015, hlm. 45

¹⁴ Rizal Yaya, et al. Akutansi Syariah :Teori dan Praktik Kontemporer, edisi 2, Jakarta: Salemba Empat, 2014, h.48

¹⁵ Ibid.

2. Fungsi Investor

Fungsi investor dilihat dari segi pengelolaan dana oleh pihak bank, disini bank berperan sebagai pemilik modal. Bank mepergunakan modal untuk di tanamkan pada kegiatan atau usaha di sektor produktif, dalam penggunaannya bank memilah sektor yang berlandaskan pada prinsip ekonomi islam. Tidak hanya hal tersebut, bank juga menginvestasikan modalnya pada investasi halal. Investasi tersebut terdapat pada angka transaksi jual beli (*salam, murabahah, serta isthisna*), transaksi sewa (*ijarah* serta *IMBT*) pada investasi mudharabah dan musyarakah serta transaksi halal lainnya yang berdasar Al-Qur'an dan hadis.

3. Fungsi Sosial

Fungsi sosial sangat lekat terhadap bank syariah. Bank syariah biasanya memiliki dua instrument untuk melaksanakan tujuan sosial diantaranya bagian ZISWAF (zakat, infaq ,shodaqoh serta wakaf) serta bagian lain dari qordhul hasan. Instrument ZISWAF menjalankan fungsi mengupulkan dana tersebut dari berbagai kalangan seperti, karyawan bank, maupun lembaga bank tersebut karena dimiliki oleh banyak investor. Selanjutnya kumpulan harta diberikan pada penerima dengan berbentuk hibah agar penerima bisa mencukupi dan membeli apa yang dibutuhkan. Bentuk qordhul hasan memiliki fungsi mengumpulkan dana infaq serta sedekah tanpa diberi spesifikasi dari pemberi dengan syarat penerimaan yang memenuhi kriteria halal. Dana qordhul hasan disalurkan diantaranya untuk (1) sumbangan atau hibah untuk yang berhak; (2) pengadaan dan perbaikan fasilitas public (sosial atau *general*) untuk kemaslahatan utamanya diperoleh dari sektor yang ternyata masuk kategori haram; (3) memberikan bantuan berupa pembiayaan diperuntukkan kepada nasabah tanpa memberi tambahan, nasabah penerima masuk ke kategori kurang mampu dan mempunyai kemauan dalam pengembalian pembiayaan.

4. Fungsi Jasa Keuangan

Seperti halnya bank konvensional fasilitas jasa keuangan dilakukan dengan melaksanakan pelayanan pada layanan kliring, inkaso, kirim uang, pemberian gaji, *letter of credit* dll tetapi yang menjadikan pembeda adalah dalam memperoleh laba, ketika bank syariah berkiblat pada prinsip islam.

5. Prinsip Fee atau Jasa (*al-AjrWalumullah*)

Prinsip fee atau jasa terdapat pada fasilitas selain pembiayaan dari bank. Fasilitas ini yang menggunakan akad fee atau jasa seperti bank garansi, inkaso, kirim uang, kliring serta lainnya. Dalam syariah prinsip fee atau jasa berdasar pada konsep *al-Ajr Walumullah*

2.1.1.4 Prinsip Oprasional Bank Syariah

Walaupun UU No. 21 Tahun 2008 yang mengatur perbankan syariah, tetapi di Negara ini menggunakan *dual banking system* artinya memperkenalkan dua system bank dengan *co-existence*. System bank ini merupakan bentuk gabungan bank umum dan bank yang berdasar *profit and los sharing* (dengan implisif mempercayai system lembaga sesuai syariah).¹⁶

Dalam *Islamic windows*, aturannya ada di pasal enam UU No. 21 Tahun 2008 yang merupakan pintu untuk membuka lembaga bank dengan pelaksanaan praktik yang berkiblat pada ekonomi islam serta bank umum bertindak sebagai pengelola. Dalam pasal enam menjelaskan hal-hal di bawah ini:¹⁷

1. Kator cabang serta UUS mampu berdiri jika telah memperoleh izin dari Bank Indonesia.
2. Perizinan Bank Indonesia berlaku untuk segala pendirian kantor cabang seperti kantor perwakilan maupun kantor yang bagiannya ada di luar negeri milik BUS serta non syariah yang memiliki UUS dan terdapat di negara lain.
3. Surat penegasan dari Bank Indonesia merupakan syarat yang dibutuhkan untuk pendirian kantor cabang.
4. BPRS tidak diperkenankan untuk membuat segala jenis kantor cabang.

Office channeling yang menjadi pemantau dalam pelayanan di bank islam. *Office channeling* adalah cara untuk melabeli lembaga yang bisa menggunakan landasan syariah baik cabang maupun pembantu. Apabila menggunakan *Islamic windows* versi PBI No. 4/1/PBI/2002, pelaksanaan tersebut dilarang dilakukan. Kegiatan di dalamnya dilarang digabungkan antara syariah dan non syariah. Dalam PBI No. 4/1/PBI/2002, memberikan kesempatan kepada bank umum konvensional untuk membuka kantor cabang syariah dengan persyaratan antara lain adanya pembukuan

¹⁶ Andrian Sutedi, *Bank Syariah : Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*, Jakarta:Ghalia Indonesia, 2009, h.50

¹⁷ Ibid hlm 51

yang terpisah, pemisah modal, pemisah pegawai, dan ruangan yang terpisah. Selain itu pembukaan kantor kas dan kantor pembantu bisa dengan satu Bank Indonesia di wilayah yang sama.¹⁸

Pada umumnya, kaitan perekonomian didasarkan pada prinsip syariah dengan ketentuan akad yang terdiri beberapa jenis akad ¹⁹ Akad yang dimaksud antara lain;

1. Prinsip simpanan murni (*al-Wadi'ah*)

Pengertiannya adalah kesempatan yang diberikan pihak bank kepada nasabah untuk menyimpan harta dalam bentuk *al-Wadi'ah*. Produk dalam simpanan tersebut salah satunya tabungan dan deposito. Di bank konvensional biasanya produk simpanan murni disebut giro.

2. Bagi Hasil (*syirkah*)

Syirkah merupakan system bagi hasil antara pihak pemilik harta dengan mudharib. Pembagian hasil usaha dilakukan oleh perbankan untuk investasi serta dapat pula dilakukan oleh bank bersama mudharib. Produk yang menggunakan dasar syirkah tersebut antara lain mudharabah dengan musyarakah. Selain itu prinsip mudharabah bisa dilakukan terhadap transaksi penyimpanan (tabungan serta deposito) ataupun produk pembiayaan. Selain itu, musyarakah kebanyakan ada dalam produk pembiayaan.

3. Prinsip Jual Beli (*at-Tijarah*)

Tijarah yaitu aturan dalam mengatur jual beli terkait tata cara jual beli. Dalam hal ini bank sebagai fasilitator akan memberikan sesuatu kebutuhan nasabah, selain itu bisa menjadikan pelantara untuk membeli yang dibutuhkan dengan mengatas namakan bank kemudian pihak bank melakukan transaksi penjualan pada nasabah tersebut beserta transparansi harga beli disertai laba barang.

4. Prinsip Fee atau Jasa (*al-Ajr Walumullah*)

Prinsip fee atau jasa terdapat pada fasilitas selain pembiayaan dari bank. Fasilitas ini yang menggunakan akad fee atau jasa seperti bank garansi, inkaso, kirim uang, kliring serta lainnya. Dalam syariah prinsip fee atau jasa berdasar pada konsep *al-Ajr Walumullah*

5. Prinsip Sewa (*al-Ijarah*)

¹⁸ Ibid hlm. 52

¹⁹ Muhammad, *Akutansi Syariah: Teori dan Praktik untuk Bank Syariah*, Yogyakarta: UUP STIM YKPN, 2013, h.180

Dalam prinsip tersebut ada dua jenis konsep sewa; (1) Ijarah atau sewa murni contohnya dalam menyewakan alat berat (*oprating lease*). Pada bank teknisnya pihak bank melakukan pembelian terlebih dulu suatu kebutuhan nasabah kemudian melakukan pengembalian sesuai akad di awal. (2) *IMBT (ijarah al muntahiya bit tamlik)* adalah gabungan transaksi sewa dengan beli, dalam transaksi ini di awal akad nasabah melakukan transaksi sewa kemudian nasabah berkesempatan untuk menjadikan barang yang disewa sebagai hak milik ketika selesai transaksi sewa menyewa.

2.1.1.5 Kegiatan Usaha Bank Syariah

Ketika melaksanakan praktiknya bank syariah berlandaskan terhadap prinsip ekonomi syariah. Bank merupakan lembaga yang menjalankan fungsi funding dan landing sebenarnya sama baik syariah maupun non syariah. Namun, dalam pelaksanaannya Bank Syariah lebih selektif karena semua sektor yang menjadi bagian dari bank wajib sektor halal karena pedoman dari bank syariah merupakan Al-Qur'an dan hadis jadi berbeda dengan bank yang tidak berprinsip syariah.²⁰

Diatur dalam UU No. 21 Tahun 2008, menurut pasal dua di sebutkan beberapa kegiatan usaha di antaranya:²¹

1. Prinsip Syariah, kegiatan usahanya tidak mengandung unsur-unsur di bawah ini:
 - a. Riba, adalah tambahan pendapatan secara bathil atau tidak sah biasanya seseorang memberikan tambahan terlalu banyak yang menyebabkan pihak lain terdzolimi karena keberatan, itu yang disebut riba. Dalam praktik kredit dengan ketentuan memberi syarat kepada nasabah untuk mengembalikan dana yang di pinjam melebihi pinjaman awal;
 - b. Maisir, adalah praktik ketidakpastian dengan menggantungkan dewi fortuna atau keberuntungan jadi transaksi ini terlihat tidak jelas dan tidak bisa disepakati di awal akad;
 - c. Gharar, adalah praktik baik objek maupun keberadaannya tidak jelas dan tidak dapat di serahkan pada saat transaksksi di lakukan kecuali di atur lagi oleh syariat;

²⁰ Soemitra Andri, Bank dan Lembaga Keuangan Islam, Cet-IV, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014, hlm. 72

²¹ Sutedi Adrian, (2009) *Bank Syariah : Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*, Jakarta: Ghalia Indonesia, hlm. 61.

- d. Haram, adalah sesuatu tidak diperbolehkan dalam islam baik dari segi barang maupun perbuatan;
 - e. Zalim, adalah praktik mengandung ketidakadilan dan salah satu merasa keberatan.
2. Demokrasi ekonomi yaitu segala tindakan dalam perekonomian islam yang terdapat nilai-nilai keadilan, kemanfaatan, pemerataan, serta kebersamaan
 3. Prinsip kehati-hatian yaitu panduan untuk mengelola bank agar tercipta lembaga sehat, kokoh, serta efisien dan berlandaskan hukum yang berlaku.

Usaha yang dijalankan oleh lembaga tersebut terdapat pada pasal 36-37 PBI No.6/24/PBI/2004, diuraikan beberapa di antaranya:²²

1. Penghimpunan dana atau disebut *Funding*. Penghimpunan dana adalah produk bank syariah yang tujuannya mengumpulkan dana dengan memberikan tawaran jenis produk yang tujuannya menyalurkan kembali dana yang di himpun dari nasabah dalam produk
2. Penyaluran dana atau disebut *Landing*. Penyaluran dana dilakukan untuk menjaga bank agar tetap bisa beroperasi dan bank mendapat keuntungan nasabah yang membutuhkan pembiayaan pun tertolong karena system bank syariah adalah bagi hasil jadi keduanya sama-sama diuntungkan.
3. Jasa Pelayanan syariah. Dalam jasa ini pelayanan yang diberikan oleh bank dengan jasa keuangan, agen, dan jasa non keuangan. Layanan ini diberikan oleh bank syariah untuk nasabahnya.
4. Surat Berharga
 - a. Membeli, menjual, atau menjamin resiko dari surat berharga pihak ke tiga sudah di terbitkan harus sesuai transaksi nyata atau (*undelying transaction*) yang berdasar pada prinsip syariah.
 - b. Dalam pembelian SWBI harus sesuai syariat. SWBI dimanfaatkan oleh bank syariah untuk mengatasi kelebihan likuiditasnya, akad yang termasuk didalamnya adalah wadi'ah.
5. Lalu lintas keuangan dan pembayaran
 - a. Produknya antara lain pengiriman uang, atm, collection, pertukaran mata uang.
6. Berkaitan pasar modal
 Sesuai dengan prinsip pada akad wakalah.

²² Ibid.hlm. 62.

7. Investasi

Investasi atau mudharabah adalah akad kerja sama antara bank sebagai sohibul maal dengan nasabah selaku mudharib. Aplikasi dalam bank dari sisi penghimpun dana berbentuk tabungan dan deposito berjangka sedangkan dari segi pembiayaan berbentuk pembiayaan modal kerja dan investasi.

8. Dana Pensiun

Pembuat dan pengelola uang pension (DPLK) harus sesuai pada syariat.

9. Sosial

Seseorang yang menerima maupun memberikan uang sosial di peroleh dari zakat, infaq, shodaqoh, wakaf, hadiah serta pada pelaksanaan akad dalam bank harus mengatur terkait ganti rugi.

2.1.1.6 Akad-Akad Bank Syariah

Beberapa kegiatan dalam praktiknya diantaranya :

- a. Penghimpunan dana atau disebut *Funding*. Penghimpun dana adalah produk bank syariah yang tujuannya mengumpulkan dana dengan memberikan tawaran jenis produk yang tujuannya menyalurkan kembali dana yang di himpun dari nasabah dalam produk
- b. Penyaluran dana atau disebut *Landing*. Penyaluran dana dilakukan untuk menjaga bank agar tetap bisa beroperasi dan bank mendapat keuntungan nasabah yang membutuhkan pembiayaan pun tertolong karena system bank syariah adalah bagi hasil jadi keduanya sama-sama diuntungkan.
- c. Jasa Pelayanan syariah. Dalam jasa ini pelayanan yang diberikan oleh bank dengan jasa keuangan, agen, dan jasa non keuangan. Layanan ini diberikan oleh bank syariah untuk nasabahnya.

Akad akad yang di gunakan dalam bank syariah antara lain

1. *Mudharabah*

Mudharabah yaitu akad kerjasama antara dua pihak atau lebih dimana pihak pertama (shohibul mal) menyediakan seluruh harta serta pihak yang lainnya bertindak sebagai pengelola.

2. *Wadi'ah*

Wadi'ah adalah akad penitipan barang atau harta antara pemilik dengan pihak yang diberi kepercayaan. Pihak yang diberi kepercayaan tersebut wajib di jaga dan harus di kembalikan kapan pun ketika pemilik arah inginkan.

3. *Murabahah*

Murabahah yaitu jual beli barang dengan ketentuan nilai jual terdiri dari harga beli di tambah margin dan di sepakati oleh ke dua belah pihak. Dalam murabahah penjual wajib memberi tahukan harga beli produk secara transparan.

4. *Musyarakah*

Musyarakah yaitu pembiayaan kongsi antara beberapa orang guna menjalankan suatu usaha dengan ketentuan setiap orang dalam melakukan usaha harus melakukan kerja sama memberikan kontribusi dana (*amal/expertise*) berdasarkan pada kesepakatan. Keuntungan serta kerugian sesuai pada awal akad.²³

5. *Salam*

Salam yaitu transaksi pemesanan sesuatu sesuai kriteria dan pelunasan di lakukan di awal secara penuh.²⁴

6. *Istishna*

Isthisna yaitu akad membeli produk sesuai selera keinginan si pemesan, serta pembayaran dilakukan sesuai kesepakatan bisa di awal maupun di akhir.

7. *Ijarah*

Ijarah yaitu akad pemindahan hak gunapakai/manfaat atas suatu barang maupun jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau upah tanpa adanya pergantian pemilik.

2.1.2 Pengetahuan

Pengetahuan di artikan sebagai informasi dari hasil pengolahan data dari kejadian masa lampau ataupun segi pengolahan ilmu yang berbeda.²⁵

Dalam QS Az Zumar ayat 18 berbunyi :

الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ
اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمُ الْأَوْلَاءُ لِلَّهِ

²³ Ahmad Ifham, Ini Lho Bank Syariah, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2015, hlm. 164

²⁴ Abdul Ghofur Anshori, *Bank Syariah di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2009, hlm. 106

²⁵ Nurul Indarti, et al. *Manajemen Pengetahuan: teori dan Praktik*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2014, hlm. 14.

Arti dari ayat tersebut yaitu “mereka yang mendengarkan perkataan dan mengikuti yang paling baik diantaranya maka mereka itulah yang Allah beri petunjuk dan mereka orang yang berakal”. Dalam ayat tersebut Al-Qur’an menegaskan bahwa manusia dianjurkan untuk mendengar serta memahami apa yang terbaik kemudian dijadikan pelajaran untuk mencari dan mewujudkan kebenaran. Hal tersebut merupakan aspek pengetahuan manusia yang merupakan orang berakal.²⁶

Dari ragam segi, beberapa pandangan pengetahuan diantaranya: 1) suatu kondisi pikiran; 2) suatu objek; 3) suatu proses 4) suatu kondisi dalam mendapatkan pengetahuan; 5) suatu kemampuan.²⁷

1. Pengetahuan sebagai suatu kondisi pikiran

Pengetahuan sering digambarkan keadaan dimana pikiran dikatakan tahu terkait apa yang difikirkan. Pandangan yang berkaitan dengan pengetahuan yaitu keadaan dimana fikiran menitik beratkan terhadap pandangan seseorang dalam hal pengembangan ilmu individu serta pengaplikasiannya berdasarkan segi yang dibutuhkan.

2. Pengetahuan sebagai suatu obyek

Apabila dilihat dari segi obyek artinya pengetahuan merupakan hal yang mampu disimpan dalam jangka panjang. Media penyimpanannya bisa berupa elektronik maupun non elektronik seperti hardisk, VCD, pembukuan serta media penyimpanan lain.

3. Pengetahuan sebagai suatu proses

Dalam hal tersebut dititik beratkan ketika pengetahuan dijadikan sebagai dasar seseorang ketika memutuskan untuk mengambil keputusan dan melakukan sebuah perbuatan dengan dasar proses pemikiran suatu hal.

4. Pengetahuan sebagai kondisi untuk mendapatkan pengetahuan

Pandangan ini bisa dilihat dari fungsi pengetahuan yang bisa menjadi sarana untuk memperoleh data/ilmu lainnya.

5. Pengetahuan sebagai suatu kapasitas

Pengetahuan mampu dilihat untuk dasar perilaku pada masa yang akan datang. Selain kemampuan tersebut, pengaruh dari hal ini yaitu bisa

²⁶ Musa Asy’arie, Filsafat Ekonomi Islam, LESI:Yogyakarta, 2015, hlm 41

²⁷ Nurul Indarti, et al. *Manajemen Pengetahuan: teori dan Praktik*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2014, hlm. 16

menjadi ajang pembelajaran maupun pertimbangan ketika mengambil keputusan

2.1.2.1 Indikator Pengetahuan Produk Bank Syariah

Philip Kotler berpendapat indikator dalam pengetahuan produk dapat dibagi beberapa jenis diantaranya²⁸ :

1. Pengetahuan Karakteristik Produk

Karakteristik produk dibutuhkan nasabah untuk menyesuaikan dengan kebutuhan yang sedang dibutuhkan oleh nasabah. Setiap jenis produk memiliki karakteristik masing-masing. Apabila nasabah memahami karakteristik produk tersebut maka nasabah akan mudah memilih sesuai kebutuhan nasabah. Jadi nasabah tertarik menggunakan produk karena karakteristiknya.

2. Pengetahuan Manfaat Produk

Pengetahuan terhadap manfaat produk sangat diperlukan. Contohnya ketika nasabah ingin bertransaksi atau menggunakan produk perbankan, nasabah harus paham dan mengetahui terkait manfaat apa saja yang diberikan oleh produk tersebut. Manfaat produk juga sesuai dengan kebutuhan yang kita butuhkan, seperti menyimpan uang, tambahan modal, dll. Jadi nasabah menggunakan produk tersebut karena mengetahui manfaatnya.

3. Pengetahuan Kepuasan Produk

Nasabah menggunakan sebuah produk karena merasa puas terhadap produk yang dipakai. Kepuasan ini bisa berasal karena produk tersebut sesuai dengan kebutuhan nasabah atau pelayanan serta keunggulan produk tersebut. Karena nasabah merasa puas, mereka akan menggunakan produk berkali-kali bahkan merekomendasikan produk tersebut ke orang lain.

4. Pengetahuan Konsep Bank Syariah

Pemahaman konsep dari produk dibutuhkan konsumen agar mereka paham terkait konsep dasar produk yang akan digunakan. Konsep merupakan dasar terbentuknya produk tersebut.

2.1.2.2 Faktor Pengetahuan

²⁸ Philip Khotler, Prinsip-prinsip Pemasaran Manajemen, Jakarta : Prenhalindo,2000, hlm.401

Faktor yang berpengaruh terhadap pengetahuan yaitu²⁹

1. Pendidikan

Pendidikan merupakan cara guna mengolah diri dan kemampuan yang ada didalam ataupun diluar instansi serta berlaku selamanya. Pengetahuan erat kaitannya dengan pendidikan yang tinggi, oleh sebab itu orang akan memiliki pengetahuan yang luas. Namun perlu digaris bawahi bahwa orang yang pendidikannya kurang maka akan berpengaruh terhadap kekurangan segalanya, itu merupakan persepsi yang salah.

2. Informasi

Informasi merupakan hasil pengolahan data yang didapatkan dari berbagai aspek kehidupan serta maprodukmpu dimanfaatkan untuk meningkatkan kualitas pengetahuan.

3. Sosial budaya dan ekonomi

Sesuatu yang kerap dilakukan masyarakat secara rutin dan tanpa adanya penyortiran terkait benar dan buruknya kebiasaan tersebut. Oleh sebab itu penyortiran akan mempengaruhi pengetahuan yang dimiliki masyarakat. Selain itu perekonomian juga berpengaruh terhadap pengetahuan, karena ekonomi merupakan salah satu stimulus seseorang dalam proses memperoleh pengetahuan.

4. Lingkungan

Lingkungan merupakan semua yang tersedia disekitar individu baik benda hidup maupun benda mati. Dari lingkungan tersebut bisa menjadi pelantara seseorang dalam memperoleh pengetahuan, bahkan lingkungan juga berpengaruh terhadap kualitas pengetahuan masyarakat.

5. Pengalaman

Pengalaman dijadikan acuan untuk melakukan tindakan pada kemudian hari, bisa sebagai pelantara untuk mendapatkan fakta. Pengetahuan merupakan suatu solusi untuk memecahkan masalah pada masa lalu .

6. Usia

Usia berpengaruh terhadap seseorang dalam hal memikirkan suatu hal. Ketika usia individu semakin banyak atau dapat dikatakan matang maka kapasitas

²⁹ Wawan dan Dewi, *Pengetahuan Sikap dan Perilaku Manusia*, Yogyakarta: Nuha Medika, 2010, hlm.17

pengetahuan yang didapatnya semakin banyak. Karena setiap individu akan merekam segala data yang diperolehnya dari waktu ke waktu.

2.1.2.3 Pendidikan

Pengetahuan dan pendidikan merupakan satu kesatuan yang tidak terpisah. Proses pendidikan merupakan usaha pengembangan ilmu pengetahuan. Proses Pendidikan ini sudah ada sejak zaman nabi Adam As, pada QS Al Baqarah ayat 32 :

وَعَلَّمَ آدَمَ الْأَسْمَاءَ كُلَّهَا ثُمَّ عَرَضَهُمْ عَلَى الْمَلَائِكَةِ فَقَالَ أَنْبِئُونِي بِأَسْمَاءِ هَٰؤُلَاءِ
إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ ﴿٣١﴾

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa Allah SWT mengajarkan kepada Nabi Adam nama-nama benda di sekitarnya, kemudian memerintahkan Adam untuk menyebutkan ulang benda-benda tersebut. Dalam konteks ini ayat tersebut berkaitan dengan lahirnya pendidikan pertama kali dan lahirnya manusia.³⁰ Pendidikan merupakan upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan melalui proses pelatihan dan cara mendidik.³¹ Semangat pendidikan juga dikorbankan oleh Rasulullah dengan diturunkannya surah pertama *iqra* yang artinya “bacalah”. Tujuan pendidikan pada manusia yaitu untuk melatih dan mengolah potensi yang ada pada diri manusia agar dapat berkembang dan meningkat. Senada dengan tujuan pendidikan yang tertuang dalam UUD 1945 yaitu “mencerdaskan kehidupan bangsa” Menurut Dwi, elemen faktor pendukung pendidikan diantaranya :³²

a. Orang Dewasa

Orang dewasa berperan dalam mendukung dunia pendidikan karena pemikiran orang dewasa jauh lebih kompleks dibandingkan dengan orang yang usianya lebih muda. Kategori orang dewasa dalam hal ini diantaranya : pemerintah, orang biasa, dan pemegang instansi keilmuan.

b. Orang Tua

³⁰ Arif Rohman, Memahami Pendidikan dan Ilmu Pendidikan, Yogyakarta : LeksBang Mediatama, 2011, hlm. 1

³¹ Munir Yusuf, Pengantar Ilmu Pendidikan, Palopo : LPM IAIN Palopo, 2018, hlm 16

³² Dwi Nugroho, Mengenal Manusia dan Pendidikan, Yogyakarta : Liberty, 1988, hlm 43

Orang tua merupakan pendukung pertama dalam dunia pendidikan karena orang tua merupakan wadah pendidikan pertama untuk anaknya, jadi diharapkan orang tua mampu mendidik anak dari usia sedini mungkin.

c. Guru

Guru merupakan wadah pendidikan dalam media formal, jadi peran guru sangat dibutuhkan dalam dunia pendidikan. Seperti yang kita ketahui peran guru yaitu yang paling utama di sekolah.

d. Pemimpin Masyarakat

Pemimpin masyarakat pemegang peran penting dalam menciptakan aturan kependidikan atau segala yang terkait dengan aturan untuk memudahkan pendidikan yang ada.

e. Pemuka Agama

Pemuka agama diharapkan mampu berkontribusi dalam dunia pendidikan karena pendidikan religiusitas juga dibutuhkan. Contohnya dalam penyampaian dakwah keagamaan.

2.1.3 Persepsi

2.1.3.1 Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses dimana seseorang menyeleksi, mengorganisasikan, juga menginterpretasi stimuli pada sesuatu serta digambarkan secara lengkap. Stimuli merupakan setiap input yang mampu dilihat menggunakan indra, misalnya jenis, *packaging*, harga, *advertisement*, merek, serta sebagainya. Stimuli itu dapat direspon secara baik dengan panca indra penglihatan, pendengaran, peraba, perasa serta pencium³³.

Philip Kotler mengemukakan definisi dari persepsi yaitu suatu keadaan pada saat seseorang memilih, mengorganisasikan, serta mengartikan berbagai informasi yang masuk guna membuat lukisan keadaan pada suatu hal.³⁴

Dalam buku karya Robbins dan Judge disebutkan arti dari persepsi yaitu proses ketika individu mampu *memanage* serta mengartikan kesan-kesan sensoris mereka untuk menyajikan pengertian terhadap keadaan sekitar . Tetapi ternyata sesuatu penerimaan individu hakekatnya sering terjadi perbedaan dengan fakta sebenarnya . Perbedaan sering terjadi, meskipun sebenarnya kemunculannya tak harus diperlihatkan.

³³ Simamora, Bilson, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002, hlm. 101

³⁴ Sunyoto, Danang, *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: CAPS, 2014, hlm. 14

Contohnya dalam suatu organisasi kita menemukan teman sejawat yang baik, memiliki kinerja yang bagus serta mampu bekerja maksimal dengan team. Meskipun fakta sebenarnya kita mengetahui itu merupakan hal yang luar biasa untuk menemukan kecocokan yang seperti itu.³⁵ Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah cara seseorang untuk memandang dunia beserta penggambarannya secara detail dimana penggambaran tersebut juga didukung dengan proses dan berbagai faktor.

2.1.3.2 Psikologi Persepsi

Dalam konteks ilmu, psikologi persepsi merupakan proses pengindraan manusia dan proses pemikiran atau interpretasi. Ilmu pengetahuan juga merupakan proses pemikiran sehat dari pengamatan manusia.³⁶ Makna persepsi diantaranya :

a. Persepsi adalah Pengetahuan

Persepsi dikatakan pengetahuan karena persepsi merupakan serangkaian cara berfikir untuk menginterpretasikan sebuah objek. Persepsi bisa diartikan sebagai sebuah cara untuk mengartikan informasi yang dirasakan oleh indra.

b. Persepsi adalah Kebutuhan

Persepsi merupakan cara seseorang untuk menginterpretasikan objek, interpretasi tersebut dipengaruhi oleh motif kebutuhan. Karena seseorang selalu mempunyai dorongan untuk mengartikan sesuatu.

c. Persepsi adalah Kepercayaan dan Keyakinan

Dalam proses menginterpretasikan sesuatu, seseorang tidak bisa yakin hanya dengan apa yang dilihat saja. Penglihatan pada waktu itu dikaitkan dengan penglihatan sebelumnya sehingga memperoleh pengertian yang matang. Jadi persepsi setiap individu akan menjadi sebuah keyakinan.

d. Persepsi adalah Nilai

Nilai merupakan sesuatu yang dapat dijadikan untuk melihat kualitas dari seseorang atau objek. Nilai erat kaitannya dengan sesama manusia atau manusia dengan Tuhannya. Oleh sebab itu nilai erat kaitannya dengan persepsi atau proses pemikiran seseorang.

e. Persepsi adalah Asumsi

³⁵ Robbins, Judge, dkk, *Perilaku Organisasi*, Jakarta: Salemba Empat, 2008, hlm. 175.

³⁶ Alizamar, Nasbahry, *Psikologi Persepsi dan Desain Informasi*, Yogyakarta : Media Akademi, 2016, hlm 2

Seseorang banyak yang berpendapat bahwa persepsi berbeda dengan asumsi, padahal sebenarnya persepsi dan asumsi merupakan dua hal yang beriringan, jadi asumsi merupakan bagian dari persepsi.

f. Persepsi adalah Sikap

Sikap seseorang adalah kesiapan atau ketersediaan untuk bertindak dalam menghadapi objek atau nilai. Sikap sendiri bukan sebuah perilaku tetapi kecenderungan untuk berperilaku, berfikir, berpersepsi, dalam menghadapi objek.

2.1.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Beberapa faktor-faktor persepsi diantaranya:³⁷

1. Faktor Internal

a. Pengalaman

Pengalaman yang sudah pernah dialami oleh seseorang menimbulkan pengaruh terhadap persepsi mereka. Contohnya ketika mereka mendapatkan pengalaman buruk yaitu dipaksa membeli produk oleh seorang sales maka kedepannya mereka akan tidak menyukai sales sekalipun itu merupakan sales dari produk atau instansi yang berbeda.

b. Kebutuhan saat itu

Kebutuhan yang mendesak akan menimbulkan persepsi terhadap seseorang yang mengalaminya. Contohnya ketika seseorang sedang merasa lapar dan disitu hanya ada sebuah warung maka seseorang akan tetap membeli makanan di warung tersebut.

c. Nilai-nilai yang dianutnya

Nilai yang dianut merupakan salah satu pendorong faktor persepsi. Contohnya ketika seseorang sudah ditanamkan dalam dirinya untuk menghormati orang yang lebih tua maka ketika seseorang melanggar mereka akan menilai itu sebuah burukan.

d. Ekspektasi atau harapannya

Ekspektasi seseorang terhadap sesuatu merupakan salah satu faktor persepsi karena ketika seseorang berekspektasi tinggi terhadap sesuatu, dan kejadiannya ternyata sesuai ekspektasi maka mereka akan menanamkan persepsi yang baik terhadap hal tersebut.

³⁷ Prasetijo, Ristiyanti, John Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, Salatiga: Fakultas Ekonomi UKSW, 2003, hlm.68

2. Faktor Eksternal

a. Tampakkan produk

Wujud dari sebuah produk yang dapat terlihat merupakan pandangan utama dari seseorang dan mereka akan menilai sesuatu dari pandangan pertamanya.

b. Sifat-sifat stimulus

Stimulus akan membawa dampak terhadap penilaian seseorang karena itu merupakan faktor pendukung penilaian.

c. Situasi lingkungan

Situasi lingkungan yang baik atau buruk akan mempengaruhi daya persepsi seseorang, karena orang lain dapat berperan serta dalam penilaian baik atau buruknya suatu hal.

2.1.3.4 Karakteristik Konsumen yang Mempengaruhi Persepsi

Macam-macam karakteristik konsumen yang mampu berpengaruh terhadap persepsi diantaranya:³⁸

1. Membedakan stimulus

Hal yang terpenting untuk marketing atau pasar yaitu paham bahwa *customers* mampu membandingkan berbagai stimuli dimana *customers* mampu atau tidak untuk membandingkan product atas dasar *brand*, *taste*, harga, kemasan, serta wujud *product*.

2. Tingkat ambang batas

Tingkat ambang batas merupakan keahlian *customers* ketika mengidentifikasi perbedaan pada suara, cahaya, bau, ataupun stimuli yang timbul. Semua itu penentunya merupakan tingkat ambang batas (*threshold level*).

3. Persepsi bawah sadar (*subliminal perception*)

Saat ini marketing melakukan usaha yang menitik beratkan pada pembuatan iklan disertai pesan yang mudah di deteksi dan mampu disadari oleh konsumen. Hal ini membuat marketing antusias menyusun iklan serta pesan melebihi tingkat ambang batas kesadaran konsumen (*consumer level threshold*)

4. Tingkat adaptasi

³⁸ Setiadi, Nugroho J, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Bogor: Kencana, 2003, hlm. 168.

Tingkat adaptasi adalah suatu penyusunan yang berkaitan dengan ambang batas absolut (*absolute threshold*) keadaan ketika *customers* paham terhadap penilaian sesuatu sehingga penilaiannya diluar pertimbangan stimulus. Ketika hal tersebut terjadi maka *absolute threshold*nya berbeda tatanan. Tingkat adaptasi dialami saat penilaian *customers* tanpa adanya pertimbangan stimulus secara terus menerus.

5. Generalisasi stimulus

Proses persepsi yang terjadi pada konsumen sebetulnya tidak hanya membedakan satu stimulus dengan stimulus lain tetapi konsumen seharusnya berusaha merealisasikan stimulus tersebut.

2.1.3.5 Dinamika Persepsi

Dinamika persepsi sebenarnya mempertimbangkan stimulus pilihan dari orang tertentu yang bergantung dengan hal dibawah ini:³⁹

1. Sifat-sifat stimulus

Beberapa ciri-ciri stimulus pemasaran, produk, atribut, merek, brand, iklan, *packaging*, serta space iklan dengan jam penayangannya dan editornya.

2. *Expectation* (harapan konsumen)

Sering kali seseorang memiliki ekspektasi atau keinginan tinggi terhadap segala sesuatu tak terkecuali produk. Harapan ini terbentuk dari pengalaman yang sudah dialami dari informasi yang diperoleh dan berasal dari media masa. Informasi tersebut juga bisa diperoleh dari kenalannya, penglihatannya, pendengarannya, perabaannya.

3. Motif

Motif yaitu dorongan untuk memenuhi segala kebutuhan. Ketika memenuhi kebutuhan seseorang dominan mempertimbangkan skala prioritas atau menurutnya penting (sangat dibutuhkan). Seseorang lebih menitik beratkan berbagai stimulus yang sesuai dengan motifnya kedalam persepsinya.

2.1.4 Religiusitas

³⁹ Prasutijo Halauw, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi, 2005, hlm. 77

Religiusitas berasal dari kata religion yaitu agama. Harun Nasution mengungkapkan pengertian agama yaitu dari kata al-Din, artinya undang-undang atau hukum, arti lain kata agama terdiri a artinya tidak, gama artinya pergi yaitu tidak pergi tetap bertahan, tetap ditempat atau diwarisi dalam artian turun-temurun. Dalam faktanya, ini merupakan media pengatur kehidupan supaya manusia hidup dengan keadaan tertata yaitu menggunakan agama. Hal ini menjadi pegangan setiap individu serta selalu mendasar terus menerus. Istilah agama dalam bahasa Arab memiliki makna penguasaan, menundukkan, utang, balasan, kebiasaan, kepatuhan. Selain itu religi (agama) artinya mengumpulkan dan membaca. Islam menyebutkan bahwa religius artinya menjalankan ajaran agama dengan menyeluruh baik lisan tulisan maupun perbuatan.⁴⁰

Allah SWT menyebutkan dalam firmanNya QS.Al-Baqarah/2: 208.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Terjemahnya: "Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu kedalam Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu turut ikut serta dalam langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang sangat nyata bagimu".

Ayat dalam QS Al Baqarah menyebutkan, bahwa setiap manusia yang bertindak sebagai makhluk memiliki agama seharusnya menaati aturan-aturan dan ajaran agama yang dianutnya. Orang yang beragama dilarang mengikuti langkah setan, selalu menjalankan perintah-Nya serta menjauhi larangan-Nya.⁴¹

Menurut Nurcholis Majid beberapa pengertian agama yang dikemukakan dapat di tarik garis kesimpulan agama merupakan tindakan terpuji secara keseluruhan untuk memperoleh ridha Allah SWT dan meninggalkan larangan-Nya. Dalam hal ini Agama bukan hanya tentang sholat, dzikir, puasa, atau haji melainkan terkait tindakan, lisan dan perilaku setiap insaan yang didasari iman dan taqwa serta segala peraturan pada Quran serta Alhadist sebagai pedoman hidup.⁴²

Ketika individu sudah faham serta menghayati kemudian mengaplikasikan nilai-nilai yang luhur dalam beragama, maka setiap indakan serta perilaku akan didasarkan pada agama. Oleh sebab itu mereka akan berusaha menjadi pemeluk agama yang baik. Keyakinannya itu wujudkan dalam sikap dan perilaku yang selalu sejalan dengan agama. Pengertian Religiusitas sering kali dipersamakan sebagai

⁴⁰ Harun Nasution, *Islam Ditinjau dari Berbagai Aspeknya* Jakarta : UI Press, 1985, hlm 9

⁴¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an, h.40

⁴² Nurcholish Madjid, *Masyarakat Religius*, Jakarta: Paramadina, 2000, hlm. 24

bentuk sejauh apa pengetahuan, sekokoh apa keyakinan, sebesar apa ketaatan beribadah serta sedalam apa menghayati arti keagamaan oleh penganutnya.

Religiusitas dalam Islam terkait 5 hal yaitu aqidah, ibadah, amal, akhlak serta pengetahuan. Sangkutan Aqidah terkait keyakinan kepada Allah SWT, malaikat, rasul serta makhluk-Nya. Ibadah terkait tindakan yang mengatur hubungan manusia(insan) dengan Allah SWT. Amal terkait tindakan yang mengatur hubungan dengan sesama makhluk. Akhlak terkait tindakan yang mengatur hubungan antara manusia(insan) secara spontanitas tanggapan terhadap perilaku seseorang, salah satu akhlak yang baik adalah perilaku baik atau disebut ihsan. Ihsan terkait tindakan yang mengatur hubungan manusia(insan) agar selalu mendekatkan diri pada Maha Pencipta, jika akhlaknya baik maka individu akan meraih level paling tinggi, oleh karena itu mereka mendapat banyak pembelajaran serta mampu menghayati agama yang lebih kental.

Kesimpulannya bahwa religiusitas merupakan sebuah pendalaman seseorang terhadap keyakinan untuk suatu agama serta tingkat pengetahuan yang diimplementasikan di setiap nilai pengamalan agama agar aturan dan pedoman selalu dipakai dengan keikhlasan hati dalam setiap tindakan keseharian sesuai dengan ibadah yang dijalankan setiap pemeluk agama semata mata untuk mencari ridha Allah SWT.

Ciri-ciri yang ditunjukkan seseorang memiliki perilaku religiusitas yaitu⁴³ :

- a. Mempercayai kebenaran Agama dari hati dan pikiran yang matang tidak hanya ikut-ikutan.
- b. Bersifat Realistis agar norma agama selalu diterapkan dalam setiap tindakan.
- c. Berperilaku positif terhadap tuntunan agama serta memiliki kemauan untuk mendalaminya
- d. Ketaatan beragama diimplementasikan untuk melaksanakan setiap tindakan didasarkan rasa tanggung jawab.
- e. Tidak menutup diri
- f. Berusaha menghargai perbedaan agar tetap memiliki toleransi serta menghormati setiap keyakinan yang diyakini .

2.1.4.1 Psikologi Agama

⁴³ Jalaluddin, Psikologi Agama, Jakarta : Raja Grafindo Persada,2010, h.18

Psikologi agama merupakan pengalaman agama setiap individu guna memahami arti agama untuk setiap individu. Beberapa aspek menumbuhkan sikap agama menurut segi psikologi yaitu :

a. Agama Sumber Pengetahuan

Agama merupakan sarana untuk menjawab segala kesukaran intelektual. Biasanya pertanyaan dalam kategori yang susah dijangkau oleh akal tetapi agama mampu menjadi sumber jawaban yang akurat.⁴⁴ Contohnya ketika manusia mempertanyakan “dari mana aku berasal?” untuk menjawab pertanyaan tersebut Allah sudah menuliskan dalam Al-Qur’an surah Assajdah ayat 7-9:

الَّذِي أَحْسَنَ كُلَّ شَيْءٍ خَلْقَهُ وَبَدَأَ خَلْقَ الْإِنْسَانِ مِنْ طِينٍ ﴿٧﴾ ثُمَّ جَعَلَ
نَسْلَهُ مِنْ سُلَالَةٍ مِّنْ مَّاءٍ مَّهِينٍ ﴿٨﴾ ثُمَّ سَوَّاهُ وَنَفَخَ فِيهِ مِنْ رُّوحِهِ
وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ ﴿٩﴾

Dalam ayat tersebut Allah menjelaskan bahwa Tuhanlah yang menciptakan sebaik-baiknya dan memulai penciptaan manusia dari tanah, kemudian Dia menjadikan keturunannya dari sari pati air yang hina (air mani). Dia menyempurnakannya dan meniupkan roh, serta menjadikan bagi kamu pendengaran, penglihatan, dan hati tetapi kamu sedikit sekali bersyukur. Jadi Allah SWT telah menjawab kesukaran intelektual yang ada dalam Al-Qur’an.

b. Agama Mengatasi Frustrasi

Dari segi psikologi menyebutkan bahwa seseorang yang mengalami frustrasi bisa menurunkan level sikap keagamaan mereka. Oleh karena itu, banyak masyarakat yang bertaubat atau lebih mendekatkan diri kepada Allah SWT (agamanya) karena mendapat cobaan.

c. Agama Dasar Tatanan Perilaku Manusia

Secara fungsional, agama mampu dijadikan sebagai landasan tatanan norma serta perilaku manusia. Karena dalam ajaran agama, Al-Qur’an serta alhadis telah dituliskan terkait ajaran etika. Seperti dalam HR Tirmidzi menyebutkan “orang mukmin yang paling sempurna imannya ialah orang yang paling baik budi pekertinya”

⁴⁴ Djamiatul Islamiyah, Psikologi Agama, Salatiga : STAIN Salatiga Perss, 2012, hlm 19

2.1.4.2 Faktor-faktor Pemicu Religiusitas

Faktor-faktor yang mampu menumbuhkan religiusitas diantaranya:⁴⁵

d. Faktor Sosial

Keadaan sosial seseorang mampu menjadi pemicu religiusitas. Elemen yang ada dalam keadaan sosial seperti opini lingkungan, orang tua, ajaran serta tradisi. Keadaan sosial merupakan salah satu faktor terpenting dalam membentuk religiusitas seseorang.

e. Faktor Pengalaman

Pengalaman dibedakan menjadi beberapa yaitu natural, moral, serta pengalaman afektif. Pengalaman afektif merupakan pengalaman yang erat kaitannya dengan Tuhan serta objek-objek lain dari sikap keagamaan. Oleh sebab itu pengalaman ini disebut dengan pengalaman agama.

f. Faktor Kebutuhan

Kebutuhan merupakan hal untuk memenuhi apa yang sedang seseorang perlukan. Dalam kaitannya dengan religiusitas manusia membutuhkan kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan melindungi diri, serta kebutuhan akan rasa takut dijemput kematian yang datangnya tidak diketahui.

g. Faktor Berfikir

Manusia merupakan makhluk yang diberi akal dan otak untuk berfikir, hasil dari pemikiran tersebut yang menjadi landasan seseorang untuk memilih apa yang terbaik untuk hidupnya serta apa yang paling dibutuhkan. Manusia bisa menentukan yang benar dan yang salah dari hasil berfikirnya.

2.1.5 Minat

2.1.5.1 Pengertian Minat

Minat dalam bahasa Inggris, interest adalah kecenderungan atau kegiatan yang tinggi atau keinginan yang dominan terhadap sesuatu. Arti kata minat di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yaitu sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan⁴⁶. Minat sendiri merupakan kemauan atau sikap mendominasi secara alamiah muncul dengan sendirinya tanpa adanya faktor eksternal dari lingkungan luar sehingga mampu meraih yang diinginkan yaitu sesuatu yang diharapkan. Minat merupakan ketertarikan terhadap sesuatu atau aktivitas yang

⁴⁵ Ibid. hlm 22

⁴⁶ Anton M. Moeliono, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta :Balai Pustaka 1999) h. 22513

dijalankan tidak adanya tekanan atau suruhan, biasanya setiap orang punya kecenderungan dalam mencari sesuatu objek yang disenangi dan paling disukai tersebut. Keputusan untuk bertransaksi di perbalkan syariah tersebut dikenal dengan minat. Keputusan para konsumen terhadap pemilihan sesuatu bisa dikatakan serangkaian alur dalam mengambil tindakan dengan cakupan menentukan pembelian bahkan tidak melaksanakan proses membeli serta perolehan pemilihan dihasilkan dengan perolehan memilah tindakan-tindakan yang sudah pernah terjadi. Pemilahan suatu barang mendesak dengan posisi keuangan yang sedang dialami saat itu. Motivasi seseorang yang mendorong dan mendasari orang tersebut untuk melakukan sesuatu yang diinginkan sesuai pilihan mereka disebut minat. Minat atau pilihan dapat memuaskan suatu kebutuhan yang diinginkan. Untuk menerapkan fungsinya seseorang harus mengikuti keinginan, hal ini sangat berkaitan terhadap naluri hati otak serta rasa orang tersebut. Pemilihan untuk melangkah pada kapasitas berfikir rasional kemudian merasakan harus bersikap dengan sifat halus atau tajam lebih memilih kebutuhan adalah pikiran yang bisa dikendalikan. Disisi lain akal fungsinya sebagai media pengingat fikiran serta perasaan yang tertanam dalam kondisi sangat harmonis, dengan tujuan kehendak bisa dijalankan dan diatur dengansesemaksimal mungkin.⁴⁷

2.1.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi minat, diantaranya:⁴⁸

a. Dorongan dari dalam individu

Salah satu contohnya dorongan untuk bersekolah. Akibat dari bersekolah ini seseorang mampu meningkatkan pemikiran dalam bidang ilmu sehingga mampu meningkatkan taraf hidup dengan minat untuk bekerja, minat untuk mencari uang dll.

b. Motif Sosial

Motif sosial mampu menumbuhkan minat dalam melaksanakan tugas/perilaku pada kehidupan sehari-hari.

c. Faktor Emosional

⁴⁷ Sukanto M., *Nafsiologi*, (Jakarta: Integritas Press, 1985) h. 12015

⁴⁸ Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab, *“Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)”*, Jakarta : Kencana, 2004, h.264

Emosional memiliki kaitan terhadap minat. Oleh sebab itu minat dapat di artikan sebagai dorongan yang kuat bagi seseorang guna meakukan kegiatan untuk mencapai keinginan agar terwujud nyata.

2.1.5.3 Proses Minat Pembelian

Dalam perilaku untuk membeli terdapat serangkaian alur ketika seseorang akan memutuskan membeli sesuatu. Langkah awal dari pembelian yaitu mengenali apa yang dibutuhkan pembeli, selanjutnya mencari informasi, evaluasi alternative kemudian diperoleh jawaban untuk membeli barang tersebut serta diakhiri penilaian.⁴⁹

1. Mengenali Kebutuhan.

Ketika fase ini yang pertama dilakukan pembeli yaitu berusaha melihat apa yang dibutuhkan kemudian memahami kebutuhan yang diinginkan.

2. Mencari Informasi.

Dalam memenuhi kebutuhan, konsumen wajib mengusahakan semua tindakan maksimal. Informasi yang akurat dalam rangka mengusahakan pemenuhan kebutuhan yang maksimal sangat dibutuhkan untuk memperoleh hasil yang memuaskan.

3. Evaluasi Alternatif.

Informasi yang sudah didapatkan serta di analisis digunakan sebagai media pilihan saat menjatuhkan pilihan. Pembeli selalu memikirkan keuntungan bahkan tingkat merek serta harga dan resiko saat mengambil keputusan.

4. Mengambil Keputusan.

Setelah melakukan rangkaian evaluasi beserta segala resiko sesuai kebutuhan, langkah yang diambil *customers* yaitu memutuskan (memutuskan apa saja pilihannya).

5. Evaluasi Pasca Pembelian.

Evaluasi ini dilakukan pada saat *customers* selesai melakukan pembelian terhadap suatu barang. Respon dari konsumen beragam saat melakukan tahap evaluasi. Apabila barang yang dibeli *customers* sesuai ekspetasi dari segi kualitas, *value*, bahkan *packaging* pasti *customers* akan merasa puas dan melakukan tindakan repurchase atau membeli kembali barang tersebut.

⁴⁹ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen ; Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012, hlm. 17.

Tetapi apabila sebaliknya yaitu barang mengecewakan maka konsumen memberikan penilaian buruk terhadap barang yang dibelinya. Hal ini juga berlaku untuk segala jenis pembelian baik barang maupun jasa.

2.1.5.4 Keputusan Pembelian

Ketika memutuskan dalam membeli produk sering kali dipengaruhi oleh beberapa elemen. Terdapat beberapa sifat dalam keputusan pembelian meliputi:⁵⁰

- Pemerakarsa (*initiator*) artinya pemberi gagasan atau saran pada awal agar seseorang memutuskan melakukan pembelian.
- Membawa pengaruh (*influencer*) artinya seseorang yang mampu berpengaruh besar terhadap daya beli masyarakat.
- Mengambil keputusan (*decider*) artinya seseorang yang memutuskan untuk membeli.
- Pembeli (*buyer*) artinya konsumen yang memutuskan membeli produk tersebut.
- Pemakai (*user*) artinya seseorang yang memakai produk tersebut.

Ketika seseorang telah memahami produk yang di tawarkan oleh perbankan syariah dan orang tersebut memutuskan untuk membeli, artinya perilakunya sudah sesuai dengan Firman Allah SWT dalam An Nisa ayat 29 :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَطْلِ اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا
اَنْفُسَكُمْ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا ﴿٢٩﴾

Dalam ayat tersebut Allah SWT menyebutkan bahwa seharusnya seseorang membelanjakan hartanya dengan jalan yang benar, serta dengan saling ridho (suka sama suka) tidak ada yang dirugikan maupun terdzolimi diantara keduanya baik penjual maupun pembeli.

2.1.6 Pelaku Usaha

Dalam undang-undang No 3 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen menyebutkan bahwa pelaku usaha merupakan seseorang, perorangan, atau badan usaha baik yang baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan serta berkedudukan dan melakukan kegiatan di wilayah hukum Negara

⁵⁰ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen ; Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012, hlm. 13.

Republik Indonesia (NKRI) baik sendiri maupun bersama-sama dan tercantum dalam perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam bidang ekonomi. Pada pasal dua undang-undang No 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat disebutkan bahwa pelaku usaha di Indonesia ketika menjalankan kegiatan usahanya harus berasaskan demokrasi ekonomi serta memperhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dengan kepentingan umum.

Pelaku usaha dilarang untuk membuat perjanjian dengan pelaku usaha guna penguasaan produksi, marketing, serta segala sesuatu hingga menyebabkan jual beli yang tidak sehat.

Hal-hal yang berkaitan tentang pelaku usaha diantaranya :⁵¹

a. Investor

Investor merupakan pelaku usaha yang menyediakan dana guna menjalankan praktik usahanya, contohnya : seseorang membeli saham syariah bisa disebut investor, seseorang yang menyimpan dananya di bank syariah dalam jumlah yang besar dapat dikatakan investor.

b. Produsen, merupakan pihak dengan tugas memproduksi atau menciptakan produk yang akan diperjual belikan. Dalam hal ini produsen mampu bergerak dibidang makanan maupun non makanan. Biasanya produsen di suatu sektor industri yang besar akan melakukan serangkaian kegiatan produksi sampai distribusi produk sendiri sampai ke tangan para agen, kemudian agen tersebut mendistribusikannya sampai ke tangan konsumen. Selain itu, bidang produksi non pangan diantaranya furniture, pakaian, peralatan rumah tangga, buku, serta kendaraan, dsb.

c. Distributor

Distributor adalah pihak dengan tugas menyalurkan barang atau hasil produksi ke tempat pemasaran produk, baik pedagang di pasar, pemilik toko, pemilik supermarket, agen, dll. Distributor bisa merupakan bagian dari unit perusahaan atau perorangan yang mengambil barang ke perusahaan kemudian di distribusikan sendiri ke pasar yang dituju.

⁵¹ A. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen, suatu Pengantar*, Cet- II, (Jakarta: Diadit Media, 2002), hlm. 21

2.1.6.1 Pandangan Pelaku Usaha dalam Islam

Dalam islam pelaku usaha yang merupakan seorang entrepreneur adalah orang yang memiliki karakteristik yang kuat, mandiri, penuh inovasi, focus dengan tujuan serta selalu mengarah pada pandangan kedepan.⁵² Dalam Al-Qur'an surah Yusuf ayat 87 :

يَنْبِئُ أَذْهَبُوا فَتَحَسَّسُوا مِنْ يُوسُفَ وَأَخِيهِ وَلَا تَأْتَسُوا مِنْ رُوحِ
اللَّهِ إِنَّهُ لَا يَأْتِسُ مِنْ رُوحِ اللَّهِ إِلَّا الْقَوْمُ الْكَافِرُونَ ﴿٨٧﴾

Pada ayat tersebut disebutkan bahwa Allah memerintahkan mencari berita tentang Yusuf dan pesan-Nya untuk jangan mudah menyerah atau putus asa. Karena orang yang mudah berputus asa jauh dari rahmat Allah SWT. Ketika seorang pelaku usaha sudah berkeinginan keras untuk mencari rezeki sebaiknya mereka pantang untuk memiliki sikap mudah menyerah. Pelaku usaha harus bersikap rendah hati dan selalu bersyukur untuk meraih kesuksesan dan tujuan yang mereka orientasikan.

وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ ﴿٧﴾

Dalam Qur'an surah Ibrahim ayat 7 disebutkan bahwa Allah SWT akan menambah nikmat orang yang bersyukur, dan apabila ingkar maka azab yang diberikan amat pedih. Pelaku usaha atau seorang entrepreneur selalu berusaha mencari kutamaan Allah SWT dalam melakukan bisnisnya. Rajin mengutamakan sholat menjadi landasan dalam mencari rezeki yang halal. Seperti disebutkan dalam QS Al-Jumu'ah ayat 10 dan 11:

أَمِنْ فَضْلِ اللَّهِ

وَإِذَا رَأَوْا تِجَارَةً أَوْ لَهْوًا انفَضُّوا إِلَيْهَا وَتَرَكُوكَ قَائِمًا قُلْ مَا عِنْدَ اللَّهِ خَيْرٌ
مِنَ اللَّهِو وَمِنَ التِّجَارَةِ وَاللَّهُ خَيْرُ الرَّازِقِينَ ﴿١١﴾

⁵² Musa Asy'arie, Filsafat Ekonomi Islam, LESI:Yogyakarta, 2015, hlm 244

Dalam ayat tersebut Allah memerintahkan setelah menunaikan sholat maka carilah karunia Allah dimuka bumi ini bisa dengan jalan perniagaan serta selalu banyak mengingat Allah agar menjadi orang yang beruntung .

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
1	Jazim Hamidi (2010)	“Persepsi dan Sikap Masyarakat Santri Jawa Timur terhadap Bank Syariah”	pendekatan budaya, sosial, psikologis	Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat santri Jawa Timur baik yang menjadi nasabah ataupun bukan nasabah Bank Syariah, ditinjau dari segi pendekatan budaya, sosial, psikologis serta pribadi yaitu positif terhadap Bank Syariah
2	Dedi Iskamto dan Yulihadi (2017)	“Analisis Peranan Religiusitas terhadap Kepercayaan kepada Bank Syariah”	x : religiusitas y : kepercayaan terhadap bank syariah	Hasil dari penelitian ini religiusitas berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan kepada Bank Syariah
3	Ratna Rizkia (2018)	“Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi, dan	X1 : pengetahuan X2 : religiusitas X3 : promosi X4 : tingkat	Hasilnya menyebutkan variabel pengetahuan dan religiusitas

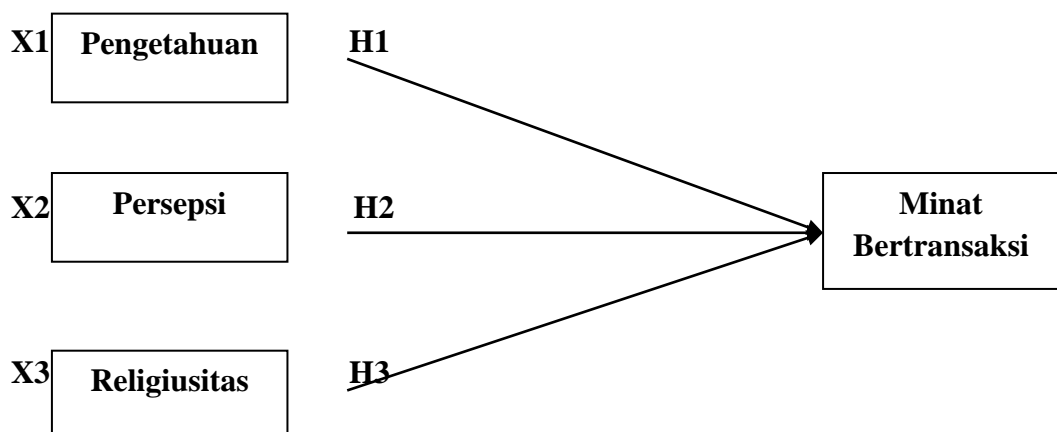
		Tingkat Pendapatan terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah”	pendapatan Y : minat menjadi nasabah bank syariah	berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah
4	Wahyu Utami, dkk (2015)	Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi, dan Motivasi terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah	X1 : religiusitas X2 : kelompok referensi X3 : motivasi Y : keputusan menabung di bank syariah	yang hasilnya menunjukkan bahwa secara simultan ada pengaruh yang positif dan signifikan terhadap faktor religiusitas, kelompok referensi, dan motivasi untuk keputusan nasabah dalam memilih bank Syariah.
5	Aris Purwanto (2016)	Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Pendapatan terhadap Minat Masyarakat menabung di Bank Syariah Boyolali	X1 : pengetahuan X2 : religiusitas X3 : pendapatan Y : minat menabung di bank syariah Boyolali	Hasil dari penelitian ini bahwa pengetahuan berpengaruh negatif terhadap minat nasabah.
6	Ninuk Arifah (2018)	Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Sikap Anggota terhadap keputusan menabung di BMT	X1 : pengetahuan X2 : kepercayaan X3 : sikap anggota Y : keputusan menabung di BMT	Hasil dari penelitian ini yaitu pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung di BMT.
7	Umi Wahyu Anisa (2016)	Analisis Pengaruh Persepsi, Preferensi,	X1 : persepsi X2 : preferensi	Hasil dari penelitian ini yaitu variabel

		dan Sikap Masyarakat Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Bank Syariah (Studi Kasus di Kecamatan Mungkid Kabupaten Magelang)	X3 : sikap Y : keputusan pembelian jasa di bank syariah	persepsi berpengaruh negatif terhadap keputusan nasabah membeli jasa bank syariah.
--	--	--	--	--

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sebuah pelukisan cara untuk menyelesaikan persoalan dari penelitian dengan menggambarkan pemetaan masalah. Skema yaitu rangkuman dari kerangka pemikiran penelitian yang sudah ada (terdahulu) yang terdapat landasan teori serta masuk kedalam satu bagan, sehingga dapat menunjukkan kejelasan variabel, hipotesis, dan modal penelitian.

Gambaran secara konseptual berdasarkan dari tinjauan pustaka sehingga menghasilkan kerangka pemikiran teoritiknya adalah :



Dituliskan dalam konsep matematis seperti dibawah ini:

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

Keterangan

Y = Minat
X1 = Persepsi
X2 = Pengetahuan
X3 = Religiusitas
 α = Nilai *Intercept* (Konstan)
 β = Koefisien Regresi

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara dari masalah pada penelitian yang dilakukan. Selain itu, hipotesis dapat dikatakan kesimpulan belum sempurna oleh sebab itu hipotesis perlu disempurnakan dengan pembuktian dan melakukan pengujian dilapangan.⁵³

Berdasarkan tinjauan pustaka dan kerangka teori, diperoleh hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

H1: Pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi di bank syariah

H2: Persepsi berpengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi di bank syariah

H3: Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi di bank syariah

⁵³ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, Edisi Pertama, Jakarta : Kencana, 2013

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber Data

Penelitian yang di ambil oleh peneliti yaitu penelitian kuantitatif. Dimana peneliti turun serta ke tempat penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian secara objektif. Penelitian kuantitatif mrnggunakan daya berupa angka, data kuantitatif dipilih dari data yang diolah maupun dianalisis dengan menggunakan perhitungan statistik yang diperoleh dan mampu dijadikan penelitian. Data yang digunakan oleh peneliti adalah data primer serta data sekunder. Data primer merupakan data yang telah di peroleh peneliti dari tempat objek peneliti yang dilakukan tanpa menggunakan media lain. Sedangkan data sekunder merupakan data yang didapat dari orang lain yang telah tersedia contohnya *journal* atau data yang berkaitan dengan penelitian.⁵⁴

3.2. Populasi dan Sample

3.2.1. Populasi

Populasi adalah suatu bidang yang mempunyai kualitas serta karakteristik tertentu untuk ditetapkan oleh peneliti dengan tujuan mengambil kesimpulan. Populasi yaitu keseluruhan subjek dari penelitian yang merupakan kumpulan elemen dan terdapat pada penelitian serta mempunyai kesempatan sama untuk dijadikan sample guna diteliti diwilayah penelitian tersebut. Populasi yang merupakan generalisasi wilayah, terdiri dari objek dan subjek dengan keunikan tersendiri agar selanjutnya dapat dikaji serta diambil kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian yang diangkat oleh penulis adalah Pelaku Usaha Pasar Wijahan Kabupaten Banyumas yang berjumlah 100 orang

3.2.2. Sample

Sampel merupakan bagian kecil suatu populasi yang digunakan untuk aspek penelitian. Menurut Baley dalam Mahmud memaparkan untuk penelitian yang olah datanya menggunakan analisis data statistic, minimum ukuran sample ada 30.⁵⁵ Ukuran populasi yang tidak dapat diidentifikasi sehingga ukuran sample penelitian yang diangkat penulis menggunakan rumus slovin yang mana hasil akhirnya mendapat 50 sample. Sample tersebut berasal dari Pelaku Usaha Pasar Wijahan

⁵⁴ Ir. Sofyan Siregar, *metode penelitian Kuantitatif Edisi Pertama*, Jakarta: Prenamedia Group, 2013

⁵⁵ Mahmud, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Pustaka Setia, 2011. Hlm 159

Banyumas. Untuk memperoleh sample dengan populasi yang sudah diketahui, peneliti menggunakan rumus dibawah ini :

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

Keterangan :

n = ukuran sample

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sample

100

$$n = \frac{100}{1 + 100 (0,1)^2}$$

$$n = 50$$

Dapat disimpulkan bahwa jumlah sample untuk penelitian ini yaitu 50 sample.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu penelitian lapangan atau disebut dengan *Field Research* serta metode penelitian kuantitatif yang digunakan. Metode penelitian kuantitatif ini menggunakan data serta angka yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Sugiyono berpendapat bahwa metode penelitian kuantitatif merupakan teknik yang didasarkan *possitivisme*, peneliti menggunakan populasi dan sampel tertentu, tekniknya dilakukan secara acak, pengumpulan data didapatkan dari instrument penelitian, serta analisis data sifatnya kuantitatif atau statistik yang tujuannya digunakan dalam pengujian dugaan sementara yang sudah dituliskan oleh peneliti.

Metode pengumpulan data berdasarkan analisis peneliti diantaranya:

- a. Metode Kuesioner

Kuesioner yaitu metode pengumpulan informasi yang diperoleh berdasarkan jawaban responden. Responden tersebut disajikan pertanyaan oleh peneliti kemudian dijawab oleh responden tersebut. Variabel dalam penelitian ini yang diangkat peneliti guna memperoleh informasi yang diperlukan yaitu:

X1 : Pengetahuan

X2 : Persepsi

X3 : Religiusitas

Y : Minat Bertransaksi

b. Metode dokumentasi

Dokumentasi merupakan sebuah usaha memperoleh penguat informasi menggunakan media dokumentasi seperti kamera, handphone, dll yang tujuannya mendapatkan gambar, video, atau rekaman. Data ini dijadikan sebuah keterangan untuk memperkuat penelitian.

c. Metode wawancara

Metode wawancara merupakan usaha pengumpulan suatu informasi dari narasumber dengan pertemuan secara *face to face*. Hasil pertemuan tersebut yaitu informasi jawaban responden baik data diri serta data yang dibutuhkan untuk penelitian. Kendala dalam pertemuan secara langsung tersebut, yaitu pandemi covid-19 sehingga peneliti tetap harus menegakkan protokol kesehatan yang ada serta menggunakan masker.

3.4. Skala Pengukuran

Skala Likert digunakan menjadi ukuran dalam pengisian kuisisioner. Sugiyono memaparkan (2008:107) setiap jawaban dari responden diberi diberi bobot 1 – 5 antara lain Sangat Setuju disingkat (SS), Setuju disingkat (S), Cukup Setuju disingkat (CS), Tidak Setuju disingkat (TS) dan Sangat Tidak Setuju disingkat (STS).

Tabel Skala Likert

Prosentase Score

4,21 – 5,00 kategori Sangat Setuju (SS) dikategorikan nilai 5

3,41 – 4,20 kategori Setuju (S) dikategorikan nilai 4

2,61 – 3,40 kategori Cukup Setuju (CS) dikategorikan nilai 3

1,81 – 2,60 kategori Tidak Setuju (TS) dikategorikan nilai 2

1,00 – 1,80 kategori Sangat Tidak Setuju (STS) dikategorikan nilai 1

3.5. Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel penelitian adalah suatu icon yang memiliki perbedaan tersendiri, variasi tersebut di patenkan peneliti guna dikaji kemudian diambil simpulan pengkajiannya. Berdasarkan keterkaitan antar variabel dalam penelitian ini membagi dua variabel yaitu variabel bebas serta variabel terikat. Masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut :

- a. Variabel dependen (Y) yaitu variabel terikat yang merupakan variabel yang dipengaruhi serta menjadi akibat, disebabkan adanya variabel bebas (independen).⁵⁶ Variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini yaitu minat pelaku usaha bertransaksi menggunakan bank syariah.
- b. Variabel Independen (X) yaitu variabel bebas. Variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi serta menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini memiliki tiga variabel independen yaitu:

X1 = Pengetahuan

X2 = Persepsi

X3 = Religiusitas

Skala pengukuran merupakan sebuah tolak ukur, digunakan menjadi panduan guna menghasilkan seberapa jangkauan variabel terdapat dalam media skala ukur. Hasil pengukuran disajikan dalam bentuk angka, efisien, serta komunikatif. Skala likert digunakan oleh peneliti guna mengukur tingkat pengetahuan, persepsi, dan religiusitas pelaku usaha di pasar Wijahan kabupaten Banyumas.

NO	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Pengetahuan (X1)	Pengetahuan yaitu suatu informasi oleh seseorang yang sudah diolah baik dengan media sejarah, pengalaman ataupun skema interpretasi miliknya	<ol style="list-style-type: none"> a. Pengetahuan mengenai lembaga bank syariah b. Pengetahuan mengenai system bank syariah c. Pengetahuan mengenai produk

⁵⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi*, cet. Ke 7, Bandung: Alfabeta 2015, h. 39

			<p>atau jasa</p> <p>d. Pengetahuan mengenai perbedaan bank syariah dan konvensional</p> <p>e. Pengetahuan mengenai fatwa MUI tentang bunga</p>
2.	Persepsi (X2)	Arti dari persepsi yaitu suatu proses individu untuk memilih, mengorganisasi serta menginterpretasi masukan berupa informasi-informasi untuk membuat gambaran dunia yang mempunyai arti.	<p>a. Menilai kesesuaian prosedur</p> <p>b. Menilai kesesuaian dasar hukum</p> <p>c. Pertimbangan pelayanan</p> <p>d. Pemahaman system bagi hasil</p> <p>e. Keyakinan persamaan bunga bank dengan riba</p>
3.	Religiusitas (X3)	Religiusitas yaitu suatu keberagamaan, yang merupakan keadaan dimana dalam diri seseorang terdapat dorongan untuk melakukan segala tindakan/tingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.	<p>a. Pengamalan agama sehari hari</p> <p>b. Zakat perdagangan</p> <p>c. Presentase individu dalam lembaga keagamaan</p> <p>d. Pelaksanaan ibadah</p> <p>e. Sikap keagamaan individu</p>
4.	Minat bertransaksi	Minat merupakan	a. Dorongan internal

	(Y)	kemauan atau keinginan yang timbul secara alamiah dari dalam diri sendiri tanpa paksaan dari luar (orang lain) guna memperoleh sesuatu yang diinginkan yaitu <i>goals</i> yang diharapkan.	(dari dalam individu) b. Motif sosial dengan perbandingan c. Kepercayaan dasar hukum d. Faktor eksternal dari lembaga e. Faktor keuntungan
--	-----	--	--

h. Teknik Analisis

Peneliti menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis penelitian yang dimaksud yaitu membandingkan kenyataan dengan teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan terkait tema penelitian kemudian ditarik kesimpulan untuk selanjutnya ditabulasikan dengan bentuk tabel distribusi frekuensi.

Metode kuantitatif menggunakan data yang dapat dihitung sebagai dasar guna memperoleh jawaban yang kuat. Metode penelitian ini berfungsi untuk menguji daya minat pelaku usaha untuk bertransaksi dengan bank syariah, penulis menggunakan analisis yaitu:

1. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memiliki fungsi guna mendapatkan jawaban kuesioner dari responden. Sebuah kuisisioner mendapat kategori reliable ketika jawaban seseorang terhadap pertanyaan dalam kuisisioner yang konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Teknik yang digunakan dalam uji reliabilitas ini merupakan teknik *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6.⁵⁷

2. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang fungsinya untuk mengukur valid atau tidaknya kuisisioner. Kuisisioner dinyatakan valid apabila pertanyaan pada kuisisioner tersebut dapat mengungkapkan suatu yang akan diukur dalam kuisisioner. Uji validitas digunakan untuk menguji apakah hasil jawaban yang diperoleh dari kuisisioner sesuai untuk penelitian yang sudah valid. Pada pengujian validitas ini

⁵⁷ I'anatut Toifah, *Statitiska Pendidikan dan Metode Kuantitatif*, Malang: anggota IKAPI, 2015, h. 114

menggunakan korelasi produk momen pearson atau metode interkorelasi cara untuk mengukurnya yaitu menghitung korelasi antar skor masing-masing item pertanyaan yang ada pada kuisioner dengan skor total kuisioner tersebut. Apabila nilai $r > r$ tabel dan atau nilai signifikan $< 0,05$ maka artinya item pertanyaan dianggap valid.⁵⁸

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik menggunakan asumsi-asumsi diantaranya:

a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah modal regresi mempunyai korelasi antar variabel bebas atau independen. Model regresi dikatakan baik apabila tidak mempunyai korelasi diantara variabel independen. Multikolinearitas artinya antar variabel bebas atau variabel terikat yang ada dalam model memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna. Cara untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dengan melihat dari Variance Inflation Factor (VIF) serta nilai tolerance melalui SPSS. Umumnya nilai cutoff yang digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinearitas yaitu nilai tolerance $< 0,1$ atau sama dengan nilai VIF > 10 artinya terjadi multikolinearitas. Sebaliknya, jika VIF < 10 artinya tidak terjadi multikolinearitas.

b. Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas yaitu pengujian yang bertujuan untuk meninjau dalam modal regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya apabila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain sama artinya Homoskedastisitas tetapi apabila berbeda disebut Heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas bisa dideteksi dengan cara melihat gravik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan nilai residualnya yaitu SRESID. Cara mendeteksi adanya Heteroskedastisitas bisa dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot SRESID dengan ZPRED yang dimana sumbu Y merupakan Y yang sudah terprediksi, sedangkan sumbu X yaitu residual yang merupakan Y prediksi – Y sesungguhnya. Imam Ghozali menyebutkan bahwa: (1) apabila ada pola tertentu, contohnya titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang tergambar teratur bisa bergelombang, melebar, atau menyempit artinya mengindikasikan terjadinya

⁵⁸ Ibid, H. 112

Heteroskedastisitas. (2) Apabila tidak terdapat pola yang jelas, contohnya titik-titik menyebar diatas atau dibawah angka nol pada sumbu Y artinya tidak terjadi Heteroskedastisitas.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu pengujian dalam model regresi yang bertujuan untuk mengetahui variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji T dan uji F mengasumsikan nilai residual harus mengikuti distribusi normal. Apabila asumsi ini tidak terjadi maka uji statistic tersebut tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Model regresi dikatakan baik apabila distribusi normal atau mendekati normal. Cara untuk mendeteksi residual berdistribusi normal atau tidak diantaranya dengan melihat penyebaran titik yang terdapat pada sumbu diagonal dari grafik maupun dengan melihat histogram yang di peroleh dari residualnya, pengambilan keputusan didasarkan pada: yang pertama apabila (1) data menyebar di sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menampilkan pola distribusi yang normal, artinya model regresi memenuhi asumsi normalitas (2) apabila data menyebar jauh dari sekitar diagonal serta grafik histogram tidak menampilkan pola distribusi normal artinya modal regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan studi mengenai ketergantungan variabel terikat(dependen) dengan satu bahkan lebih variabel independen, yang tujuannya mengestimasi serta memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel terikat(dependen) yang berdasarkan nilai variabel penjelas/bebas(independen). Teknik analisa data yang digunakan merupakan analisa regresi linier berganda karena dalam penelitian ini ada tiga variabel independen. Analisis regresi linier berganda merupakan suatu metode statistic yang digunakan guna meneliti hubungan variabel dependen dengan variabel independen. Rumus model analisis linier berganda di tuliskan sebagai berikut:

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

Keterangan

Y = Nilai hubungan variabel independen dengan variabel dependen

X = Variabel bebas

α = Nilai Intercept (Konstan)

β = Koefisien Regresi

Analisis Regresi Linier Berganda dengan menggunakan persamaan :

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

Keterangan

Y = Minat

X1 = Persepsi

X2 = Pengetahuan

X3 = Religiusitas

α = Nilai Intercept (Konstan)

β = Koefisien Regresi

5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis koefisien regresi tujuannya untuk memastikan variabel bebas yang ada dalam persamaan regresi secara individu serta secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai variabel terikat.

1. Uji T (Uji Signifikansi Individual)

Uji t digunakan untuk mengetahui signifikansi yang berasal dari pengaruh variabel independen dengan variabel dependen yang secara individual kemudian menganggap dependen yang lain bersifat konstan. Signifikansi pengaruh dalam penelitian diestimasi dengan cara membandingkan antara nilai ttabel dibandingkan dengan nilai thitung. Jika nilai thitung > ttabel diartikan variabel independen secara individual sangat mempengaruhi variabel dependen, sebaliknya apabila nilai thitung < ttabel artinya variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen.

2. Uji F (Uji Signifikansi Serentak)

Uji f digunakan untuk menguji dua atau lebih variabel bebas yang diperoleh dari persamaan regresi tersebut secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi merupakan salah satu nilai statistik yang digunakan untuk menilai seberapa berpengaruhnya dua variabel. Symbol dari koefisien determinasi adalah R² yang menunjukkan hubungan variabel independen apakah berpengaruh dengan variabel dependen yang dihasilkan dari perhitungan tertentu

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan salah satu nilai statistik yang digunakan untuk menilai seberapa berpengaruhnya dua variable. Symbol dari koefisien determinasi adalah R^2 yang menunjukkan hubungan variabel independen apakah berpengaruh dengan variabel dependen yang dihasilkan dari perhitungan tertentu⁵⁹

⁵⁹ Supranoto, Statistik Teori dan Aplikasi jilid 1, Jakarta : Eirlangga, 2009 h.336

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Pasar Wijahan

Pasar Wijahan adalah salah satu pasar tradisional yang ada di Kabupaten Banyumas, tepatnya terletak di Desa Kecila, Kecamatan Kemranjen, Kabupaten Banyumas. Pasar tradisional ini sudah berdiri sejak Indonesia belum merdeka, kira-kira pada tahun 1920 an. Awalnya pasar ini hanya sebuah lahan lapang dan terjadi transaksi jual beli. Hingga sekarang pasar ini sudah direvitalisasi sedemikian rupa.⁶⁰

Letak pasar berada di jalur nasional III yaitu pada jalur lintas penghubung Jawa Tengah dan Jawa Barat. Akses jalan yang mudah serta letaknya yang cukup strategis membuat Pasar Wijahan ramai di kunjungi pembeli. Sesuai dengan Perbup Nomor 21 Tahun 2018 Pasar Wijahan merupakan salah satu pasar di Kabupaten Banyumas yang akan di revitalisasi pada tahun 2018 dengan jumlah dana yang dibutuhkan lebih dari 1,5 M. Ada 200 los pedagang di Pasar Wijahan dengan biaya retribusi Rp. 150 rupiah per meter yang di bebaskan kepada penjual. Total biaya retribusi yang dapat disetorkan ke dinas Perindag Banyumas sekitar Rp. 4.500.000,00 perbulan.

Saat ini pengurus pasar wijahan ada dua orang yaitu:

Kepala Pasar : Pak Suwarno

Pengelola Lingkungan : Pak Sutrisno.

Awalnya pengurus Pasar Wijahan ada 6 orang akan tetapi karena pension pasar ini dikelola oleh dua orang dan pihak pasar sedang meminta penambahan pengurus pasar ke Dinas terkait.⁶¹

Terdapat beberapa fasilitas yang ada di Pasar Wijahan diantaranya ;

- Los para pelaku usaha dengan jumlah 200 kapasitas
- Tempat parker yang luas
- Kantor pengelola pasar
- Mushala
- Toilet

⁶⁰ Wawancara dengan Pak Suwarno selaku kepala pasar wijahan, 4 Januari 2021

⁶¹ Wawancara dengan Pak Suwarno selaku kepala pasar wijahan, 4 Januari 2021

- POS jaga

4.2 Deskripsi Data dan Karakteristik Responden

4.2.1 Deskripsi Data Responden

Data penelitian dalam penelitian ini yang digunakan untuk olah data merupakan kuesioner yang dibagikan kepada 50 responden secara langsung. Kuesioner ini disebar pada pelaku usaha di Pasar Wijahan untuk mengukur apakah variabel pengetahuan, persepsi dan religiusitas berpengaruh/tidak terhadap variabel minat pelaku usaha bertransaksi di bank syariah. Penyebaran kuesioner ini dilakukan pada 1 Januari - 18 Januari 2021 setelah beberapa kali uji coba instrument.

4.2.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden sesuai pada penelitian ini yaitu data berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendidikan. Adapun data yang dapat digambarkan sebagai berikut :

4.2.2.1 Jenis Kelamin

Data berdasarkan jenis kelamin responden di Pasar Wijahan dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.1

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	19	38%
Perempuan	31	62%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki laki yaitu 19 responden atau 38% sedangkan jumlah responden perempuan ada 31 responden atau 62%. Jenis kelamin responden pada penelitian ini di dominasi oleh perempuan.

4.2.2.2 Usia

Data berdasarkan usia responden di Pasar Wijahan dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.2

Usia	Jumlah	Presentase
>45	11	22%

35-45	26	52%
25-35	13	26%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berusia antara 25 sampai 35 tahun yaitu 13 responden atau 26%, usia antara 35 sampai 45 tahun yaitu 26 responden atau 52% sedangkan jumlah responden berusia lebih dari 45 tahun yaitu 11 responden atau 22%. Usia responden pada penelitian ini di dominasi umur antara 35 sampai 45 tahun.

4.2.2.3 Pendidikan

Data berdasarkan pendidikan responden di Pasar Wijahan dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.3

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SD/ sederajat	12	24%
SLTP	23	46%
SLTA	15	30%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berpendidikan SD/ sederajat yaitu 12 responden atau 24%, lulusan SLTP/ sederajat yaitu 23 responden atau 46% sedangkan jumlah responden lulusan SLTA/ sederajat yaitu 15 responden atau 30%. Pendidikan responden pada penelitian ini di dominasi oleh SLTP.

4.3 Uji Instrumen

4.3.1 Uji Validitas

Pada pengujian validitas ini menggunakan korelasi produk momen pearson atau metode interkorelasi cara untuk mengukurnya yaitu menghitung korelasi antar skor masing-masing item pertanyaan yang ada pada kuisisioner dengan skor total kuisisioner tersebut. Apabila nilai $r > r$ tabel dan atau nilai signifikan $< 0,05$ maka artinya item pertanyaan dianggap valid.⁶²

Tabel 4.4

Item	R Hitung	R Tabel	Sign.	Keterangan
-------------	-----------------	----------------	--------------	-------------------

⁶² Ibid, H. 112

Kuesioner				
X1.1	0,326	0,284	0,021	valid
X1.2	0,453	0,284	0,001	valid
X1.3	0,336	0,284	0,007	valid
X1.4	0,662	0,284	0,000	valid
X1.5	0,344	0,284	0,014	valid
X2.1	0,456	0,284	0,001	valid
X2.2	0,630	0,284	0,000	valid
X2.3	0,442	0,284	0,001	valid
X2.4	0,434	0,284	0,002	valid
X2.5	0,437	0,284	0,002	valid
X3.1	0,335	0,284	0,017	valid
X3.2	0,531	0,284	0,000	valid
X3.3	0,451	0,284	0,001	valid
X3.4	0,400	0,284	0,004	valid
X3.5	0,600	0,284	0,000	valid
Y1	0,374	0,284	0,008	valid
Y2	0,544	0,284	0,000	valid
Y3	0,547	0,284	0,000	valid
Y4	0,442	0,284	0,001	valid
Y5	0,381	0,284	0,006	valid

Sumber : Data Primer Diolah 2021

Berdasarkan pada tabel 4.3 uji validitas diperoleh r hitung $>$ R tabel. R tabel dalam penelitian ini $df = n-2$ yaitu $50-2 = 48$ dan tingkat signifikan 5% dengan uji dua arah yaitu 0,284. Masing-masing item pertanyaan dinyatakan valid karena nilai r hitung $>$ r tabel. Serta nilai sign pada masing-masing item $<$ 0,05.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Pada pengujian validitas ini menggunakan korelasi produk momen pearson atau metode interkorelasi cara untuk mengukurnya yaitu menghitung korelasi antar skor masing-masing item pertanyaan yang ada pada kuisisioner dengan

skor total kuisioner tersebut. Penelitian dikatakan reliable apabila nilai cronbach's alpha $> 0,60$ ($\alpha > 0,60$).

Tabel 4.5

Variabel	Cronbach's Apha	Keterangan
Pengetahuan	0,608	Reliabel
Persepsi	0,721	Reliabel
Religiusitas	0,627	Reliabel
Minat	0,658	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah 2021

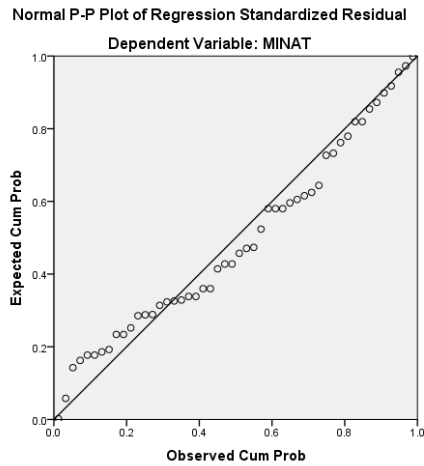
Berdasarkan tabel 4.4 masing-masing item menunjukkan nilai cronbach's alpha $> 0,60$ ($\alpha > 0,60$) jadi dapat disimpulkan bahwa variabel X dan Y (pengetahuan, persepsi, religiusitas dan minat) dapat dikatakan reliabel.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Model regresi dikatakan baik apabila distribusi normal atau mendekati normal. Cara untuk mendeteksi residual berdistribusi normal atau tidak diantaranya dengan melihat penyebaran titik yang terdapat pada sumbu diagonal dari grafik maupun dengan melihat histogram yang di peroleh dari residualnya, pengambilan keputusan didasarkan pada: yang pertama apabila (1) data menyebar di sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menampilkan pola distribusi yang normal, artinya model regresi memenuhi asumsi normalitas (2) apabila data pada histogram mengerucut membentuk gunung maka memenuhi asumsi normalitas (3) apabila nilai sign pada Kolmogorov-smirnov $> 0,05$ maka memenuhi asumsi normalitas

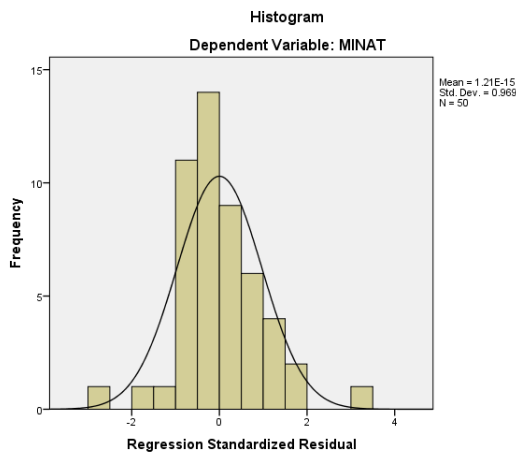
Gambar 4.1



Sumber : Data Primer Diolah 2021

Grafik p-plots yang terdapat pada gambar 4.1 menunjukkan titik-titik menyebar di sekitar atau mengikat arah garis diagonal yang artinya pola penyebaran distribusi normal. Selain dari grafik p-plots, data dikatakan normal dapat dilihat dari histogram.

Gambar 4.2



Sumber : Data Primer Diolah 2021

Dari gambar 4.2 diperoleh bentuk mengerucut seperti gunung maka dapat di katakana distribusi data normal. Selain itu normalitas juga dapat diukur dengan Kolmogorov-smirnov. Data dikatakan normal apabila diperoleh angka probabilitas atau asymp. sign. (2-tailed) . > 0,05.

Tabel 4.6

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.18242303

	Absolute	.095
Most Extreme Differences	Positive	.092
	Negative	-.095
Kolmogorov-Smirnov Z		.671
Asymp. Sig. (2-tailed)		.759

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Primer Diolah 2021

Pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwa distribusi data normal. Hal ini dibuktikan dengan nilai asymp. sign. (2-tailed) pada variabel pengetahuan, persepsi, religiusitas dan minat lebih besar dari 0,05 yaitu $0,759 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut memiliki nilai distribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas artinya antar variabel bebas atau variabel terikat yang ada dalam model memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna. Cara untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dengan melihat dari Variance Inflation Factor (VIF) serta nilai tolerance melalui SPSS. Umumnya nilai cutoff yang digunakan untuk menunjukkan adanya multikolinieritas yaitu nilai tolerance $< 0,1$ atau sama dengan nilai VIF > 10 artinya terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, jika VIF < 10 artinya tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.7

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3.543	2.101		1.686	.099		
1 PENGETAHUAN	.071	.163	.069	.433	.667	.301	3.327
PERSEPSI	.174	.158	.158	1.100	.277	.369	2.710
RELIGIUSITAS	.622	.122	.642	5.095	.000	.479	2.088

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber : Data Diolah 2021

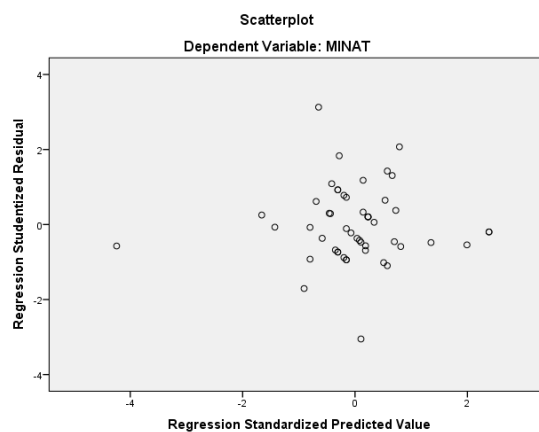
Dari tabel 4.7 uji multikolinieritas diperoleh nilai VIF pada variabel pengetahuan 3,327 untuk variabel persepsi 2,710 dan variabel religiusitas 2,088

artinya masing-masing variabel memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10. Pada uji multikolinieritas diperoleh nilai tolerance pada variabel pengetahuan 0,301 variabel persepsi 0,369 dan variabel religiusitas 0,479. Sehingga dapat disimpulkan masing masing variabel memiliki nilai VIF > 10 dan nilai tolerance > 0,01 maka penelitian ini bebas dari multikolinieritas.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas bisa dideteksi dengan cara melihat gravik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan nilai residualnya yaitu SRESID. Cara mendeteksi adanya Heteroskedastisitas bisa dilakukan dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot SRESID dengan ZPRED yang dimana sumbu Y merupakan Y yang sudah terprediksi, sedangkan sumbu X yaitu residual yang merupakan $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$. Imam Ghozali menyebutkan bahwa: (1) apabila ada pola tertentu, contohnya titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang tergambar teratur bisa bergelombang, melebar, atau menyempit artinya mengindikasikan terjadinya Heteroskedastisitas. (2) Apabila tidak terdapat pola yang jelas, contohnya titik-titik menyebar diatas atau dibawah angka nol pada sumbu Y artinya tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Gambar 4.3



Pada gambar 4.3 tidak terdapat pola yang jelas, titik-titik berdasarkan gambar menyebar diatas atau dibawah angka nol pada sumbu Y artinya dalam penelitian ini tidak terjadi Heteroskedastisitas.

4.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.8

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.543	2.101		1.686	.099
1					
PENGETAHUAN	.071	.163	.069	.433	.667
PERSEPSI	.174	.158	.158	1.100	.277
RELIGIUSITAS	.622	.122	.642	5.095	.000

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber : Data Diolah 2021

Dari tabel 4.8 dapat diperoleh persamaan regresi untuk variabel pengetahuan, persepsi, religiusitas, dan minat sebagai berikut :

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

$$Y = 3,543 + 0,071 X_1 + 0,174 X_2 + 0,622 X_3 + e$$

Dari persamaan di atas dapat diambil kesimpulan yaitu :

1. Konstanta 3,543 merupakan keadaan saat variabel minat belum dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel pengetahuan, reliabilitas dan persepsi. Jika variabel tidak ada maka variabel minat tidak mengalami perubahan.
2. Koefisien pengetahuan nilainya 0,071 artinya variabel pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat pelaku usaha bertransaksi di bank syariah.
3. Koefisien persepsi nilainya 0,174 artinya variabel persepsi berpengaruh positif terhadap minat pelaku usaha bertransaksi di bank syariah.
4. Koefisien religiusitas nilainya 0,622 artinya variabel religiusitas berpengaruh positif terhadap minat pelaku usaha bertransaksi di bank syariah.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji Pengaruh Parsial (Uji T)

Dalam uji t signifikansi pengaruh pada penelitian diestimasi dengan cara membandingkan antara nilai ttabel dibandingkan dengan nilai thitung. Jika nilai thitung > ttabel diartikan variabel independen secara individual sangat mempengaruhi variabel dependen, sebaliknya apabila nilai thitung < ttabel artinya variabel independen secara individual tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.9

Variabel	T hitung	Sign.	T tabel
Pengetahuan	5,949	0,00	2,012
Persepsi	5,430	0,00	2,012
Religiusitas	8,951	0,00	2,012

Sumber : Data Diolah 2021

$$\begin{aligned} T \text{ tabel dalam penelitian ini yaitu } T \text{ tabel} &= t (a/2) : (n-k-1) \\ a = 5\% &= t (0,05/2 : 50-3-1) \\ &= t (0,025 : 46) \\ &= 2.012 \end{aligned}$$

Hasil dari tabel 4.9 menunjukkan bahwa :

1. Hipotesis H1 = 0,433 diketahui bahwa X1 (pengetahuan) menunjukkan $T_{hitung} 0,433 < T_{tabel} 2,012$ dan nilai sign $0,667 > 0,05$ yang artinya H1 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat bertransaksi di bank syariah (Y).
2. Hipotesis H2 = 1,100 diketahui bahwa X2 (persepsi) menunjukkan $T_{hitung} 1,100 < T_{tabel} 2,012$ dan nilai sign $0,277 > 0,05$ yang artinya H2 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat bertransaksi di bank syariah (Y).
3. Hipotesis H3 = 5,095 diketahui bahwa X3 (persepsi) menunjukkan $T_{hitung} 8,951 > T_{tabel} 2,012$ dan nilai sign $0,00 < 0,05$ yang artinya H3 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi di bank syariah (Y).

4.6.2 Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Uji F diperoleh dari tabel anova, kriteria pengambilan keputusan yaitu nilai F hitung > F tabel dan nilai signifikansi

Tabel 4.10

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	127.272	3	42.424	28.486	.000 ^b
	Residual	68.508	46	1.489		

Total	195.780	49			
-------	---------	----	--	--	--

a. Dependent Variable: MINAT

b. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, PERSEPSI, PENGETAHUAN

Sumber : Data Diolah 2021

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.10 diatas didapatkan nilai F hitung sebesar 28,486 dan nilai signifikansi 0,00. Nilai F hitung $28,486 > F$ tabel 2,012 dan nilai signifikansinya $0,00 <$ dari 0,05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel X pengetahuan, persepsi dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap variabel Y minat bertransaksi di bank syariah.

4.6.3 Koefisien Determinasi (Uji R)

Tabel 4.11

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.806 ^a	.650	.627	1.220

a. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, PERSEPSI, PENGETAHUAN

b. Dependent Variable: MINAT

Sumber : Data Diolah 2021

Dalam tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai Adj R Square $0,627 = 62,7\%$. Artinya $62,7\%$ minat pelaku usaha menggunakan bank syariah dipengaruhi oleh variabel pengetahuan, persepsi dan religiusitas.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

4.7.1 Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Pelaku Usaha Bertransaksi di Bank Syariah

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai t sebesar 0,433 yaitu $T_{hitung} 0,433 < T_{tabel} 2,012$ dan nilai sign $0,667 > 0,05$ yang artinya H1 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat bertransaksi di bank syariah. Dari hasil diatas variabel pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku usaha bertransaksi menggunakan bank syariah. Semakin tinggi pengetahuan seseorang terhadap bank syariah maka tidak mempengaruhi minat pelaku usaha bertransaksi menggunakan bank syariah.

Variabel pengetahuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Arif Purwanto 2016 yang berjudul Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Pendapatan terhadap Minat Masyarakat menabung di Bank Syariah Boyolali menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh negatif terhadap minat masyarakat menabung di Bank Syariah Boyolali. Berbeda dengan penelitian dari Ninuk Arifah (2018) yang berjudul Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Sikap Anggota terhadap keputusan menabung di BMT. Hasil dari penelitian Ninuk yaitu variabel pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menabung di BMT.

Variabel Pengetahuan tidak berpengaruh signifikan karena responden, para pelaku usaha di pasar wijahan masih belum mengetahui sepenuhnya terkait lembaga perbankan syariah. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Philip Kholer yang menyatakan bahwa pemahaman konsep dari produk dibutuhkan konsumen agar mereka paham terkait konsep dasar produk yang akan digunakan.

4.7.2 Pengaruh Persepsi terhadap Minat Bertransaksi Pelaku Usaha di Bank Syariah

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai t sebesar 1,100 yaitu $T_{hitung} 1,100 < T_{tabel} 2,012$ dan nilai sign $0,277 > 0,05$ yang artinya H_2 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi berpengaruh tidak signifikan terhadap minat bertransaksi di bank syariah.

Dari hasil diatas variabel persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku usaha bertransaksi menggunakan bank syariah. Semakin tinggi persepsi seseorang terhadap bank syariah maka tidak mempengaruhi minat pelaku usaha bertransaksi menggunakan bank syariah.

Variabel persepsi ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dani Panca Setiasih (2011) yang berjudul Analisis Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku terhadap Perbankan Syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian di perbankan syariah. Berbeda dengan penelitian dari Jazim Hamidi (2010) yang berjudul Persepsi dan Sikap Masyarakat Santri Jawa Timur terhadap Bank Syariah. Hasil dari penelitian Jazim yaitu variabel persepsi berpengaruh terhadap keputusan menggunakan bank syariah pada santri Jawa Timur.

Variabel Persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku usaha menggunakan bank syariah karena pelaku usaha di pasar wijahan masih jarang

memilih penggunaan bank syariah, ini didapatkan dari wawancara terbuka dengan para pelaku usaha di pasar wijahan. Hal ini selaras dengan pendapat Philip Kotler yang mengemukakan definisi dari persepsi yaitu suatu keadaan pada saat seseorang memilih, mengorganisasikan, serta mengartikan berbagai informasi yang masuk guna membuat lukisan keadaan pada suatu hal.

4.7.3 Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Pelaku Usaha Bertransaksi di Bank Syariah

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai t sebesar 5,095 yaitu T_{hitung} 5,095 > T_{tabel} 2,012 dan nilai sign 0,00 < 0,05. yang artinya H_3 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di bank syariah. Dari tabel 4.11 menunjukkan hasil adj R Square 62,7%, artinya bahwa variabel persepsi berpengaruh terhadap minat pelaku usaha menggunakan bank syariah.

Dari hasil diatas variabel religiusitas dapat mempengaruhi minat pelaku usaha bertransaksi menggunakan bank syariah.

Semakin tinggi religiusitas seseorang terhadap bank syariah maka minat bertransaksi menggunakan bank syariah semakin besar. Variabel religiusitas ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dedi Iskanto dan Yulihadi (2017) yang berjudul Analisis Peranan Religiusitas terhadap Kepercayaan kepada Bank Syariah. Hasil dari penelitian Dedi dan Juli yaitu variabel religiusitas mempengaruhi kepercayaan terhadap bank syariah.

Variabel Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan karena pelaku usaha di Pasar Wijahan mayoritas muslim dan mempercayai bahwa bunga bank sama dengan riba seperti fatwa yang sudah di keluarkan MUI. Hal ini selaras dengan pendapat Nurcholis Majid yang menyimpulkan dari beberapa pengertian agama yang dikemukakan dapat di tarik garis kesimpulan agama merupakan tindakan terpuji secara keseluruhan untuk memperoleh ridha Allah SWT dan meninggalkan larangan-Nya.

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dari pengaruh pengetahuan, persepsi, dan religiusitas terhadap minat pelaku usaha bertransaksi di bank syariah, maka peneliti menarik kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, yaitu :

1. Hasil Uji T menunjukkan bahwa nilai t sebesar 0,433 yaitu $T_{hitung} 0,433 < T_{tabel} 2,012$ dan nilai sign $0,667 > 0,05$ yang artinya H1 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat pelaku usaha bertransaksi di bank syariah. Uji R menunjukkan hasil adj R Square 62,7%, artinya bahwa 62,7% minat dipengaruhi oleh variabel pengetahuan, persepsi, dan religiusitas. Dari hasil diatas variabel pengetahuan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat pelaku usaha bertransaksi menggunakan bank syariah. Semakin tinggi pengetahuan seseorang terhadap bank syariah maka tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku usaha bertransaksi menggunakan bank syariah.
2. Hasil Uji T menunjukkan bahwa nilai t sebesar 1,100 yaitu $T_{hitung} 1,100 < T_{tabel} 2,012$ dan nilai sign $0,277 > 0,05$ yang artinya H2 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat pelaku usaha bertransaksi di bank syariah. Uji R menunjukkan hasil adj R Square 62,7%, artinya bahwa 62,7% minat dipengaruhi oleh variabel pengetahuan, persepsi, dan religiusitas. Dari hasil diatas variabel persepsi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat pelaku usaha bertransaksi menggunakan bank syariah. Semakin tinggi persepsi seseorang terhadap bank syariah maka tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku usaha bertransaksi menggunakan bank syariah.
3. Hasil Uji T menunjukkan bahwa nilai t sebesar 5,095 yaitu $T_{hitung} 5,095 > T_{tabel} 2,012$ dan nilai sign $0,00 < 0,05$. yang artinya H3 diterima. Diperoleh kesimpulan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat bertransaksi di bank syariah. Uji R menunjukkan hasil adj R Square 62,7%, artinya bahwa 62,7% minat dipengaruhi oleh variabel pengetahuan, persepsi, dan religiusitas. Dari hasil diatas variabel religiusitas dapat mempengaruhi minat pelaku usaha bertransaksi menggunakan bank syariah. Semakin tinggi religiusitas seseorang terhadap bank syariah maka minat bertransaksi di bank syariah semakin besar.

5.2 SARAN

Dari penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, dan Religiusitas terhadap Minat Pelaku Usaha Bertransaksi di Bank Syariah” maka saran yang diberikan yaitu :

Bagi Lembaga :

- a. Perusahaan atau lembaga keuangan di sarankan lebih memberi pengetahuan dan edukasi yang mendalam kepada masyarakat agar timbul persepsi yang baik dari masyarakat terhadap bank syariah.
- b. Perusahaan atau lembaga keuangan diharapkan lebih intens lagi dalam mempromosikan produk agar masyarakat lebih mengenal bank syariah dan berminat bertransaksi menggunakan bank syariah.

Bagi Peneliti

- a. Variabel pengetahuan, persepsi, dan religiusitas bukanlah variabel yang menentukan minat pelaku usaha bertransaksi di bank syariah, masih ada variabel yang lain. Diharapkan untuk kedepannya peneliti mampu meneliti variabel lain yang mempengaruhi minat pelaku usaha bertransaksi di bank syariah.
- b. Dalam penelitian ini hanya menggunakan populasi di Pasar Wijahan saja, diharapkan peneliti mampu melakukan penelitian pada populasi pelaku usaha yang lebih luas cakupannya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alizamar, Nasbahry, (2016) Psikologi Persepsi dan Desain Informasi, Yogyakarta : Media Akademi
- Asy'arie, Musa, (2015) Filsafat Ekonomi Islam, Yogyakarta : LESI
- Bungin, Burhan, (2013) *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*, Edisi Pertama, Jakarta: Kencana
- Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, Yayasan Penyelenggara Penerjemah Al-Qur'an Ghalia Indonesia
- Ghofur Anshori ,Abdul, (2009) *Bank Syariah di Indonesia*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Perss
- Halauw ,Prasutijo, (2005) *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi.
- Ifham Ahmad, (2015) *Ini Lho Bank Syariah*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Indarti ,Nurul, et al. (2014) *Manajemen Pengetahuan: teori dan Praktik*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Islamiyah, Djamiatul, (2012) Psikologi Agama, Salatiga : STAIN Salatiga Perss
- Jalaluddin, (2010) *Psikologi Agama*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2009) *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Khotler, Philip, Prinsip-prinsip Pemasaran Manajemen,(2000) Jakarta : Prenhalindo
- M.Moeliono ,Anton, (1999) Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta :Balai Pustaka)
- Mahmud, (2011) Metode Penelitian Pendidikan, (Bandung: Pustaka Setia)
- Muhammad, (2013) *Akutansi Syariah: Teori dan Praktik untuk Bank Syariah*, Yogyakarta: UUP STIM YKPN
- Muhamad, (2016) Manajemen Keuangan Syari'ah, Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Madjid Nurcholish, (2000) Masyarakat Religius, Jakarta: Paramadina
- Nasution, (2002) *Hukum Perlindungan Konsumen, suatu Pengantar*, Cet- II, Jakarta :Diadit Media
- Nasution Harun, (1985) *Islam Ditinjau dari Berbagai Aspeknya* Jakarta : UI Press

- Nugroho J ,Setiadi, , (2003) *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Bogor: Kencana
- Nugroho, Dwi, (1988) *Mengenal Manusia dan Pendidikan*, Yogyakarta : Liberty
- Prasetijo, Ristiyanti, John Ihalauw, (2003) *Perilaku Konsumen*, Salatiga: Fakultas Ekonomi UKSW
- Priyono dan Teddy Candra, (2006) *Esensi Ekonomi Makro*, Surabaya: Zifatama Publisher
- Rahman, Abdul dan Abdul,Muhib, (2004) “*Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*”, Jakarta : Kencana
- Rahmat,Jalaluddin, (2003) *Psikologi Agama*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Robbins, Judge, dkk, (2008) *Perilaku Organisasi*, Jakarta: Salemba, Empat
- Shomad, Abd, (2012) *Transaksi Bank Syariah*, Jakarta: PT Bumi Aksara
- Simamora, Bilson, (2002) *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Siregar, Sofyan, (2013) *Metode penelitian Kuantitatif Edisi Pertama*, Jakarta: Prenamedia Group,
- Soemitra ,Andi, (2009) *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Prenamedia Group
- Soemitra Andri, (2014) *Bank dan Lembaga Keuangan Islam*, Cet. Ke-IV, Jakarta: Kencana
- Sugiono, (2015) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi*, cet. Ke 7, Bandung: Alfabeta
- Suharso dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Lux*, Semarang: CV. Widya Karya
- Sukanto, (1985) *Nafsiologi*, Jakarta: Integritas Press,
- Sunyoto, Danang, (2014) *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: CAPS
- Supranoto, (2009) *Statistik Teori dan Aplikasi jilid 1*, Jakarta : Eirlangga
- Suryani ,Tatik, (2012) *Perilaku Konsumen ; Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sutedi, Andrian (2009) *Bank Syariah : Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*, Jakarta:Ghalia Indonesia

Toifah ,I'anut, (2015) *Statitiska Pendidikan dan Metode Kuantitatif*, Malang: anggota IKAPI,

Wawan dan Dewi, (2017) *Pengetahuan Sikapdan Perilaku Manusia*, Yogyakarta: Nuha Medika

Yaya ,Rizal, et al. (2014) *Akutansi Syariah : Teori dan Praktik Kontemporer*, edisi 2, Jakarta: Salemba Empat

Yusuf, Munir (2018) *Pengantar Ilmu Pendidikan*, Palopo : LPM IAIN Palopo

Zainudin , Ali, (2008) *Hukum Bank Syariah*, Cet. Ke-1, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.

Internet

<http://mui.or.id/wp-content/uploads/files/fatwa/32.-Bunga-InterestFaidah.pdf> doakses pada tanggal 10 September 2020 pukul 12.00

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	19	38%
Perempuan	31	62%

Usia

Usia	Jumlah	Presentase
>45	11	22%
35-45	26	52%
25-35	13	26%

Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SD/ sederajat	12	24%
SLTP	23	46%
SLTA	15	30%

Uji Validitas

Pengetahuan

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	PENGETAHUAN
X1.1	Pearson Correlation	1	.270	.110	.189	.185	.326*
	Sig. (2-tailed)		.055	.442	.185	.193	.021
	N	51	51	51	51	51	50
X1.2	Pearson Correlation	.270	1	-.014	.251	.676**	.453**
	Sig. (2-tailed)	.055		.920	.075	.000	.001
	N	51	51	51	51	51	50
X1.3	Pearson Correlation	.110	-.014	1	.494**	.091	.377**
	Sig. (2-tailed)	.442	.920		.000	.523	.007
	N	51	51	51	51	51	50
X1.4	Pearson Correlation	.189	.251	.494**	1	.169	.662**
	Sig. (2-tailed)	.185	.075	.000		.235	.000
	N	51	51	51	51	51	50

X1.5	Pearson Correlation	.185	.676**	.091	.169	1	.344*
	Sig. (2-tailed)	.193	.000	.523	.235		.014
	N	51	51	51	51	51	50
PENGETAHUAN	Pearson Correlation	.326*	.453**	.377**	.662**	.344*	1
	Sig. (2-tailed)	.021	.001	.007	.000	.014	
	N	50	50	50	50	50	50

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

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

Persepsi

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	PERSEPSI
X2.1	Pearson Correlation	1	.542**	.231	.338*	.318*	.456**
	Sig. (2-tailed)		.000	.103	.015	.023	.001
	N	51	51	51	51	51	50
X2.2	Pearson Correlation	.542**	1	.573**	.274	.309*	.630**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.052	.027	.000
	N	51	51	51	51	51	50
X2.3	Pearson Correlation	.231	.573**	1	.274	.296*	.442**
	Sig. (2-tailed)	.103	.000		.051	.035	.001
	N	51	51	51	51	51	50
X2.4	Pearson Correlation	.338*	.274	.274	1	.280*	.434**
	Sig. (2-tailed)	.015	.052	.051		.046	.002
	N	51	51	51	51	51	50
X2.5	Pearson Correlation	.318*	.309*	.296*	.280*	1	.437**
	Sig. (2-tailed)	.023	.027	.035	.046		.002
	N	51	51	51	51	51	50
PERSEPSI	Pearson Correlation	.456**	.630**	.442**	.434**	.437**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001	.002	.002	
	N	50	50	50	50	50	50

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

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

Religiusitas

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	RELIGIUSITAS
X3.1	Pearson Correlation	1	.125	.179	.161	.096	.335*
	Sig. (2-tailed)		.383	.209	.259	.503	.017
	N	51	51	51	51	51	50
X3.2	Pearson Correlation	.125	1	.177	.335*	.456**	.531**
	Sig. (2-tailed)	.383		.215	.016	.001	.000
	N	51	51	51	51	51	50
X3.3	Pearson Correlation	.179	.177	1	.358**	.394**	.451**
	Sig. (2-tailed)	.209	.215		.010	.004	.001
	N	51	51	51	51	51	50
X3.4	Pearson Correlation	.161	.335*	.358**	1	.405**	.400**
	Sig. (2-tailed)	.259	.016	.010		.003	.004
	N	51	51	51	51	51	50
X3.5	Pearson Correlation	.096	.456**	.394**	.405**	1	.600**
	Sig. (2-tailed)	.503	.001	.004	.003		.000
	N	51	51	51	51	51	50
RELIGIUSITAS	Pearson Correlation	.335*	.531**	.451**	.400**	.600**	1
	Sig. (2-tailed)	.017	.000	.001	.004	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

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

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

Minat

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	MINAT
Y1	Pearson Correlation	1	.300*	.258	.128	.349*	.374**
	Sig. (2-tailed)		.032	.067	.371	.012	.008
	N	51	51	51	51	51	50
Y2	Pearson Correlation	.300*	1	.476**	.310*	.486**	.544**
	Sig. (2-tailed)	.032		.000	.027	.000	.000
	N	51	51	51	51	51	50
Y3	Pearson Correlation	.258	.476**	1	.140	.211	.547**
	Sig. (2-tailed)	.067	.000		.329	.138	.000
	N	51	51	51	51	51	50
Y4	Pearson Correlation	.128	.310*	.140	1	.271	.442**
	Sig. (2-tailed)	.371	.027	.329		.055	.001
	N	51	51	51	51	51	50
Y5	Pearson Correlation	.349*	.486**	.211	.271	1	.381**
	Sig. (2-tailed)	.012	.000	.138	.055		.006
	N	51	51	51	51	51	50
MINAT	Pearson Correlation	.374**	.544**	.547**	.442**	.381**	1
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.000	.001	.006	
	N	50	50	50	50	50	50

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

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

Uji Reliabilitas

Pengetahuan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.608	.615	5

Persepsi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.721	.724	5

Religiusitas

Reliability Statistics

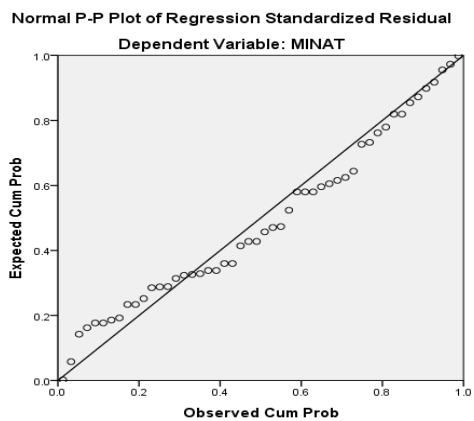
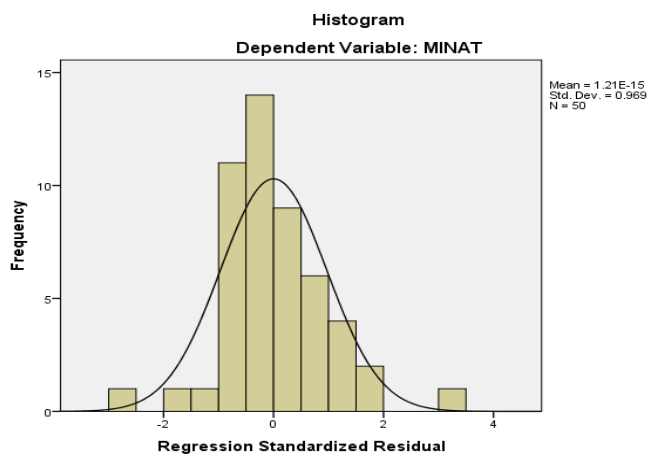
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.627	.647	5

Minat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.658	.674	5

Uji Normalitas



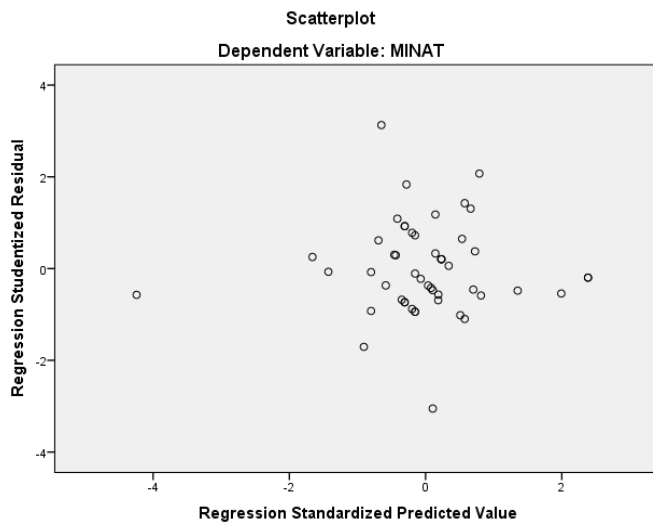
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.18242303
	Absolute	.095
Most Extreme Differences	Positive	.092
	Negative	-.095
Kolmogorov-Smirnov Z		.671
Asymp. Sig. (2-tailed)		.759

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Heteroskedastisitas



Multikolenaritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	3.543	2.101		1.686	.099		
	PENGETAHUAN	.071	.163	.069	.433	.667	.301	3.327
	PERSEPSI	.174	.158	.158	1.100	.277	.369	2.710
	RELIGIUSITAS	.622	.122	.642	5.095	.000	.479	2.088

a. Dependent Variable: MINAT

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	3.543	2.101		
	PENGETAHUAN	.071	.163	.069	.433
	PERSEPSI	.174	.158	.158	1.100
	RELIGIUSITAS	.622	.122	.642	5.095

a. Dependent Variable: MINAT

Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	3.543	2.101		
	PENGETAHUAN	.071	.163	.069	.433
	PERSEPSI	.174	.158	.158	1.100
	RELIGIUSITAS	.622	.122	.642	5.095

a. Dependent Variable: MINAT

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	127.272	3	42.424	28.486	.000 ^b
	Residual	68.508	46	1.489		
	Total	195.780	49			

a. Dependent Variable: MINAT

b. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, PERSEPSI, PENGETAHUAN

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.806 ^a	.650	.627	1.220

a. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, PERSEPSI, PENGETAHUAN

b. Dependent Variable: MINAT

KUESIONER

PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT PELAKU USAHA BERTRANSAKSI DI BANK SYARIAH

(STUDI KASUS PADA PELAKU USAHA PASAR WIJAHAN KABUPATEN BANYUMAS)

Kuesioner ini dibuat guna sebagai bahan penelitian skripsi S1 Bank Syariah, oleh sebab itu Bapak/Ibu/saudara diharapkan bersedia mengisi kuesioner guna menjadi data yang objektif.

Petunjuk untuk mengisi kuisisioner

1. Isilah data diri dengan tepat sesuai form yang sudah tersedia
2. Pilihlah jawaban yang tepat sesuai dengan pengalaman serta perilaku yang ada dalam diri anda. Masing-masing jawaban memiliki kategori nilai dibawah ini :

SS = Sangat Setuju bernilai 5
S = Setuju bernilai 4
N = Netral bernilai 3
KS = Kurang Setuju bernilai 2
STS = Sangat Tidak Setuju bernilai 1

KUESIONER

Identitas Diri

1.	Nama	
2.	Alamat	
3.	Umur	
4.	Pekerjaan	
5.	Pendidikan	
6.	Lama mendirikan usaha	
7.	Pengalaman dibidang usaha	

Pernyataan

1. Variabel Independen Pengetahuan

No	Uraian Pertanyaan	SS	S	N	KS	STS
1	Saya mengetahui lembaga bank syariah dari iklan dan media masa					
2	Saya mengetahui system bagi hasil di bank syariah					
3	Saya mengetahui produk yang di tawarkan oleh bank syariah					
4	Saya mengetahui perbedaan bank syariah dan konvensional					
5	Saya mengetahui fatwa MUI yang mempersamakan bunga bank dengan riba					

2. Variabel Independen Persepsi

No	Uraian Pertanyaan	SS	S	N	KS	STS
1	Sistem dan produk bank syariah sudah sesuai dengan prinsip dalam syariah					
2	Bank syariah merupakan bank yang sudah sesuai dengan Al-Quran dan Hadis					
3	Pelayanan di bank syariah sangat sesuai dengan prinsip syariah					
4	System bagi hasil sangat menguntungkan bagi nasabah					
5	Saya meyakini bunga bank sama dengan riba					

3. Variabel Independen Religiusitas

No	Uraian Pertanyaan	SS	S	N	KS	STS
1	Tetap mendirikan sholat lima waktu walaupun sedang sibuk .					
2	Selalu membayar Zakat Perdagangan					
3	Selalu ikut dalam pengajian atau majelis					
4	Selalu menjalankan puasa wajib dan sunah					
5	Bisa membaca Al-Quran dan mengamalkannya.					

4. Variabel Dependen Minat Bertransaksi Menggunakan Bank Syariah

No	Uraian Pertanyaan	SS	S	N	KS	STS
1	Saya berminat menggunakan produk bank syariah agar terbebas dari riba					
2	Saya berminat menggunakan bank syariah daripada bank konvensional					
3	Saya berminat menggunakan produk bank syariah karena bank syariah berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis					
4	Saya berminat menggunakan produk bank syariah karena pelayanannya yang baik					
5	Saya berminat menggunakan produk bank syariah karena lebih menguntungkan					

JAWABAN KUESIONER

No	Pengetahuan					TOTAL
responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	5	5	3	4	4	21
2	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	5	21
4	5	4	4	3	5	21
5	3	4	4	4	5	20
6	5	5	1	4	4	19
7	5	5	4	3	5	22
8	2	4	4	5	4	19
9	5	5	5	5	4	24
10	5	5	3	3	5	21
11	4	3	4	4	4	19
12	4	4	4	5	3	20
13	5	4	4	4	4	21
14	5	4	3	3	4	19
15	5	5	2	3	5	20
16	3	5	3	3	5	19
17	5	4	3	4	4	20
18	4	5	3	3	5	20
19	5	5	2	2	5	19
20	3	5	2	2	5	17
21	5	4	4	4	4	21
22	3	5	5	5	3	21
23	5	5	4	3	5	22
24	4	4	4	4	4	20
25	5	5	4	2	4	20
26	5	5	3	2	5	20
27	5	3	5	4	4	21
28	5	1	4	1	2	13
29	5	4	4	4	4	21
30	4	3	4	4	4	19
31	4	4	4	4	4	20
32	4	4	3	4	5	20

33	5	3	3	3	4	18
34	4	3	5	4	5	21
35	5	5	3	5	5	23
36	4	5	3	3	5	20
37	4	4	5	3	5	21
38	5	4	5	5	4	23
39	4	4	4	4	4	20
40	1	5	4	2	5	17
41	4	4	4	4	4	20
42	5	4	5	4	2	20
43	3	4	5	5	5	22
44	3	4	5	4	5	21
45	5	5	5	5	5	25
46	3	5	3	3	5	19
47	3	4	4	4	5	20
48	4	4	4	4	4	20
49	5	5	2	5	5	22
50	5	5	3	3	5	21

No responden	Persepsi					TOTAL
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	5	4	4	4	5	22
2	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	3	5	20
4	5	5	4	4	3	21
5	5	3	3	3	5	19
6	5	3	3	3	5	19
7	5	5	3	5	5	23
8	5	5	4	3	3	20
9	5	5	3	5	5	23
10	5	4	4	3	5	21
11	4	4	4	3	4	19
12	5	5	4	3	3	20
13	5	5	4	4	3	21

14	5	5	4	3	5	22
15	5	4	4	4	4	21
16	4	4	4	5	4	21
17	5	5	4	3	3	20
18	5	5	3	3	5	21
19	5	5	4	2	5	21
20	3	4	3	4	4	18
21	5	4	4	4	4	21
22	5	5	4	4	4	22
23	5	4	3	4	5	21
24	3	5	5	3	5	21
25	4	4	4	4	4	20
26	3	5	5	3	5	21
27	5	5	5	3	3	21
28	4	3	3	3	2	15
29	5	5	5	3	5	23
30	4	4	4	4	4	20
31	4	4	4	4	3	19
32	5	4	4	5	5	23
33	4	3	4	4	4	19
34	5	5	3	5	3	21
35	4	5	5	4	5	23
36	3	4	5	3	5	20
37	4	2	2	4	5	17
38	5	5	3	4	5	22
39	5	5	4	3	4	21
40	5	5	4	3	3	20
41	4	4	4	4	4	20
42	5	5	3	3	5	21
43	5	5	4	4	5	23
44	3	5	4	4	4	20
45	5	5	5	5	5	25
46	3	4	4	3	5	19
47	4	4	4	3	4	19
48	3	4	4	5	4	20

49	5	4	5	5	4	23
50	5	5	3	3	5	21

No	Religiusitas					TOTAL
responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
1	5	4	3	5	4	21
2	5	5	5	5	5	25
3	5	4	3	5	5	22
4	4	3	5	4	4	20
5	3	4	4	5	4	20
6	5	4	4	4	3	20
7	5	3	4	3	4	19
8	3	3	5	5	5	21
9	5	5	5	5	3	23
10	4	4	4	3	5	20
11	4	4	4	5	4	21
12	5	3	5	4	3	20
13	5	5	3	3	5	21
14	5	3	5	3	2	18
15	4	3	5	4	4	20
16	5	3	4	5	4	21
17	5	4	3	4	4	20
18	5	3	5	4	5	22
19	5	3	4	5	4	21
20	5	3	3	4	3	18
21	5	1	5	5	4	20
22	5	4	4	4	5	22
23	5	5	4	4	4	22
24	5	4	5	3	5	22
25	5	5	1	5	3	19
26	4	4	4	3	4	19
27	5	4	4	4	4	21
28	3	1	3	3	2	12
29	5	5	5	5	5	25
30	5	5	4	3	3	20
31	4	4	4	4	3	19
32	5	5	4	3	5	22
33	4	4	2	4	3	17
34	3	4	5	5	3	20

35	4	4	5	4	4	21
36	4	5	4	4	3	20
37	4	5	4	5	4	22
38	5	4	4	4	5	22
39	3	4	4	4	5	20
40	5	4	4	4	3	20
41	4	4	4	4	4	20
42	5	4	4	4	4	21
43	2	5	5	4	4	20
44	2	5	3	4	5	19
45	5	5	5	5	5	25
46	5	5	5	4	4	23
47	1	4	4	5	5	19
48	3	5	4	4	5	21
49	3	5	4	4	4	20
50	1	5	5	5	5	21

No responden	Minat					TOTAL
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	4	5	2	5	5	22
2	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	5	21
4	5	3	4	4	4	20
5	4	5	5	5	3	22
6	4	4	5	3	5	21
7	4	5	4	5	5	23
8	5	4	3	4	5	21
9	4	5	5	5	4	23
10	4	5	3	3	5	20
11	4	4	5	3	5	21
12	4	4	4	4	4	20
13	5	5	5	2	5	22
14	4	3	5	3	3	18
15	5	3	3	4	5	20

16	4	5	4	5	4	22
17	5	5	5	2	5	22
18	5	4	4	3	5	21
19	5	4	4	5	5	23
20	5	5	3	3	3	19
21	5	5	3	3	5	21
22	5	3	5	5	5	23
23	5	5	5	4	5	24
24	4	5	5	5	5	24
25	4	5	5	4	3	21
26	3	5	5	4	3	20
27	5	5	3	4	5	22
28	3	3	1	3	4	14
29	5	5	5	4	5	24
30	3	4	4	4	5	20
31	4	4	4	3	4	19
32	5	5	5	5	5	25
33	5	4	5	2	3	19
34	4	5	5	3	5	22
35	5	5	5	5	3	23
36	5	5	5	2	5	22
37	5	5	3	3	5	21
38	5	4	4	4	5	22
39	5	5	3	4	5	22
40	5	4	4	4	4	21
41	4	4	4	4	4	20
42	3	5	4	4	5	21
43	3	5	5	3	5	21
44	4	5	5	5	5	24
45	5	5	5	5	5	25
46	3	5	5	4	5	22
47	3	5	5	2	5	20
48	1	5	5	5	5	21
49	3	4	1	5	5	18
50	5	5	5	2	5	22

Dokumentasi



(Wawancara dengan Ibu Susi)



(Wawancara dengan Ibu Sofiah)



(Wawancara dengan Pak Suwarno Kepala Pasar)



(Keadaan di Pasar Wijahan)



(Suasana Pasar Wijahan)



(Kantor Pasar Wijahan)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Lina Sugiarti
NIM :1705036021
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Bank Syariah
TTL : Banyumas 22 Februari 1999
Alamat : Desa Kecila RT 1 RW 2, Kec. Kemranjen Kab. Banyumas, Jateng
No Hp : 082242946596
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Email : linaSugiarti33@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

1. TK Pertiwi Kecila
2. SD Negeri 1 Kecila
3. SMP Negeri 1 Kemranjen
4. SMA Negeri 1 Banyumas
5. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

Banyumas, 25 Januari 2021

Lina Sugiarti