

**PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI, PERILAKU
PELAKU BISNIS DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT
BERTRANSAKSI DI PERBANKAN SYARIAH**
(Studi Kasus Pada Pelaku Bisnis Pasar Tradisional Kota Kualasimpang)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

CUT KHAIRANI
NIM. 4012017139

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
2021M / 1443 H**

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI, PERILAKU
PELAKU BISNIS DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT
BERTRANSAKSI DI PERBANKAN SYARIAH
(Studi Kasus Pada Pelaku Bisnis Pasar Tradisional Kota
Kualasimpang)**

Oleh:

Cut Khairani

NIM. 4012017139

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Perbankan Syariah

Langsa, 01 Juni 2021

Pembimbing I


Dr. Abdul Hamid, MA
NIP. 19730731 200801 1 007

Pembimbing II


Ade Fadillah FW Pospos, MA
NIP. 19880407 201903 2 010

Mengetahui
An. Ketua Prodi Sekretaris Perbankan Syariah


FAKHRIZAL, Lc, MA
NIP. 19850218 201801 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “**Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, Perilaku Pelaku Bisnis Dan Motivasi Terhadap Minat Bertransaksi Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Pelaku Bisnis Pasar Tradisional Kota Kualasimpang)**” Atas Nama CUT KHARANI NIM 4012017139 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 31 Agustus 2021. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, 31 Agustus 2021
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Langsa

Penguji I



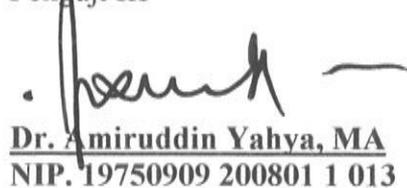
Dr. Abdul Hamid, MA
NIP. 19730731 200801 1 007

Penguji II



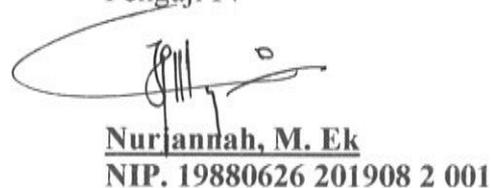
Ade Fadillah FW Fospos, MA
NIP. 19880407 201903 2 010

Penguji III



Dr. Amiruddin Yahya, MA
NIP. 19750909 200801 1 013

Penguji IV



Nurjannah, M. Ek
NIP. 19880626 201908 2 001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa



Dr. Iskandar Budiman, M.CL
NIP: 19650616 199503 1 002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cut Khairani
NIM : 4012017139
Tempat, Tanggal Lahir : Kuala Simpang, 26-10-1999
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Dusun Hasanah, Desa Kota Lintang, Kecamatan
Kota Kuala Simpang

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, Perilaku Pelaku Bisnis Dan Motivasi Terhadap Minat Bertransaksi Di Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Pelaku Bisnis Pasar Tradisional Kota Kuala Simpang)”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 26 Juli 2021

Yang membuat pernyataan



Cut Khairani

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ PENDIDIKAN MEMILIKI AKAR YANG PAHIT, TAPI BUAH NYA MANIS”.

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, karya sederhana ini kupersembahkan untuk Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, dan segala karunia yang tiada tara untukku dan seluruh umat-Nya’.

- ❖ Kedua orang tuaku kepada Ayah dan Ibuku, yang telah tulus dan ikhlas membesarkan, membiayai serta mendoakanku selalu. Semoga Allah SWT memuliakan kalian berdua baik di dunia maupun di akhirat.
- ❖ Untuk keluargaku yang senantiasa membantu dan memberi semangat.
- ❖ Teman-temanku yang selalu mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini
- ❖ Almamaterku tercinta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa yang telah banyak memberikan pelajaran dan pengalaman yang luar biasa.
- ❖ Serta seluruh pihak yang membantuku terutama dalam usaha penyelesaian skripsi ini .

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel pengetahuan, persepsi, prilaku, dan motivasi terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah. Populasi dalam penelitian ini adalah 295 orang dan Sampel penelitian ini adalah 75 orang pedagang (pelaku bisnis) di pasar tradisional kota kwalasimpang, pengambilan sampel menggunakan rumus *Slovin*. Analisis data menggunakan uji Regresi Berganda, pengujian hipotesis menggunakan uji koefisien determinasi (R^2), uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji f), Sedangkan pengolahan data menggunakan SPSS 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan, persepsi, prilaku, dan motivasi mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah, Selain itu secara parsial pengetahuan, persepsi, prilaku, dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah, secara simultan pengetahuan, persepsi, prilaku, dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk Pengetahuan sebesar $2.028 > 1.994 t_{tabel}$ dan nilai signifikan $0.046 <$ dari 0.05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, bahwa secara parsial pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai t_{hitung} untuk persepsi sebesar $0.449 < t_{tabel} 1.994$ dan nilai signifikan $0,655 >$ dari 0.05, maka H_1 ditolak dan H_0 diterima, bahwa secara parsial persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai t_{hitung} untuk prilaku sebesar $2.056 > t_{tabel} 1.994$ dan nilai signifikan $0,044 <$ dari alpha 0.05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, bahwa secara parsial prilaku berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai t_{hitung} untuk motivasi sebesar $2.363 > t_{tabel} 1.994$ dan nilai signifikan $0,021 <$ dari alpha 0.05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, bahwa secara parsial motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, persepsi, prilaku dan motivasi yang terjadi pada secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah, ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} 3,46 > F_{tabel} 2,35$.

Kata Kunci : Pengetahuan, Persepsi, Prilaku, Motivasi, Dan Minat

ABSTARCT

The purpose of this study was to determine whether there is an influence of knowledge, perception, behavior, and motivation variables on interest in transacting in Islamic banking. The population in this study was 295 people and the sample of this study was 75 traders (business people) in the traditional market of Kuala Simpang city, sampling using the Slovin formula. Data analysis used Multiple Regression test, hypothesis testing used coefficient of determination (R²), partial test (t test), and simultaneous test (f test), while data processing used SPSS 21. The results showed that knowledge, perception, behavior, and motivation is able to explain its existence on interest in transacting in Islamic banking. In addition, partially knowledge, perception, behavior, and motivation have a positive and significant effect on interest in transacting in Islamic banking, simultaneously knowledge, perception, behavior, and motivation have a positive and significant effect on interest in transacting in Islamic banking. The results showed that the tcount for Knowledge was $2,028 > 1,994$ ttable and a significant value of $0.046 < 0.05$, then H₀ was rejected and H₁ was accepted, that partially knowledge has a significant effect on interest in transactions in Islamic banking. The results of hypothesis testing show that the tcount for perception is $0.449 < ttable 1.994$ and a significant value of $0.655 > 0.05$, then H₁ is rejected and H₀ is accepted, that partially perception has no significant effect on interest in transactions in Islamic banking. The results of hypothesis testing show that the tcount for behavior is $2,056 > ttable 1,994$ and a significant value of $0.044 < \text{from alpha } 0.05$, then H₀ is rejected and H₁ is accepted, that partially behavior has a significant effect on interest in transactions in Islamic banking. The results of hypothesis testing show that the tcount for motivation is $2,363 > ttable 1,994$ and a significant value of $0.021 < \text{from alpha } 0.05$, then H₀ is rejected and H₁ is accepted, that partially motivation has a significant effect on transactional interest in Islamic banking. The results of hypothesis testing indicate that the variables of knowledge, perception, behavior and motivation that occur simultaneously have a positive and significant effect on interest in transactions in Islamic banking, this is evidenced by the value of Fcount $3.46 > Ftable 2.35$.

Keywords: Knowledge, Perception, Behavior, Motivation, and Interest

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puja puji bagi Ilahi Zat Yang Maha Sempurna muara segala kerinduan dari pencinta yang haus akan kekekalan kasih sayang-Nya, berkat rahmat dan kasih sayang-Nya maka peneliti dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul, **“Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, Perilaku Pelaku Bisnis, Dan Motivasi Terhadap Minat Bertransaksi di Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Pelaku Bisnis Pasar Tradisional Kota Kualasimpang)”** dengan baik. Shalawat beriringan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW. yang telah membawa umat manusia menuju kearah jalan kesempurnaan.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Langsa, serta selesai berkat bantuan dan bimbingan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Pada kesempatan baik ini, perkenankan peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Basri Ibrahim, MA., selaku Rektor IAIN Langsa.
2. Bapak Dr. Iskandar Budiman, M.CL., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
3. Bapak Fakhrizal, Lc. Ma selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
4. Bapak Abdul Hamid, MA selaku pembimbing I yang dengan sabar memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Ibu Ade Fadillah FW Pospos, MA selaku pembimbing II yang dengan sabar memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
6. Ibu Mastura M.Si., selaku Kepala Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

7. Pak Dr. Safwan Kamal, S.E., M.E.I, selaku penasehat akademik peneliti
8. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan bekal berbagai teori, ilmu pengetahuan dan pengalaman yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
9. Segenap Staff TU Prodi Perbankan Syariah dan yang memberi kemudahan administratif bagi peneliti selama masa perkuliahan.
10. Orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan doa, moral dan materil sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini serta semangat dan perjuangannya yang telah menginspirasi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua teman-teman yang sama-sama lagi menyusun skripsi di Prodi Perbankan Syariah. Terima kasih, peneliti ucapkan untuk kalian yang telah setia berjuang bersama-sama mencari ilmu di Fakultas tercinta kita.

Akhir kata, kepada Allah SWT, kita berserah diri. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Wassalam.

Langsa, 26 Juni 2021

Peneliti

Cut Khairani

DAFTAR ISI

Isi	Halaman
PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
ABSTARCT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
TRANSLITERASI	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan dan Manfaat.....	9
1.6 Penjelasan Istilah	11
1.7 Sistematika Pembahasan	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Pengertian Bank Syariah.....	13
2.1.2 Pengetahuan	18
2.1.3 Persepsi	23
2.1.4 Perilaku Pelaku Usaha	28
2.1.5 Motivasi	30
2.1.6 Minat Bertransaksi	32
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Kerangka Pemikiran	43
2.4 Hipotesis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Pendekatan Penelitian	45
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	45
3.3 Jenis dan Sumber Data	45
3.4 Populasi dan Sampel	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6 Definisi Operasional.....	48

3.7	Teknik Analisa Data.....	51
3.7.1	Uji Validitas dan Uji Reabilitas	51
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.7.2	Uji Hipotesis	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1	Deskripsi Pasar Tradisional Kota Kualasimpang.....	57
4.1.1	Struktur Pengurus Pasar Tradisional Kota Kualasimpang	58
4.1.2	Karakteristik Responden.....	58
4.1.3	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	59
4.2	Uji Persyaratan Analisis	63
4.2.1	Uji Validitas dan Uji Reabilitas	63
4.2.1	Uji Asumsi Klasik.....	63
4.3	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	70
4.3.1	Pengujian Hipotesis	71
4.4	Pembahasan.....	74
4.4.1	Pengaruh pengetahuan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.....	74
4.4.2	Pengaruh persepsi terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.....	75
4.4.3	Pengaruh prilaku pelaku usaha terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah	76
4.4.4	Pengaruh motivasi terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.....	77
4.4.5	Pengaruh pengetahuan, persepsi, prilaku, dan motivasi terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.....	77
BAB V PENUTUP.....		79
5.1	Kesimpulan.....	79
5.2	Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN.....		83
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		86

Daftar Tabel

Tabel	Halaman
1.1 Perkembangan Simpanan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah tahun 2017-2020	2
2.1 Penelitian Terdahulu	34
3.1 Tabel Operasional Variabel	49
4.1 Karakteristik Responden	59
4.2 Deskripsi Skor Jawaban Responden Variabel Pengetahuan	60
4.3 Deskripsi Skor Jawaban Responden Variabel Persepsi	61
4.4 Deskripsi Skor Jawaban Responden Variabel Perilaku	61
4.5 Deskripsi Skor Jawaban Responden Mengenai Motivasi	62
4.6 Uji Validitas Variabel Pengetahuan (X1)	63
4.7 Uji Validitas Variabel Persepsi (X2)	64
4.8 Uji Validitas Variabel Prilaku (X3)	64
4.9 Uji Validitas Variabel Motivasi (X4)	64
4.10 Uji Validitas Variabel Minat (Y)	65
4.11 Hasil Uji Reabilitas	65
4.12 <i>Uji One Sample Kolmogorov Smirnov Test</i>	66
4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	67
4.14 Hasil Uji Heteroskedestisitas	68
4.15 Hasil Uji Linearitas	69
4.16 Hasil Uji Autokorelasi	70
4.17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	70
4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71
4.19 Hasil Uji simultan (Uji F)	72
4.20 Hasil Uji Parsial (Uji t)	73

Daftar Gambar

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Pemikiran.....	43
4.1 Struktur Kepengurusan Pasar Tradisional Kota Kualasimpang	58

TRANSLITERASI

1. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ṣ	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Sad	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik dibaah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)

ع	'Ain	'	Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrop
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Gabungan Huruf	Nama
يَ	fathah dan ya	Ai	a dan i
وُ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

Kataba = كَتَبَ

Fa'ala = فَعَلَ

Zakira = ذَكَرَ

Yazhabu = يَذْهَبُ

Suila = سئِلَ

Kaifa = كَيْفَ

Haula = هَوْلَ

3. Maddah

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

Harakat dan Harakat	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ / آ	fathah dan alif	Ā	A dan garis di atas
إِ	kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
أُ	dammah dan wau	Ū	U dan garis di atas

Contoh:

Qāla = قَالَ

Ramā = رَمَى

Qīla = قِيلَ

Yaqūlu = يَقُولُ

4. Ta Marbutah

Transliterasi ta marbutah ada dua:

- a. Ta marbutah hidup
Ta marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta marbutah mati
Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.
- c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang **al** serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan **ha (h)**.

Contoh:

Rauḍah al-Aṭfal = رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

Rauḍhatul aṭfal

al-Madīnah al-Munawwarah = الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

al-Madīnatul-Munawwarah

Ṭalḥah = طَلْحَةَ

5. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:

Rabbana = رَبَّنَا

Nazzala = نَزَّلَ

al-Birr = الْبِرُّ

al-Ḥajj = الْحَجُّ

Nu'imma = نُعِمَّ

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah
Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /ج/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.
Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Contoh:

ar-Rajulu	=	الرَّجُلُ
as-Sayyidatu	=	السَّيِّدَةُ
asy-Syamsu	=	الشَّمْسُ
al-Qalamu	=	القَلَمُ
al-Badī'u	=	البَدِيعُ
al-Jalālu	=	الجَلَالُ

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Ta'khuzūna	=	تَأْخُذُونَ
an-Nau'	=	النَّوْءُ
Syai'un	=	شَيْءٌ
Inna	=	إِنَّ
Umirtu	=	أَمِرْتُ
Akala	=	أَكَلَ

8. Penelitian Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *harf* ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penelitiannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan

sehingga dalam transliterasi, penelitian kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn

Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ

Fa aufu al-kaila wa al-mīzān

Fa auful- kaila wa-mīzān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلُ

Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīmul-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَهَا وَمَرْسَاهَا

Bismillāhi majrehā wa mursāhā

وَاللَّهُ عَلَى النَّاسِ حَجُّ النَّبِيِّ مَنْ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا

Walillāhi ‘alan-nāsi ḥijju al-baiti manistatā‘a ilaihi sabīlā

Walillāhi ‘alan-nāsi ḥijjul-baiti manistatā‘a ilaihi sabīlā

9. Huruf Kapital

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

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ

Wa mā Muhammadun illa rasūl

إِنَّ أَوَّلَ نَبِيٍّ وَضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī biBakkata mubārankan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ

Syahru Ramadān al-lazī unzila fih al-Qur'an

Syahru Ramadanal-lazī unzila fihil-Qur'an

وَلَقَدْ رَأَاهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ

Wa laqad raāhu bi al-ufuq al-mubīn

Wa laqad raāhu bil-ufuqil-mubīn

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

Alhamdu lillāhi rabb al-‘ālamīn

Alhamdu lillāhi rabbil-‘ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arab-nya memang lengkap demikian dan kalau penelitian itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَقَتِحَ قَرِيبٌ

Naşrun minallāhi wa fathun qarīb

بِاللَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا

Lillāhi al-amru jamī'an

Lillāhil-amru jamī'an

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Wallāhu bikulli syaiin ‘ālim

10. Tajwid

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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Lembaga keuangan syariah adalah suatu perusahaan yang usahanya bergerak di bidang jasa keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Lembaga keuangan bank merupakan badan usaha yang melakukan kegiatan di bidang keuangan dengan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan.¹ Bank syariah sudah beroperasi di Indonesia dimulai sejak 1992 melalui pendirian PT. Bank Muallamat Indonesia Tbk. Operasional perbankan syariah di Indonesia didasarkan pada Undang-Undang No. 10 tahun 1998 tentang perbankan syariah dan Undang-undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah memberikan kewenangan kepada MUI yang fungsinya dijalankan oleh organ khususnya yaitu DSN-MUI untuk menerbitkan fatwa kesesuaian syariah suatu produk bank.

Pertimbangan perubahan Undang-Undang tersebut dilakukan untuk mengantisipasi tantangan sistem keuangan yang semakin maju dan kompleks dan mempersiapkan infrastruktur memasuki era globalisasi.²

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia tidak terlepas dari sistem perbankan di Indonesia secara umum. Peran bank syariah dalam memacu pertumbuhan perekonomian daerah semakin strategis dalam rangka mewujudkan struktur perekonomian yang semakin berimbang. terhadap pengembangan

¹ Dody Adi Wijaya, *Analisis Peran Perbankan Syariah Dalam Mengimpletasikan Keuangan Inklusif Di Indonesia*, (Jurnal, UIN Sunan kalijaga, 2017), hlm.2

² Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah* (Bogor : Ghalia Indonesia, 2013), hlm.25

perbankan syariah juga diperlihatkan dengan adanya “*dual banking system*”, dimana bank konvensional diperkenankan untuk membuka unit usaha syariah.

Dengan *dual banking system* ini diharapkan perkembangan perbankan syariah dapat bersaing dengan perbankan konvensional, namun faktanya pengguna perbankan syariah justru masih dikatakan minim hal ini belum cukup membuat bank-bank syariah menjadi bank yang terbesar di Indonesia dikarenakan minat masyarakat Indonesia yang masih kurang.³

Tabel 1.1 Perkembangan Simpanan Dana Pihak Ketiga Bank Syariah tahun 2017-2020 (Dalam Miliar Rupiah)

No	Indikator	2017	2018	2019	2020
1	Simpanan Dana Pihak Ketiga (DPK)	334.888	371.828	416.558	4 58.676

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (OJK) 2017-2020

Berdasarkan data dari Otoritas Jasa Keuangan, menunjukkan bahwa selama empat tahun terakhir, telah terjadi pertumbuhan rata-rata sebesar 36 % pada Dana Pihak Ketiga (DPK) perbankan syariah yaitu pada tahun 2017 sebesar Rp 334.888 miliar hingga pada tahun 2020 bertambah menjadi Rp 458.676 miliar, Dimana Dana Pihak Ketiga (DPK) tersebut meliputi Dana Simpanan wadiah, Dana investasi *Non Profit Sharing*, dan Dana investasi *Profit Sharing*. Dari fenomena tersebut dapat dilihat cukup signifikannya DPK yang berhasil dihimpun oleh lembaga pembiayaan syariah mengindikasikan bahwa kepercayaan masyarakat

³ Dede Aji Mardani, “Peran Perbankan Syariah dalam Mengimplementasikan Keuangan Inklusif di Indonesia”. *Jurnal al-Afkar*, Vol.1,No.1, Januari 2018.

untuk menyimpan dana di lembaga pembiayaan syariah sudah cukup terlembagakan dengan baik. Ini tentunya merupakan modal sosial bagi lembaga pembiayaan syariah di Indonesia guna meningkatkan kinerja dan mutu pelayanannya.

Memerhatikan fungsi pokok lembaga pembiayaan syariah sebagai lembaga intermediasi dana serta menyadari betapa vitalnya keberadaan dana pihak ketiga bagi kelangsungan usaha lembaga pembiayaan syariah maka kegiatan penghimpunan DPK menjadi bagian kegiatan operasional yang selalu mendapat perhatian serius dari setiap manajemen lembaga pembiayaan syariah. Terlebih dengan semakin ketatnya tingkat persaingan dalam memperebutkan dana masyarakat, kegiatan penghimpunan DPK disusun dengan basis perencanaan yang sangat tertata dimana setiap lembaga pembiayaan berlomba-lomba menawarkan produk simpanan yang memberikan tingkat dan berbagai manfaat ekonomi (tingkat bunga/bagi hasil) dan manfaat non ekonomi seperti kemudahan pelayanan. Besar kecilnya dana pihak ketiga yang berhasil dihimpun sangat bergantung pada produk Bank *Funding* itu sendiri. Semakin menarik produk simpanan yang ditawarkan maka akan dapat memengaruhi masyarakat untuk menabung, deposit, atau jadi nasabah giro.⁴

Bank syariah berdiri dan tumbuh dari keinginan masyarakat muslim yang menginginkan adanya suatu lembaga dengan sistem penyimpanan dan penyaluran uang atau dana yang tanpa adanya unsur riba dalam hal ini bunga, maka dari itu

⁴ Maltuf Fitri, *Peran Dana Pihak Ketiga Dalam Kinerja Lembaga Pembiayaan Syariah Dan Faktorfaktor Yang Memengaruhinya*, (Jurnal, UIN Walisongo Semarang, Volume VII/Edisi 1/Mei 2016)

artinya memang bank syariah ini di anjurkan untuk kaum muslim, tetapi pada kenyataannya masih banyak yang tidak tertarik dan memilih jasa perbankan syariah, apalagi setelah keluarnya fatwa MUI tentang bunga pada bank konvensional yang difatwakan sama dengan riba, sehingga memunculkan alternatif untuk menghindari harta haram, maka dibuatlah bank bersistemkan syariah. Bank syariah mulai dikembangkan sejak diberlakukannya Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang perbankan yang mengatur bank syariah secara cukup jelas dan kuat dari segi kelembagaan dan operasionalnya.

Pada zaman sekarang ini sudah mulai banyak bank syariah, tetapi masyarakat Islam dan bahkan kalangan intelektual terdidik, masih menganggap bahwa bank syariah sama saja dengan Bank konvensional. Mereka juga beranggapan bahwa bagi hasil dan margin keuntungan, sama saja dengan bunga. Hal ini didasari karena minimnya pengetahuan dan informasi yang dimiliki oleh masyarakat secara mendalam tentang perbankan syariah termasuk dalam sistem balas jasa (pengelolaan keuangan) oleh bank syariah itu sendiri. Secara tidak langsung hal tersebut juga bisa mempengaruhi pola pikir masyarakat yang masih awam untuk tidak menabung dan menjadi nasabah di bank syariah, dan terbiasa melakukan transaksi dengan Bank konvensional.⁵

Sektor perdagangan merupakan salah satu sektor penting dalam kehidupan manusia, dikarenakan kegiatan ini merupakan bagian dari sistem perputaran perekonomian yang berdasarkan permintaan dan penawaran sehingga menjadikan

⁵ M.Khariska Afriadi *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah (Studi Masyarakat Komplek Perumahan Perumdam Kel. Kandang Mas Kec. Kampung Melayu Kota Bengkulu)*, (Jurnal IAIN Bengkulu, 2016)

sektor perdagangan adalah sektor unggul dibandingkan sektor lainnya. Salah satu bentuk aktivitas perdagangan yang seringkali dijumpai yakni perdagangan pada pasar. Pasar memfasilitasi perdagangan dan memungkinkan distribusi dan alokasi sumber daya dalam masyarakat, pasar juga sangat berperan penting bagi manusia karena didalam pasar terdapat berbagai macam kebutuhan manusia sehari-hari.⁶

Pasar merupakan salah satu lembaga yang paling penting dalam institusi ekonomi. Pasar merupakan salah satu yang menggerakkan dinamika kehidupan ekonomi. Berfungsinya lembaga pasar sebagai institusi ekonomi yang menggerakkan kehidupan ekonomi tak terlepas dari aktifitas yang dilakukan oleh pembeli dan pedagang (pelaku usaha). Selain itu perkembangan perbankan syariah ini tentunya harus didukung oleh sumber daya manusia yang memadai, baik dari segi kualitasnya maupun kuantitas nya. Namun kenyataannya memungkinkan distribusi dan alokasi sumber daya dalam masyarakat, pasar juga sangat berperan penting masih banyak sumber daya manusia yang selama ini terlibat di institusi syariah tidak memiliki pengalaman akademis maupun praktis dalam *Islamic banking*.

Salah satunya adalah pasar Kualasimpang terletak di jalan lintas Banda Aceh - Medan. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Syaiful didapatkan informasi sebagai berikut. Pasar ini memiliki luas bangunan 5.458 persegi, dengan total jumlah pedagang di Pasar tersebut mencapai 832 orang yang notabene

⁶Aji Sugiarto, *Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, Sikap, Dan Perilaku Pelaku Bisnis Terhadap Minat Bertransaksi Di Perbankan Syariah, (Studi Pada Pelaku Bisnis Pasar Demangan Yogyakarta*. (Jurnal, UIN Sunan Kalijaga, 2018), hlm.1

berasal dari berbagai macam daerah di Kabupaten Aceh Tamiang. Dalam memfasilitasi kebutuhan pelaku bisnis yang transaksinya beragam, dibutuhkan suatu lembaga keuangan yang memberikan solusi membangun sebuah bisnis yang mengembangkan usahanya maupun sekedar menyimpan uang, hal ini menjadi peluang bagi perbankan syariah untuk menawarkan produk dan menarik minat para pelaku bisnis di Pasar tersebut agar untuk bertransaksi di perbankan syariah. Peran bank syariah dalam memacu pertumbuhan perekonomian daerah semakin strategis dalam rangka mewujudkan struktur perekonomian yang semakin berimbang. Namun nyatanya pertumbuhan perekonomian daerah tidak sesuai dengan apa yang dikatakan oleh bank syariah.

Tujuan ekonomi islam bagi bank syariah tidak hanya terfokus pada tujuan komersial yang tergambar pada pencapaian keuangan maksimal, tetapi juga perannya dalam memberikan kesejahteraan secara luas bagi masyarakat. Perbankan konvensional yang menerapkan bunga berjalan berdampingan dengan perbankan syariah yang menerapkan sistem bagi hasil. Namun nyatanya masih banyak tantangan dan permasalahan yang di hadapi dalam perbankan syariah seperti rendahnya pengetahuan tentang bank syariah yang disebabkan dominasi perbankan konvensional sehingga perbankan syariah dianggap sebelah mata.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan ditemukan alasan kenapa kurangnya minat masyarakat dalam menabung di perbankan syariah yaitu pengetahuan tentang bank syariah yang diketahui masih sangat sedikit, karena kurangnya promosi yang diberikan oleh perbankan kepada masyarakat tentang perbankan syariah itu sendiri. Dan setiap nasabah akan memperhatikan dan

mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menabung. Semakin tinggi persepsi nasabah tentang produk bank syariah maka semakin besar kemungkinan seseorang untuk mengambil keputusan menabung di bank syariah. Hal ini mendukung penelitian yang sudah dilakukan oleh Hutabarat yang menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan produk bank syariah terhadap keputusan nasabah.

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, Perilaku Pelaku Bisnis dan Motivasi Terhadap Minat Bertransaksi Di Perbankan Syariah** (Studi Kasus Pada Pelaku Bisnis Pasar Tradisional Kota Kualasimpang)”

1.2 Identifikasi Masalah

Penelitian ini berkaitan dengan minat nasabah menabung di perbankan syariah yaitu : “

1. Kurangnya pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah
2. Persepsi masyarakat tentang bertransaksi di perbankan syariah lebih rumit dan kurang menarik
3. Motivasi dan Minat masyarakat dalam bertransaksi di perbankan syariah cenderung kecil daripada di perbankan konvensional.

1.3 Batasan Masalah

Persaingan di antara perusahaan saat ini semakin ketat terlebih lagi lembaga keuangan termasuk bank syariah. Setiap perusahaan berlomba-lomba untuk berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya agar nasabah tetap memilih perusahaan tersebut. Karena nasabah yang puas akan pelayanannya, maka nasabah

akan loyal pada perusahaan tersebut. Pembatasan masalah ditunjukkan agar ruang lingkup penelitian dapat lebih jelas dan terarah agar tidak meluas dan mencapai fokus yang diharapkan.

Berdasarkan latar belakang ada beberapa dimensi yang dapat memenuhi keputusan nasabah yaitu pengetahuan, persepsi, perilaku pelaku bisnis dan motivasi terhadap minat bertransaksi. Untuk itu penulis membatasi penelitian tentang pengaruh pengetahuan, persepsi, perilaku pelaku bisnis dan motivasi terhadap minat bertransaksi di bank syariah.

Oleh karena itu, agar penelitian dapat terarah maka perlu adanya pembatasan masalah. Hal-hal yang perlu dibatasi penulis yaitu ;

1. Subjek penelitian dilakukan di Pasar Tradisional Kota Kualasimpang.
2. Mengukur pengaruh pengetahuan, persepsi, perilaku pelaku bisnis dan motivasi terhadap minat bertransaksi di bank syariah.
3. Mengukur tingkat hubungan antara pengetahuan, persepsi, perilaku pelaku bisnis dan motivasi terhadap minat bertransaksi di bank syariah.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang dituangkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan tentang perbankan syariah terhadap minat pelaku bisnis bertransaksi di perbankan syariah secara parsial ?
2. Bagaimana pengaruh persepsi tentang perbankan syariah terhadap minat pelaku bisnis di Pasar bertransaksi di perbankan syariah secara parsial ?

3. Bagaimana pengaruh perilaku pelaku bisnis terhadap minat bertransaksi di perbankan secara parsial ?
4. Bagaimana pengaruh motivasi terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah secara parsial ?
5. Bagaimana pengaruh pengetahuan, persepsi, perilaku pelaku bisnis, motivasi dan minat bertransaksi di perbankan syariah secara simultan ?

1.5 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dilakukan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan pelaku bisnis di pasar Kuala Lumpur terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah secara parsial.
- b. Untuk mengetahui pengaruh persepsi pelaku bisnis di pasar Kuala Lumpur terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah secara parsial.
- c. Untuk mengetahui pengaruh perilaku pelaku bisnis di pasar Kuala Lumpur terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah secara parsial.
- d. Untuk mengetahui pengaruh motivasi di pasar Kuala Lumpur terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah secara parsial.
- e. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, persepsi, perilaku pelaku bisnis dan motivasi di pasar Kuala Lumpur terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah secara simultan.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin diperoleh dalam penelitian ini meliputi:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan memperkaya khazanah ilmiah serta sebagai bahan masukan sekaligus tambahan pustaka terutama tentang pengaruh, persepsi, perilaku pelaku bisnis dan motivasi terhadap minat bertransaksi di bank syariah.

b. Manfaat Praktis

1. Manfaat penelitian ini untuk menambah daftar referensi di perpustakaan kampus serta sebagai bahan perbandingan bagi peneliti lain dikemudian hari. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan akan kesamaan teori yang didapat di kampus dengan penerapan di masyarakat yang sebenarnya.

2. Diharapkan penelitian ini menjadi gambaran dan informasi yang bermanfaat mengenai pengaruh pengetahuan, persepsi, perilaku pelaku bisnis dan motivasi terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah. Selain itu penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya.

3. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi agar masyarakat lebih mengenal bank syariah.

1.6 Penjelasan Istilah

Untuk tidak menimbulkan adanya perbedaan pengertian, maka perlu ada penjelasan istilah yang digunakan dalam penelitian ini. Penjelasan istilah yang diambil dari beberapa pendapat pakar dalam bidangnya. Beberapa penjelasan istilah yang perlu dijelaskan adalah sebagai berikut :

1. Pengetahuan adalah informasi atau maklumat yang diketahui atau disadari oleh seseorang, tidak dibatasi pada deskripsi, hipotesis, konsep, teori, prinsip dan prosedur yang secara probabilitas adalah benar atau berguna.⁷
2. Persepsi adalah tindakan menyusun, mengenali, dan menafsirkan informasi sensoris guna memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan.⁸
3. Prilaku adalah serangkaian tindakan yang dibuat oleh individu, organisme, sistem, atau entitas buatan dalam hubungannya dengan dirinya sendiri atau lingkungannya, yang mencakup sistem atau organisme lain di sekitarnya serta lingkungan fisik (materi).⁹
4. Motivasi adalah proses yang menjelaskan intensitas, arah, dan ketekunan seorang individu untuk mencapai tujuannya¹⁰
5. Minat adalah suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat ciri-ciri atau arti sementara situasi yang dihubungkan dengan keinginan-keinginan atau kebutuhan-kebutuhannya sendiri.¹¹

1.7 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini bertujuan untuk menggambarkan alur pemikiran penulis dari awal hingga kesimpulan akhir, adapun rencana sistematika pembahasan tersebut adalah sebagai berikut :

⁷ A. sonny Keraf and Michael Dua, *Ilmu pengetahuan (Tinjauan filosofis)*, Kasinisius Yogyakarta, 2001

⁸ Sugihartono, dkk., *Teori tentang pengertian persepsi*. Yayasan Kanisius, Jakarta. 2007:8

⁹ Gibson, James “*Organisasi, Perilaku, Struktur dan Proses*”, Jakarta : Penerbit Erlangga.2012:9

¹⁰ Aritonang, Keke T. 2008. “Minat dan Motivasi dalam Meningkatkan Hasil Belajar Siswa”. *Jurnal Pendidikan Penabur*, 7(10): 11-21.

¹¹ *Ibid.*. hlm 11

Bab satu diawali dengan pendahuluan sebagai pengantar dari skripsi ini secara keseluruhan yang menjelaskan argumentasi terhadap pentingnya penelitian ini, mencakup latar belakang yang berisi landasan pembahasan lebih lanjut, rumusan masalah yang berguna untuk memfokuskan pembahasan, tujuan dan manfaat penelitian yang mengarahkan pada pentingnya penelitian ini dilakukan, serta sistematika penulisan yang berguna untuk memudahkan pengecekan bagian-bagian penelitian.

Bab dua berisi tentang landasan berpikir dari penelitian yang akan dilakukan. Bab ini berisi penjabaran teori-teori yang mendukung perumusan hipotesis, penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian peneliti, kerangka pemikiran teoritis, dan hipotesis yang merupakan jawaban sementara dari sesuatu yang diteliti.

Bab tiga adalah metode penelitian berisi jenis penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian terapan, dalam hal ini membahas mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi, meliputi: jenis dan sifat penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian.

Bab empat adalah inti dari penelitian yaitu berisi tentang analisis data dan pembahasan, Bab ini mengulas tentang objek penelitian, analisis data dan interpretasi hasil pengolahan data.

Bab lima yaitu penutup, bab ini berisi kesimpulan-kesimpulan yang di peroleh dari hasil penelitian dan saran-saran sebagai masukan bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Bank Syariah

Menurut bahasa, kata bank berasal dari bahasa Italia yaitu *banca* yang memiliki arti meja atau tempat menukarkan uang.¹² Dengan demikian, fungsi dasar bank adalah menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman dan menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa. Sedangkan menurut arti istilah, bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa dilalu lintas pembayaran dan peredaran uang.¹³ Menurut Kasmir, secara sederhana bank dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya.¹⁴ Bank Syariah terdiri dari dua kata, yaitu Bank dan Syariah. Kata bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, yaitu pihak yang kelebihan dana dan pihak yang kekurangan dana. Kata Syariah dalam versi bank syariah Indonesia adalah aturan perjanjian berdasarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan sesuai dengan hukum Islam.¹⁵

¹² Eka Oktavia, “Analisis Persepsi Pengetahuan dan Sikap Nasabah Terhadap Keberadaan Bank Syariah”, (Jurnal, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung, 2018),

¹³ *Ibid*, hlm. 49.

¹⁴ Kasmir, *Manajemen perbankan* (jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 11

¹⁵ Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009, ... hlm. 30

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang berasaskan pada asas kemitraan, keadilan, transparansi dan *universal* serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.¹⁶

Bank islam atau selanjutnya disebut dengan bank syariah ini adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau disebut dengan bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan yang beroperasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-qur'an dan Hadis Nabi SAW.¹⁷ Dalam pasal 1 Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008, disebutkan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹⁸ Bank terdiri atas dua jenis, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional yang terdiri atas Bank Umum Konvensional dan Bank Syariah. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Sudarsono berpendapat bahwa yang dimaksud dengan bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu-lintas

¹⁶ Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009, ... hlm. 32

¹⁷ *Ibid*, hlm. 33

¹⁸ *Ibid*, hlm. 28

pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi pada prinsip-prinsip syariah. Menurut Boesono, bank syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip keadilan, prinsip kesetaraan dan prinsip ketentraman.¹⁹ Ada catatan yang harus diingat bahwa dalam penyaluran dana kepada masyarakat dalam bentuk pemberian pinjaman, perbankan syariah menerapkan ketentuan-ketentuan yang harus dipahami atau disepakati, seperti dalam pembiayaan sebuah proyek atau berbagai jenis kegiatan bisnis lainnya, atau dengan kata lain sebuah ketentuan dibuat untuk menjadi dasar dalam mengawasi suatu kegiatan. Dampak lebih jauh diharapkan adalah agar proyek yang dibiayai tersebut jangan hanya menguntungkan satu golongan orang saja namun juga menguntungkan bagi banyak orang atau membawa kemakmuran pada berbagai pihak, serta bersifat berkelanjutan. Ada banyak pendapat yang mendefinisikan tentang perbankan syariah dan semua definisi tersebut mengacu pada konsep dari isi Al-qur'an, Hadist, *Qiyas* dan *Ijma'* para ulama. Dapat kita pahami bahwa yang dimaksud dengan bank syariah adalah lembaga keuangan yang bertugas menghimpun dana dalam bentuk simpanan dari *surplus* unit dan menyalurkan kembali kepada *defisit* unit dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya yang berasaskan pada asas kemitraan, keadilan, transparansi dan *universal* serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.²⁰

Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank konvensional dan bank syariah dalam beberapa hal memiliki persamaan, terutama dalam sisi teknis penerimaan uang, mekanisme transfer,

¹⁹ Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009,... hlm. 50.

²⁰ *Ibid*, hlm. 53

teknologi komputer yang dipergunakan, syarat-syarat umum memperoleh pembiayaan seperti NPWP, Proposal, laporan keuangan dan sebagainya. Akan tetapi, terdapat banyak perbedaan mendasar di antara keduanya. Perbedaan itu menyangkut aspek legal, struktur organisasi, usaha yang dibiayai, dan lingkungan kerja. Masyarakat perlahan-lahan telah mulai mengenal dengan jelas perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional, yaitu terutama pada sistem bunga (*Interest*).²¹ Pembiayaan dalam perbankan syariah tidak bersifat menjual uang yang mengandalkan pendapatan bunga atas pokok pinjaman yang diinvestasikan, tetapi dari pembagian laba yang diperoleh pengusaha. Pendekatan bank syariah mirip dengan *investment banking*, dimana secara garis besar produk adalah *mudharabah (trustfinancing)*, dan musyarakah *musyarakah (partnership financing)*, sedangkan yang bersifat investasi diimplementasikan dalam bentuk *murabah (jual-beli)*. Karena bank syariah menerapkan prinsip bagi hasil maka kondisi besar kecilnya bagi hasil tergantung pada besar kecilnya jual-beli yang dilakukan. Artinya semakin tinggi transaksi secara khusus secara nyata dapat terwujud dalam aspek-aspek berikut:²²

1. Menjadi perekat nasionalisme baru, artinya bank syariah dapat menjadi fasilitator aktif bagi terbentuknya jaringan usaha ekonomi kerakyatan. Disamping itu, bank syariah perlu mencontoh keberhasilan Sarekat Dagang Islam, kemudian ditarik keberhasilannya untuk masa kini (nasionalis, demokratis, religius, ekonomis).

²¹ Anggita Novita, "Analisis Motivasi, Persepsi, dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank". Jurnal EMBA, Vol. 3 No.3 (September 2015), hlm.30-34.

²² Adrian Sutedi, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2009, hlm67

2. Memberdayakan ekonomi umat dan beroperasi secara transparan. Artinya, pengelolaan bank syariah harus didasarkan pada visi ekonomi kerakyatan, dan upaya ini terwujud jika ada mekanisme operasi yang transparan.
3. Memberikan *return* yang lebih baik, artinya investasi di bank syariah tidak memberikan janji yang pasti mengenai *return* (keuntungan) yang diberikan kepada investor. Oleh karena itu, bank syariah harus mampu memberikan *return* yang lebih baik dibandingkan dengan bank konvensional.

Sebagaimana yang tercantum dalam Al-Qur'an Q.S Ar-Rum ayat 39:

وَمَا آتَيْتُمْ مِّن رَّبًّا لِّيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا
 آتَيْتُمْ مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ ٣٩

Artinya : “Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya). (Q.S Ar-Rum: 39)

Dengan tafsiran ialah (Dan sesuatu riba atau tambahan yang kalian berikan) umpamanya sesuatu yang diberikan atau dihadiahkan kepada orang lain supaya orang lain memberi kepadanya balasan yang lebih banyak dari apa yang telah ia berikan; pengertian sesuatu dalam ayat ini dinamakan tambahan yang dimaksud dalam masalah muamalah (agar dia menambah pada harta manusia) yakni orang-orang yang memberi itu, lafal *yarbuu* artinya bertambah banyak (maka riba itu tidak menambah) tidak menambah banyak (di sisi Allah) yakni tidak ada pahalanya bagi orang-orang yang memberikannya. (Dan apa yang kalian berikan berupa zakat) yakni sedekah (untuk mencapai) melalui sedekah itu (keridaan Allah, maka itulah orang-orang yang melipatgandakan) pahalanya

sesuai dengan apa yang mereka kehendaki. Di dalam ungkapan ini terkandung makna sindiran bagi orang-orang yang diajak bicara atau mukhathabin.²³

2.12 Pengetahuan

Pengetahuan merupakan suatu pembelajaran yang diperoleh seseorang dari sebuah pengalaman. Pengetahuan nasabah merupakan informasi yang disimpan oleh nasabah dalam benak ingatan. Pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia yang diperoleh dari pengalaman hidupnya, yang menjadi acuan dalam pembentukan sikap seseorang. Pengetahuan dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti pengalaman, pendidikan, keyakinan, sosial, lingkungan dan sebagainya.

Pengetahuan (*Knowledge*) adalah informasi yang diberikan kepada seseorang subjek mengenai kebenaran atau ketepatan reaksinya. Prinsip penting dari jenis belajar ini menyatakan bahwa mempelajari asosiasi bisa dipermudah dengan jalan memberikan kepada orang yang tengah belajar itu informasi mengenai kemajuannya, baik segera setelah ia membuat pilihan atau pada akhir satu seri pilihannya.²⁴ Gaffar mendefinisikan pengetahuan adalah sejumlah pengalaman dengan berbagai macam informasi yang tersimpan dalam ingatan. Menurut Wawan pengetahuan yang mencakup dalam dominan kognitif ada enam tingkatan yaitu:

1. Tahu (*Know*) dapat diartikan mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya setelah mengamati sesuatu sehingga merupakan tingkat pengetahuan yang paling rendah

²³ Prof. T.M Hasbi ash Shiddieqy, Dr. Tafsir al-Bayan, PT Almaarif, Bandung, J 2, hal. 1020

²⁴ Andrian Sutedi, *Pasar Modal Syariah*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2011), hlm. 121.

2. Memahami maksudnya sebagai suatu kemampuan untuk menjelaskan secara benar tentang obyek yang diketahui dan dapat menginterpretasikannya sehingga orang paham.
3. Aplikasi, Analisis, Sintesis dan Evaluasi.

Ilmu pengetahuan merupakan pengetahuan yang bertujuan mencapai kebenaran ilmiah tentang objek tertentu yang diperoleh melalui pendekatan atau cara pandang (*Approch*), metode (*Method*), dan sistem tertentu. Jadi pengetahuan tentang yang benar tidak dapat dicapai secara langsung dan bersifat khusus. Objek ilmu pengetahuan itu ada yang bersifat materi (objek materi) dan ada yang berupa bentuk (objek formal). Objek materi adalah sasaran materiil suatu penyelidikan, pemikiran, atau penelitian keilmuan, bisa berupa benda-benda materiil maupun nonmateriil, bisa pula berupa masalah-masalah, ide-ide, dan konsep-konsep. Objek materi maupun non materiil, sebenarnya merupakan suatu substansi yang tidak begitu saja dengan mudah diketahui. Kenyataan tersebut mempersulit memahami maknanya. Dalam upaya mengetahui maknanya, orang selalu melakukan pendekatan-pendekatan secara cermat dan bertahap berdasarkan kemampuan seseorang. Cara pendekatan inilah yang selanjutnya dikenal sebagai objek forma atau cara pandang. Cara pandang ini berkonsentrasi pada satu segi saja, sehingga menurut aspek yang satu ini kemudian tergambarlah lingkup suatu pengetahuan mengenai sesuatu hal menurut segi tertentu. Dengan kata lain, tujuan pengetahuan sudah ditentukan. Manusia sebagai objek materi, dan segi kejiwaan, keragaan, keindividuan, kesosialan, dan dari segi dirinya sebagai makhluk Tuhan, masing-masing menentukan lingkup dan wawasannya sendiri yang berbeda. Karenanya,

suatu hal yang wajar bila pengetahuan yang diperoleh manusia juga berbeda-beda. Bagi ilmu pengetahuan, perbedaan pengetahuan yang dihasilkan masing-masing segi itu justru harus seperti itu, karena dengan demikian pengetahuan tentang manusia tadi semakin lengkap dan jelas. Jika ditinjauannya berbeda, tetapi hasilnya sama, ini menunjukkan bahwa cara menentukan hal itu tidak benar, dan ini akan mempengaruhi tahapan-tahapan selanjutnya. Dalam keadaan demikian, terjadi *overlapping* yang akan membuat kerancuan.²⁵

Beberapa sumber pengetahuan yang dianggap mampu memberikan informasi untuk pembentukan ilmu pengetahuan, yaitu²⁶:

1. Pertama, intuisi merupakan suatu kemampuan atau daya naluriyah atau daya firasat yang dapat menghasilkan imajinasi cemerlang tentang suatu kejadian yang akan terjadi secara cepat. Seseorang memiliki daya intuitif yang kuat secara mengesankan dapat meramalkan atau memprediksikan sesuatu yang terjadi secara tepat. Akan tetapi, daya atau kemampuan memprediksi itu sulit menjadi atau dijadikan sumber pengetahuan/kebenaran karena terhadap hasil putusan intuitif tidak dapat dilakukan pada saat dikemukakan.
2. Kedua, kitab suci diperlakukan sebagai sumber pengetahuan dan kebenaran bagi pengikutnya. Dalam kebenaran kitab-kitab suci, tiap manusia mempunyai suatu agama yang diyakini. Kitab suci diharapkan dapat membimbing dari jalan kesesatan dan kenistaan. Dadang Kahmad

²⁵ Abdullah Idi, *Sosiologi Pendidikan*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2011), hlm.33

²⁶ Abdullah Idi, *Sosiologi Pendidikan* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2011....,hlm.35

mengatakan bahwa pemahaman manusia, memiliki dua segi membedakan dari perwujudannya yang pertama adalah segi kejiwaan, yaitu suatu kondisi subjektif atau kondisi dalam jiwa manusia, berkenaan dengan apa yang dirasakan oleh penganut agama. Dan yang kedua adalah segi objektif, yaitu keadaannya muncul ketika agama dinyatakan oleh penganutnya dalam berbagai ekspresi, baik ekspresi teologi, ritual maupun persekutuan. Kebeneran pengetahuan tidak terletak pada hasil pengujian dan pemeriksaan ilmiah terhadapnya, melainkan karena diterimanya berdasarkan kepercayaan sebagai wahyu ilahi.

3. Ketiga, tradisi merupakan sumber yang paling menonjol dan berpengaruh. Hal ini disebabkan karena anggapan bahwa tradisi mengandung pengetahuan yang arief dan bijaksana. Karena itu biasanya anggota masyarakat terus diminta memelihara dan meneruskan tradisi.
4. Keempat, *commonsense* merupakan pengetahuan yang dimiliki secara umum oleh masyarakat, namun dasar dan sumbernya tidak diketahui. Pengetahuan tidak dapat dibuktikan kebenarannya, namun perlu dibuktikan. *Commonsense* sangat memengaruhi perilaku individual dan sosial seseorang.
5. Kelima, ilmu pengetahuan ilmiah. Metode ilmiah dijadikan cara umum yang digunakan dalam mencapai jawaban tentang fenomena yang ada di alam ini. Ternyata dengan cara ini, ilmu dengan metodenya mampu menguraikan dan menjelaskan lebih banyak rahasia fenomena alam yang terpendam. M.Cholil Mansyur mengatakan bahwa masyarakat merupakan

kebulatan daripada perhubungan dalam hidup bermasyarakat. Ilmu pengetahuan dalam hal ini merupakan suatu sistem dari berbagai pengetahuan yang masing-masing, mengenai suatu lapangan pengalaman tertentu yang disusun sedemikian rupa berdasarkan asas-asas tertentu, sehingga menjadi kesatuan suatu sistem dari berbagai pemeriksaan yang dilakukan secara teliti memakai metode tertentu (*induksi, deduksi*).

a. Indikator Pengetahuan

Sumarwan menyatakan pengetahuan bank syariah diasumsikan sebagai pengetahuan konsumen yang dapat diukur melalui tiga indikator sebagai berikut:²⁷

1. Pengetahuan produk (*Product Knowledge*)

Pengetahuan produk adalah pengetahuan konsumen akan sesuatu produk yang akan ia beli, sehingga informasi yang didapat mengenai suatu produk akan bermacam-macam. Ada tiga jenis pengetahuan produk, yaitu pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen.

2. Pengetahuan Pembelian (*Purchase Knowledge*)

Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang toko, lokasi produk di dalam toko tersebut dan penempatan produk yang sebenarnya di dalam toko tersebut.

3. Pengetahuan Pemakaian (*Usage Knowledge*)

²⁷ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen (terori dan penerapannya)*, (Bogor : GHALIA INDONESIA Cetakan Pertama Edisi II, 2011) hlm.148

Pengetahuan pemakaian dimana suatu produk akan memberikan manfaat jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen.

Pendapat berbeda dikemukakan oleh Saraswati yang menggunakan tiga indikator sebagai pengukur variabel pengetahuan tentang bank syariah yaitu:²⁸

1. Pengetahuan tentang perbankan syariah.
2. Pengetahuan tentang karakteristik produk pada bank syariah.
3. Kemudahan dalam akses.

Berdasarkan uraian di atas maka indikator pengetahuan yang digunakan pada penelitian ini adalah indikator yang dikemukakan oleh Saraswati yaitu: pengetahuan tentang perbankan syariah, pengetahuan tentang karakteristik produk pada bank syariah dan kemudahan dalam akses.

2.1.3 Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan salah satu aspek psikologis yang penting bagi manusia dalam merespon kehadiran berbagai aspek dan gejala disekitarnya. Persepsi merupakan suatu proses pemahaman ataupun pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Stimulus didapat dari proses penginderaan terhadap objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan antar gejala yang selanjutnya diproses oleh otak. Namun proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya disebut proses persepsi. Proses tersebut mencakup proses psikologis dan hasil dari penginderaan serta proses terakhir dari kesadaran, sehingga membentuk proses berpikir yang membentuk informasi,

²⁸ Nurul Saraswati, *Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Muamalat Kcp Magelang (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Magelang)*, (Jurnal UIN Walisongo Semarang, 2016)

informasi tersebut diolah dan diinterpretasikan menjadi sebuah persepsi. Pengertian persepsi adalah proses dimana stimuli-stimuli diseleksi, diorganisasikan, dan diinterpretasikan. Persepsi tidak hanya bergantung pada hal fisik, tetapi juga berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu tersebut.²⁹

b. Faktor yang mempengaruhi persepsi

Persepsi individu mengorganisasikan dan menginterpretasikan *stimulus* yang diterimanya, sehingga *stimulus* tersebut mempunyai arti bagi individu yang bersangkutan. Dengan demikian dapat dikemukakan bahwa *stimulus* merupakan salah satu faktor yang berperan dalam persepsi. Berkaitan dengan faktor-faktor yang berperan dalam persepsi sebagai berikut³⁰ :

1. Objek yang dipersepsi

Objek menimbulkan *stimulus* yang mengenai alat indera atau *reseptor*. *Stimulus* dapat datang dari luar individu yang mempersepsi, tetapi juga dapat datang dari dalam diri individu yang bersangkutan yang langsung mengenai saraf penerima yang bekerja sebagai *reseptor*.

2. Alat indera, syaraf, dan pusat susunan saraf

Alat indera atau *reseptor* merupakan alat untuk menerima stimulus. Disamping itu juga harus ada syaraf *sensoris* sebagai alat untuk meneruskan *stimulus* yang diterima *reseptor* ke pusat susunan syaraf, yaitu otak sebagai pusat kesadaran. Sebagai alat untuk mengadakan respon diperlukan syaraf *sensoris*.

²⁹ Panca Setiasih, "Analisis Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku Dosen Terhadap Perbankan Syariah", (Jurnal, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Wali Songo, 2010), hlm 23

³⁰ *ibid*, ... hlm 24

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pada dasarnya dibagi menjadi 2 yaitu faktor internal dan faktor eksternal³¹ :

1. Faktor Internal

Faktor internal yang mempengaruhi persepsi, yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri individu, antara lain³²:

a. Fisiologi

Informasi masuk melalui alat indera, selanjutnya informasi yang diperoleh akan mempengaruhi dan melengkapi usaha untuk memberikan arti terhadap lingkungan sekitar.

b. Perhatian

Individu memerlukan sejumlah energi yang dikeluarkan untuk memperhatikan atau memfokuskan pada bentuk fisik dan fasilitas yang ada pada suatu obyek.

c. Minat

Persepsi terhadap suatu obyek bervariasi tergantung pada seberapa banyak energi atau perceptual vigilance merupakan kecenderungan seseorang untuk memperhatikan tipe tertentu dari stimulus atau dikatakan minat.

d. Kebutuhan yang searah

Dapat dilihat dari bagaimana kuatnya seorang individu mencari obyek-obyek atau pesan yang dapat memberikan jawaban sesuai dengan dirinya.

e. Pengetahuan dan ingatan

³¹ *Ibid.*, hlm 29

³² *Ibid.*, hlm 30

Pengalaman dapat dikatakan tergantung pada ingatan dalam arti sejauh mana seseorang dapat mengingat kejadian-kejadian lampau untuk mengetahui mengetahui suatu rangsang dalam arti luas.

f. Suasana hati

Keadaan emosi mempengaruhi perilaku seseorang, mood ini menunjukkan bagaimana perasaan seseorang pada waktu yang dapat mempengaruhi bagaimana seseorang dalam menerima, bereaksi, dan mengingat.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal mempengaruhi persepsi merupakan karakteristik dari lingkungan dan obyek-obyek yang terlibat didalamnya. Dapat mengubah sudut pandang seseorang terhadap dunia sekitarnya dan mempengaruhi bagaimana seseorang merasakannya atau menerimanya. Sementara itu faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah: penempatan dari obyek atau *stimulus*, warna dari obyek-obyek, keunikan dan kontras *stimulus, intensitas* dan kekuatan dari *stimulus*, serta *motion* atau gerakan.³³

c. Proses terjadinya persepsi

Dalam proses persepsi perlu adanya perhatian sebagai langkah persiapan dalam persepsi itu. Hal tersebut karena keadaan menunjukkan bahwa individu tidak hanya dikenai oleh suatu stimulus saja tetapi individu dikenai berbagai macam *stimulus* yang ditimbulkan oleh keadaan sekitarnya. Proses *stimulus* mengenai alat indera merupakan proses kealaman atau proses fisik. *Stimulus* yang diterima oleh alat indera diteruskan oleh saraf *sensoris* ke otak. Proses yang

³³ Panca Setiasih, "Analisis Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku Dosen Terhadap Perbankan Syariah", (Jurnal, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Wali Songo, 2010)...hlm.31

terjadi dalam otak atau dalam pusat kesadaran inilah yang disebut sebagai proses *psikologis*. Individu mengadakan seleksi terhadap stimulus yang mengenainya, dan disini berperannya perhatian. Sebagai akibat dari *stimulus* yang dipilihnya dan diterima oleh individu, individu menyadari dan memberikan respon sebagai reaksi terhadap *stimulus* tersebut. Proses persepsi dimulai dari proses menerima rangsangan, menyeleksi, mengorganisasi, menafsirkan, mengecek, dan reaksi terhadap rangsangan. Rancangan dari proses persepsi dimulai dari penangkapan indera terhadap objek persepsi. Ada dua jenis proses persepsi, yaitu³⁴:

a. Proses fisik

Proses fisik dimulai dari pengindraan yang menimbulkan *stimulus* dari *reseptor* yang dilanjutkan dengan pengolahan data pada syaraf *sensorik* otak atau dalam pusat kesadaran. Proses ini disebut juga dengan proses *fisiologis*.

b. Proses *psikologis*

Proses pengolahan data pada syaraf *sensorik* otak akan menyebabkan *reseptor* menyadari apa yang dilihat, didengar, atau apa yang diraba.

d. Aspek-aspek persepsi

Pada hakikatnya sikap adalah mencerminkan suatu interaksi dari proses untuk mencapai tujuan sistem. Komponen-komponen sikap tersebut Rahmat Hidayat menyatakan bahwa persepsi itu mengandung tiga komponen yang membentuk struktur sikap, yaitu³⁵:

³⁴ Panca Setiasih, "Analisis Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku Dosen Terhadap Perbankan Syariah", (Jurnal, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Wali Songo, 2010)... hlm 33

³⁵ Ibid... hlm 34

- a. Komponen *kognitif* (komponen *perceptual*) yaitu komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan yaitu hal-hal yang berhubungan dengan bagaimana orang mempersepsi terhadap objek sikap.
- b. Komponen *afektif* (komponen emosional) yaitu komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap objek sikap. Rasa senang merupakan hal positif sedangkan tidak senang hal yang negatif.
- c. Komponen *konatif* (komponen perilaku) yaitu komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek sikap. Komponen ini menunjukkan *intensitas* sikap, yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap objek sikap.

2.1.4 Perilaku Pelaku Usaha

Menurut Hasan Perusahaan perbankan syariah harus berupaya memahami perilaku setiap nasabahnya. Dimana ketika perusahaan tersebut mengetahui perilaku konsumen secara mendalam maka perusahaan dapat menyusun strategi dan program pemasaran yang tepat untuk memanfaatkan setiap peluang yang ada secara optimal guna untuk menghasilkan laba di atas para pesaingannya.³⁶

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Kotler, Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku, yaitu :³⁷

1. Faktor Kebudayaan

Kebudayaan mempunyai pengaruh paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Terdiri dari budaya, sub budaya, dan kelas sosial. Budaya

³⁶ Nova Firnia Ilmawan, “Pengaruh Persepsi dan Sikap Pelaku Usaha Terhadap Pemilihan Bank Syariah Setelah Fatwa Majelis Ulama Indonesia di Kauman Surakarta”, (Jurnal, IAIN Surakarta, 2017), hlm. 32.

³⁷ Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Bumi Aksara. Jakarta 2002, hlm. 183

yang merupakan karakter paling penting dari suatu sosial yang membedakannya dari kelompok budaya lain yang menjadi penentu dan keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Masing-masing budaya terdiri dari sub budaya yang memberikan lebih banyak ciri-ciri dan sosialisasi. Sub budaya adalah suatu kelompok homogenya atas sejumlah orang yang terbagi menjadi beberapa bagian dari keseluruhan suatu budaya.

2. Faktor Sosial

Pada umumnya konsumen sering meminta pendapat dari orang sekitar dan lingkungannya tentang produk apa yang akan dibeli. Karena itulah lingkungan sosial memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumen. Faktor social terdiri dari 3 bagian yaitu : kelompok acuan, keluarga, dan peran. Kelompok acuan adalah semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap sikap / perilaku seseorang. Dengan pendapat yang diperoleh dari suatu kelompok maka konsumen dapat membuat keputusan konsumsi. Keluarga sebagai organisasi pembelian konsumen yang paling penting juga berpengaruh secara langsung terhadap keputusan seseorang dalam membeli barang sehari-hari. Sedangkan peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan seseorang. Suatu produk atau merk dapat menggambarkan peran dan status pemakaiannya

3. Faktor Pribadi

Mulai dari bayi hingga dewasa dan menjadi tua, manusia selalu membutuhkan barang dan jasa. Pilihan barang yang dibeli secara otomatis dipengaruhi oleh keadaan ekonomi dan gaya hidup yang bersangkutan. Gaya hidup adalah cara hidup seseorang yang terlihat melalui aktivitas sehari-hari, minat dan

pendapat seseorang. Seseorang dengan pendapatan yang tinggi dan gaya hidup mewah tentunya akan menentukan pilihan pada barang dan jasa yang berkualitas. Selain itu kepribadian dan konsep diri juga mempengaruhi pilihan produk. Konsep diri adalah bagaimana konsumen mempresepsikan diri mereka sendiri, yang meliputi sikap, persepsi, keyakinan, dan evaluasi diri.

4. Faktor Psikologis

Sikap pembelian psikologis dipengaruhi oleh empat faktor psikologis utama, yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran dan kepercayaan. Motivasi merupakan kebutuhan yang mendorong seseorang dalam melakukan sesuatu yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Melalui motivasi proses pengamatan dan belajar seseorang memperoleh kepercayaan terhadap suatu produk yang secara otomatis mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Para konsumen mengembangkan beberapa keyakinan mengenai ciri-ciri dari suatu produk dan selanjutnya akan membentuk suatu sikap konsumen terhadap produk tersebut.

2.1.5 Motivasi

Motivasi yaitu suatu kebutuhan yang secara cukup dirangsang untuk membuat seseorang mencari kepuasan atas kebutuhannya.³⁸

Motivasi di definisikan sebagai daya penggerak didalam individu yang mendorong mereka ke tindakan. Daya penggerak ini diperoleh dari suatu kebutuhan tak dipenuhi, Motivasi merupakan keadaan yang diaktivasi atau

³⁸ Kotler Dan Armstrong, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapan Nya Dalam Pemasaran* (Bogor:Ghalia Indonesia,2004),hlm. 34

digerakkan dimana seseorang mengarahkan perilaku berdasarkan tujuan, dalam hal ini termasuk dorongan, keinginan dan hasrat.³⁹

Dari beberapa definisi tersebut bahwa motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen, kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan antara yang seharusnya dirasakan dengan sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan memenuhi kebutuhan tersebut.

Indikator – indikator motivasi antara lain :

1) Motivasi Intrinsik

Motivasi intrinsik muncul karena motif yang timbul dari dalam diri konsumen itu sendiri. Motif ini mampu aktif atau berfungsi tanpa adanya rangsangan dari luar. Faktor yang mendorong konsumen untuk melakukan pembelian/mengonsumsi produk adalah:⁴⁰

a. Minat

Konsumen akan merasa terdorong untuk melakukan suatu kegiatan kalau kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang sesuai dengan minatnya.

b. Sikap Positif

Konsumen yang mempunyai sifat positif terhadap suatu pekerjaan akan rela untuk ikut dan terlibat dalam kegiatan tersebut, serta akan berupaya seoptimal mungkin untuk menyelesaikan pekerjaan dengan sebaik-baiknya. Tidak semua konsumen

³⁹ Ratih Hurryati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen Fokus Pada Konsumen Kartu Kredit Perbankan* (Bandung: Afabeta, 2005), hlm. 83

⁴⁰ Donni Juni, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: ALFABETA, 2017), 161-162.

memiliki motivasi instrinsik yang memadai untuk mendukung sikap dan perilakunya.

2) Motivasi Ekstrinsik

Motivasi ekstrinsik muncul karena adanya rangsangan dari luar. Dua faktor utama yang berkaitan dengan motivasi ekstrinsik konsumen adalah berkenaan dengan:

e. Motivator

Motivator berkaitan dengan kemampuan daya beli, kebutuhan akan prestise kebutuhan eksistensi, dan lain sebagainya.

b. Stimulus

Stimulus yang berasal dari perusahaan akan mendorong konsumen untuk bersikap dan berperilaku.

2.1.6 Minat Bertransaksi

Minat merupakan suatu penangkap atau pemilihan terhadap sesuatu yang dapat mempengaruhi sikap seseorang. Menurut Abdul Rahman Soleh dan Muhibb Abdul Wahab, minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang, situasi atau aktivitas yang menjadi objek dari minat itu dengan didasari perasaan senang.⁴¹

f. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat

1. Dorongan dari dalam

⁴¹ Nur Laili Maghfiroh”*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung Study Kasus Pada Nasabah Bmt An-Nur Rewwin Sidoarjo*(Jurnal,Universitas Slam Negeri Sunan Ampel Program Study Ekonomi Syariah Surabaya 2018),hlm.12

Misal dorongan untuk makan, keingin tahuan atau dorongan untuk menabung. Dorongan untuk makan akan membangkitkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi. Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, melakukan penelitian dan lain-lain

2. Motif sosial

Dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.

3. Faktor emosional

Dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. Minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi, dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan yang menjadi keinginannya.

g. Indikator minat

Indikator-indikator pada minat antara lain :⁴²

1. Minat transaksional

Minat transaksional merupakan kecenderungan konsumen untuk selalu membeli produk (barang/jasa) yang dihasilkan perusahaan, ini didasarkan atas keoercayaan yang tinggi terhadap perusahaan tersebut.

2. Minat Referensial

⁴² Donni Juni, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 168-169.

Minat Referensial merupakan kecenderungan konsumen untuk mereferensikan produknya kepada orang lain. Minat tersebut muncul setelah konsumen memiliki pengalamandan pengetahuan informasi tentang produk tersebut.

3. Minat preferensial

Minat preferensial merupakan minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang memiliki preferensial utama terhadap produk-produk tersebut.

4. Minat Eksploratif

Minat eksploratif merupakan minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang selalu mencari informasi mengenai produk yang di minatnya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk membedakan penelitian yang dilakukan, maka penulis mencantumkan penelitian terdahulu agar menunjukkan keaslian dalam penelitian. Berdasarkan pengamatan penulis, adapun karya ilmiah yang telah dilakukan oleh penelitian lain yaitu:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian
1	Aji Sugianto	Pengaruh pengetahuan, persepsi, sikap, dan perilaku pelaku bisnis terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah di	Dari hasil penelitian memiliki pengaruh yang signifikan antara pengetahuan, persepsi, sikap, dan perilaku pelaku bisnis terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah di pasar demangan Yogyakarta

		pasar demangan Yogyakarta	
2	Eka Oktavia	Analisis persepsi, pengetahuan, dan sikap nasabah terhadap keberadaan bank syariah di kabupaten pringsewu-lampung)	Dari hasil penelitian yang menggambarkan bagaimana persepsi, pengetahuan dan sikap nasabah terhadap keberadaan bank syariah
3	Lutvi adi prastyo	Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi teknologi, informasi, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking BRI SYARIAH di UNISA	Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan: pengetahuan produk-produk perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk pembiayaan musyarakah. pengetahuan Islamic work ethic yang ada di perbankan syariah, pengetahuan prinsip operasional perbankan syariah, pengetahuan bagi hasil perbankan syariah, pengetahuan risiko pembiayaan perbankan syariah berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menggunakan produk pembiayaan musyarakah
4	Anissa arum lestari	Pengaruh pengetahuan pelaku usaha mikro kecil	Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Hasil

		menengah (UMKM) di kota Yogyakarta tentang perbankan syariah terhadap minat menggunakan produk pembiayaan musyarakah	dari penelitian ini menunjukkan: pengetahuan produk-produk perbankan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan produk pembiayaan musyarakah. pengetahuan Islamic work ethic yang ada di perbankan syariah, pengetahuan prinsip operasional perbankan syariah, pengetahuan bagi hasil perbankan syariah, pengetahuan risiko pembiayaan perbankan syariah berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menggunakan produk pembiayaan musyarakah
5	Dody Adi Wijaya	Analisis peran perbankan syariah dalam mengimplementasikan keuangan inklusif di Indonesia	Hasil Penelitian menunjukkan promosi tidak berpengaruh terhadap jumlah nasabah pembiayaan dan variable pembiayaan berpengaruh signifikan terhadap jumlah nasabah pembiayaan
6	Evi	Pengaruh pengetahuan santri, lokasi dan fasilitas perbankan syariah terhadap minat memilih produk bank syariah	Hasil penelitian menunjukkan secara simultan dan parsial antara variabel independen dan dependen bahwa pengetahuan santri, lokasi, dan fasilitas di perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk di bank syariah

7	Muh Abdul Aziz	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah	Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat remaja masjid menabung pada bank syariah. Artinya semakin baik tingkat pengetahuan remaja masjid tentang bank maka akan meningkatkan minat menabung pada bank syariah
8	Dwi Ana Ratna Utami	Pengaruh persepsi masyarakat tentang bank syariah terhadap minat menabung di bank syariah (study kasus pada masyarakat muslim kauman Wijirego pandak bantul)	Variabel persepsi masyarakat diketahui dari hasil uji hipotesis mayor atau uji F diperoleh nilai signifikan hitung sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat tentang perbankan syariah secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di bank syariah
9	Gusmail Emmang	Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah (study pada kasus masyarakat di Kecamatan Rappocini Kota Makassar)	Variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah ($p = 0,001$). Pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan suatu produk jasa selalu diawali dengan adanya pengetahuan (informasi) yang dimiliki oleh konsumen mengenai jasa tersebut
10	Akbar	Analisis faktor-	Berdasarkan hasil dari analisis

	Syabani	faktor yang mempengaruhi rendahnya minat masyarakat muslim menabung pada bank syariah di kota Palopo	menunjukkan bahwa faktor minat (psikologis dan rasionalis) yang terdiri dari variabel Motivasi (X1), Belajar (X2), Sikap (X3), Persepsi (X4) dan Tingkat keuntungan nisbah dan perhitungan bisnis (X5) mempunyai hubungan yang kuat dan pengaruh secara signifikan terhadap keputusan.
--	---------	--	--

Penelitian yang dilakukan oleh Aji Sugianto yang berjudul “Pengaruh pengetahuan, persepsi, sikap dan perilaku pelaku bisnis terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah di pasar Demangan Yogyakarta”. Adapun persamaan dari penelitian ini dengan penelitian ini adalah variabel bebas (x) yaitu pengaruh pengetahuan, persepsi, sikap dan perilaku pelaku bisnis. Perbedaannya terletak pada variabel terikat (y) yaitu di pasar tradisional Kota Kualasimpang menggunakan metode kuantitatif. Selain itu perbedaannya ialah dalam penelitian Aji Sugianto studi kasusnya di Yogyakarta sedangkan penelitian ini studi kasusnya di Kota Kualasimpang.⁴³

Penelitian yang dilakukan oleh Eka Oktavia yang berjudul “Analisis persepsi, pengetahuan, dan sikap nasabah terhadap keberadaan bank syariah di Kabupaten Pringsewu-Lampung”. Adapun persamaan dari peneliti ini dengan penelitian yang akan saya teliti adalah salah satu variabel (x) nya persepsi,

⁴³ Aji Sugiarto, “Pengaruh pengetahuan, persepsi, sikap, dan perilaku pelaku bisnis terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah di pasar demangan Yogyakarta”, (Jurnal fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas sunan kalijaga Yogyakarta, 2018) hlm...1

pengetahuan, sikap sedangkan perbedaannya yaitu variabel (y) nya kalau dalam penelitian ini keberadaan bank syariah sedangkan dalam penelitian saya minat bertransaksi di perbankan syariah. Selain itu perbedaannya juga di penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.⁴⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Lutvi Adi Prastyo yang berjudul “ pengaruh persepsi kemudahan, persepsi teknologi, informasi, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking Bri Syariah. Adapun persamaan dari peneliti ini dengan penelitian yang akan saya teliti adalah salah satu variabel (x) nya yaitu persepsi kemudahan, persepsi teknologi, informasi, fitur layanan dan kepercayaan sedangkan perbedaannya dalam penelitian Lutvi Adi Prastyo ini dia meneliti di Bank Bri Syariah sedangkan dalam penelitian saya di Setiap perbankan yang ada di Kota Kualasimpang, selain itu perbedaan lainnya ialah di variabel (y) nya kalau dalam penelitian ini minat menggunakan mobile banking Bri Syariah sedangkan dalam penelitian saya minat bertransaksi. Perbedaan nya juga di penelitian ini menggunakan metode populasi, sampel, jenis data, sumber data, variabel penelitian, metode pengumpulan data dan metode analisis dan di penelitian ini menggunakan metode kuantitatif⁴⁵.

Penelitian yang dilakukan oleh Annisa Arum Lestari yang berjudul “ Pengaruh pengetahuan pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kota

⁴⁴ Eka Oktavia “*analisis persepsi, pengetahuan dan sikap nasabah terhadap keberadaan bank syariah (studi pada bank syariah mandiri kabupaten pringsewu,lampung)*”, (fakultas ekonomi dan bisnis, UIN Raden Intan Lampung, 2018) hlm...1

⁴⁵ Lutvi adi prastyo “*Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi teknologi, informasi, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking BRI SYARIAH*”, (Jurnal, Fakultas Ekonomi UNISA Banda Aceh,2019) hlm. 1

Yogyakarta tentang perbankan syariah terhadap minat menggunakan produk pembiayaan musyarakah”. Adapun persamaan dari peneliti ini dengan penelitian yang akan saya teliti adalah salah satu variabel (x) nya yaitu sama-sama membahas pengetahuan. Sedangkan perbedaannya dalam penelitian Annisa Arum Lestari ini ialah di variabel (y) nya kalau dalam penelitian ini minat menggunakan focus pada produk pembiayaan musyarakah sedangkan dalam penelitian ini minat bertransaksi di Bank Syariah. Perbedaan lainnya ialah pada penelitian Annisa Arum Lestari dia menggunakan independen variabel sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.⁴⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Dody Adi Wijaya yang berjudul “Analisis peran perbankan syariah dalam mengimplementasikan keuangan inklusif di Indonesia”. Adapun persamaan dari peneliti ini dengan penelitian yang akan di teliti adalah variabel (x) nya yaitu sama-sama membahas perbankan syariah. Sedangkan perbedaannya dalam penelitian Dody Adi Wijaya ini ialah variabel (y) nya kalau dalam penelitian ini mengimplementasikan keuangan inklusif di Indonesia sedangkan dalam penelitian saya minat bertransaksi di bank syariah. Perbedaan lainnya pada penelitian Dody Adi Wijaya menggunakan metode analisis linear berganda sedangkan dalam penelitian saya menggunakan metode kuantitatif.

Penelitian yang di tuliskan oleh Evi yang berjudul “Pengaruh pengetahuan santri, lokasi dan fasilitas perbankan syariah terhadap minat memilih produk bank

⁴⁶ Annisa Arum Lestari, “ *Pengaruh pengetahuan pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Kota Yogyakarta tentang perbankan syariah terhadap minat menggunakan produk pembiayaan musyarakah*”, (Jurnal fakultas ekonomi dan bisnis islam, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2018)...hlm 4

syariah”. Adapun persamaan dari peneliti ini dengan penelitian yang akan di teliti adalah salah satu variabel X1 nya yaitu sama-sama membahas pengaruh pengetahuan. Sedangkan perbedaannya dalam penelitian Evi ini ia di variabel X2, X3 nya kalau dalam penelitian ini lokasi, dan fasilitas perbankan syariah sedangkan dalam penelitian saya persepsi, perilaku pelaku bisnis dan motivasi. Perbedaan lainnya ialah pada penelitian Evi dia menggunakan metode sampling sedangkan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Muh. Abdul Azis, metode variabel bebas digunakan dalam penelitian ini adalah pengaruh pengetahuan, pengaruh promosi, pengaruh produk, dan pengaruh reputasi. Namun perbedaannya dengan peneliti ini ialah peneliti ini melakukan variabel bebas promosi, produk, dan reputasi. Sehingga peneliti ini lebih luas dan lengkap dibandingkan dengan penelitian sebelumnya.⁴⁷

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dwi Ana Ratna Utami, peneliti ini menggunakan kuantitatif. Data yang di ambil dengan kuesioner, serta didukung dengan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Persamaan penelitian ini sama-sama menggunakan variabel bebas pengetahuan. Dan perbedaannya dengan penelitian ini ialah kepercayaan, produk, dan layanan perbankan syariah. Sehingga penelitian jika dilihat dari judul dan si pembaca langsung bisa mengetahui apa-apa saja variabel bebasnya.⁴⁸

⁴⁷ Muh. Abdul Azis, *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat menabung di bank syariah*, (Studi Kasus Pada Remaja Masjid di Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang), (Jurnal, Universitas IAIN SALATIGA, 2019), hlm.67

⁴⁸ Dwi Ana Ratna Utami, *Pengaruh persepsi masyarakat tentang bank syariah terhadap minat menabung di bank syariah*, (Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim Kauman Wijirego Pandak Bantul), (Jurnal, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017), hlm 89

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Gusmail Emang, pokok permasalahan yaitu tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah. Variabel bebas yang digunakan dalam peneliti ini adalah pengaruh pengetahuan terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah, kurangnya minat menabung di bank syariah, pengaruh pelayanan terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah, pengaruh lokasi terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah, dan pengaruh produk terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah. Perbedaan peneliti terdahulu dengan penelitian saya adalah saya hanya meneliti bagaimana variabel motivasi, pengetahuan, sikap, tingkat keuntungan Nisbah (Bagi Hasil) berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah.⁴⁹

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Akbar Syabani, variabel bebas digunakan dalam penelitian ini adalah motivasi, belajar, sikap dan persepsi. Persamaan dengan penelitian ini ialah sama-sama menggunakan variabel bebas motivasi, dan sikap. Namun perbedaannya dengan penelitian ini ialah peneliti ini menambahkan variabel bebas belajar, dan persepsi.⁵⁰

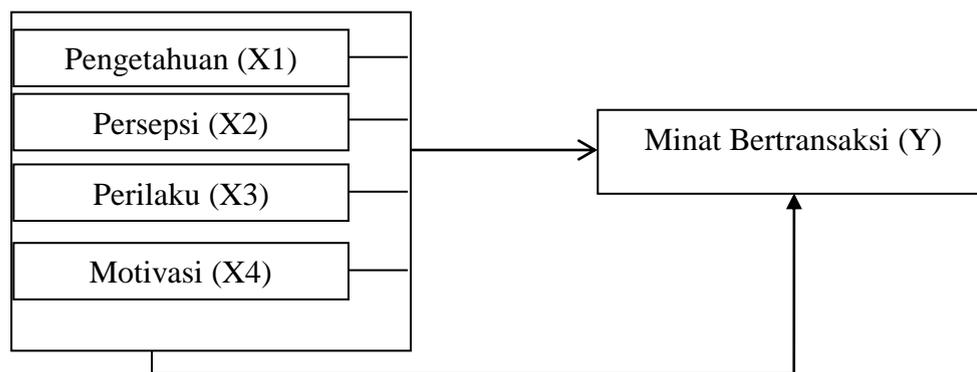
⁴⁹ Gusmail Emang, *Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah* (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar,), (Skripsi UIN Alauddin, 2016) hlm. 56

⁵⁰ Akbar Sabani, *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya minat masyarakat muslim menabung pada bank syariah di Kota Palopo*, (jurnal UIN ALAUDDI), hlm. 67

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka penelitian ini mempunyai maksud untuk memperjelas inti permasalahan yang tertuang dalam variable independen (pengetahuan, persepsi, perilaku pelaku bisnis dan motivasi) terhadap variable dependen (minat transaksi).

Kerangka berpikir ini dinyatakan dalam bentuk bagan sebagai berikut :



2.1 Gambar Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah tersebut dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan.

2.4.5.1.1.1 H₀ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan terhadap minat bertransaksi

H₁ : Terdapat pengaruh signifikan antara pengetahuan terhadap minat bertransaksi

2.4.5.1.1.2 H₀ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi terhadap minat bertransaksi

H1 : Terdapat pengaruh signifikan antara persepsi terhadap minat bertransaksi

2.4.5.1.1.1.3 H0 : Tidak terdapat pengaruh antara perilaku pelaku bisnis terhadap minat bertransaksi

H1 : Terdapat pengaruh antara perilaku pelaku bisnis terhadap minat bertransaksi

2.4.5.1.1.1.4 H0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara motivasi terhadap minat bertransaksi

H1 : Terdapat pengaruh signifikan antara motivasi terhadap minat bertransaksi

2.4.5.1.1.1.5 H0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan, persepsi, perilaku pelaku bisnis dan motivasi terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah

H1 : Terdapat pengaruh signifikan antara pengetahuan, persepsi, perilaku pelaku bisnis dan motivasi terhadap minat transaksi di perbankan syariah

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan ini menggunakan metode atau pendekatan penelitian deskriptif kuantitatif karena dalam pelaksanaannya meliputi data, analisis dan interpretasi tentang arti dan data yang diperoleh. Penelitian ini disusun sebagai penelitian induktif yakni mencari dan mengumpulkan data yang ada di lapangan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor, unsur-unsur bentuk, dan suatu sifat dari fenomena di masyarakat.⁵¹

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Pasar Tradisional Kota Kualasimpang di Jln. Lintas Medan-Banda Aceh, dengan cara mewawancarai langsung atau menyebar angket atau kuesioner ke beberapa pedagang di pasar tradisional Kota Kualasimpang yang bertujuan untuk memperoleh data dan keterangan yang akurat mengenai pengaruh pengetahuan, persepsi, sikap dan perilaku pelaku bisnis terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah. Waktu penelitian dilaksanakan bulan Februari 2020 sampai Februari 2021.

3.3 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode studi kasus yang objek penelitian ini menggunakan

⁵¹Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008), hlm.51

obyek tertentu diaman hasil penelitian dan kesimpulan dalam penelitian ini hanya berlaku pada perusahaan yang bersangkutan.

b. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data.⁵² Data primer diperoleh melalui hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini antara lain berupa kuesioner yang diberikan kepada pedagang di pasar tradisional kota Kualasimpang.

3.4 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya.⁵³ Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek akan tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh obyek atau subyek tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah pedagang di pasar tradisonal kota kualasimpang yaitu sebanyak 295 orang.

b. Sampel

Menurut Arikunto sampel merupakan sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti.⁵⁴

⁵²Sevilla, Consuelo G. *Pengantar Metode Penelitian*, (Jakarta : Universitas Indonesia UI-Press, 2006), hlm.34

⁵³ *Ibid.* hlm 34

⁵⁴ Sevilla, Consuelo G. (et. Al), *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Penerbit UI,1993) hlm .35

Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut :

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

$$n = \frac{295}{1+295(0.1)^2}$$

$$n = \frac{295}{3.95}$$

$$n = 75$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

E = Batas toleransi kesalahan (10%)

Maka, Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 75 orang Pelaku Bisnis (pedagang) di Pasar Tradisional Kota Kualasimpang.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner. Kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan tertulis untuk memperoleh informasi dari responden.

Skala yang digunakan dalam penyusunan kuesioner ini adalah skala likert yaitu skala yang berisi lima tingkatan preferensi jawaban responden dengan lima pilihan sebagai berikut :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Masing-masing jawaban memiliki nilai sebagai berikut :

STS : 1

TS : 2

KS : 3

S : 4

SS : 5

3.6 Definisi Operasional

1. Pengetahuan (X1), menurut Notoatmodjo adalah hasil tahu dari manusia dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap objek tertentu.
2. Persepsi (X2), menurut Slameto persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia, melalui persepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat inderanya, yaitu indera penglihatan, pendengar, peraba, perasa, dan pencium.
3. Sikap (X3), menurut Rakhmat bahwa sikap adalah kecenderungan bertindak, berperensi, berfikir, dan merasa dalam objek, ide, situasi atau nilai.
4. Perilaku (X4), menurut Hasan perusahaan perbankan syariah harus berupaya memahami perilaku setiap nasabahnya. Dimana ketika perusahaan tersebut mengetahui perilaku konsumen secara mendalam maka perusahaan dapat menyusun strategi dan program pemasaran yang

tepat untuk memanfaatkan setiap peluang yang ada secara optimal guna untuk menghasilkan laba di atas para pesaingnya.

5. Minat bertransaksi (Y), menurut Mappiare minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian perasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

Tabel 3.1
Tabel Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Pengetahuan (X1)	menurut Notoatmodjo adalah hasil tahu dari manusia dan ini terjadi setelah orang melakukan pengindraan terhadap objek tertentu.	1. Pengetahuan tentang perbankan syariah. 2. Pengetahuan tentang karakteristik produk pada bank syariah. 3. Kemudahan dalam akses.	likert ⁵⁵
2	Persepsi (X2)	menurut Slameto persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia, melalui persepsi manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat inderanya, yaitu	1. Penginderaan terhadap objek 2. Peristiwa 3. Hubungan-hubungan antar gejala	likert ⁵⁶

⁵⁵ Aji Sugiarto, "Pengaruh pengetahuan, persepsi, sikap, dan perilaku pelaku bisnis terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah di pasar demangan Yogyakarta", (Jurnal fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas sunan kalijaga Yogyakarta, 2018) hlm..89

⁵⁶ *Ibid*, ...hlm.90

		indera penglihatan, pendengar, peraba, perasa, dan pencium.		
3	Motivasi (X3)	Motivasi yaitu suatu kebutuhan yang secara cukup dirangsang untuk membuat seseorang mencari kepuasan atas kebutuhannya	1. Motivasi Intrinsik 2. Motivasi ekstrinsik	likert ⁵⁷
4	Perilaku (X4)	menurut Hasan perusahaan perbankan syariah harus berupaya memahami perilaku setiap nasabahnya. Dimana ketika perusahaan tersebut mengetahui perilaku konsumen secara mendalam maka perusahaan dapat menyusun strategi dan program pemasaran yang tepat untuk memanfaatkan setiap peluang yang ada secara optimal guna untuk menghasilkan laba di atas para pesaingnya.	1. Faktor kebudayaan 2. Faktor sosial 3. Faktor pribadi 4. Faktor psikologis	likert ⁵⁸

⁵⁷ Aji Sugiarto, "Pengaruh pengetahuan, persepsi, sikap, dan perilaku pelaku bisnis terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah di pasar demangan Yogyakarta", (Jurnal fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas sunan kalijaga Yogyakarta, 2018) hlm..91

⁵⁸ *Ibid*, hlm.92

5	Minat (Y)	menurut Mappiare minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian perasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif 	likert ⁵⁹
---	-----------	---	---	----------------------

3.7 Teknik Analisa Data

Penggunaan metode analisis ini untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, persepsi, sikap dan perilaku pelaku bisnis terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah di Kota Kualasimpang.

3.7.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

a. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya (Azwar 1986). Selain itu validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti (Cooper dan Schindler, dalam Zulganef, 2006). uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

b. Uji Reabilitas

Reabilitas berasal dari kata *reability*. reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan.⁶⁰ menyatakan bahwa reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliable dengan menggunakan *alpha cronbach*, yaitu jika nilai *alpha cronbach* $> 0,60$ dikatakan reabel.⁶¹

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi, maka di perlukan pengujian asumsi klasik yang meliputi pengujian:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mngetahui apakah data yang disajikan untuk di analisis lebih lanjut berdistribusikan normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusikan normal ataupun mendekati normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov*dengan SPSS 16.0.

⁶⁰ Sitinjak, Tumpal JR & Sugiarto. 2006. *LISREL*. Yogyakarta: Graha Ilmu

⁶¹ Ghozali, Imam.. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel saling berhubungan secara liner.

Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factro (VIF)* dan nilai tolerance < 0.10 atau sama dengan $VIF > 10$. Jika *VIF* tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinieritas).⁶²

c. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas ditunjukkan untuk mengetahui apakah varians residual absolute sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Gejala heteroskedasitas ditunjukkan oleh koefisien korelasi *Glestjer* dari masing-masing variabel. Uji heteroskedasitas digunakan jika dalam regresi terjadi error (e_i) atau beberapa nilai X tidak konstan. Hal tersebut dapat dilihat melalui gambar grafik mengenai varian yang error atau tidaknya antara Y dengan residu Y . Pendeteksian dilakukan dengan menampilkan *scatter plot* dari nilai $ZPREAD$ (nilai prediksi sumbu x). Uji heteroskedasitas lainnya dapat dilihat dari signifikan korelasi antara variabel independen dengan rasidualnya, dikatakan signifikan jika $\alpha > 5\%$ dengan kata lain tidak ada heteroskedasitas, jika sebaliknya maka heterokedasitas.⁶³

d. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan untuk uji

⁶² Imam Ghozali, *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*, (Semarang : Badan penerbit UNDIP, 2005), hlm.48

⁶³ *Ibid*, hlm.50

linearitas adalah jika nilai sig linear $> 0,05$, maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dan variabel terikat, sebaliknya jika nilai sig linear $< 0,05$, maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.

e. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah sebuah analisis statistik yang dilakukan untuk mengetahui adakah korelasi variabel yang ada di dalam model prediksi dengan perubahan waktu. Oleh karena itu, apabila asumsi autokorelasi terjadi pada sebuah model prediksi, maka nilai disturbance tidak lagi berpasangan secara bebas, melainkan berpasangan secara autokorelasi. Dalam penelitian ini, uji autokorelasi menggunakan Durbin-Watson dengan dasar keputusan yaitu nilai (durbin-watson)

1. $d < dl$ atau $d > 4-dl$ maka terdapat autokorelasi.
2. $du < d < 4-du$, maka tidak terdapat autokorelasi.

3.7.2 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan pengujian *statistic* sehingga *relative* mendekati suatu kebenaran yang diharapkan. Dengan demikian orang lebih mudah menerima suatu penjelasan pengujian, sampai mana hipotesis penelitian di terima atau di tolak.

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini dilakukan untuk meneliti apakah ada hubungan sebab akibat antara kedua variabel atau sebuah taktik yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dari satu atau dua variabel bebas independen dan variabel terikat.⁶⁴

⁶⁴ Suliyanto, *ekonometrika terapan: teori & aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2011), hlm.53

Regresi linear berganda adalah regresi yang memiliki satu variabel independen dan lebih dari satu variabel independen. Adapun regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, persepsi, perilaku pelaku bisnis dan motivasi terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.

Adapun rumus yang digunakan :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Minat bertransaksi

α = Konstanta

X₁ = Pengetahuan

X₂ = Persepsi

X₃ = Perilaku pelaku bisnis

X₄ = Motivasi

b₁, b₂, b₃, b₄, b₅ : Koefisien korelasi berganda.

e = error

b. Uji t

Uji t (Parsial) bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh pengetahuan, persepsi, perilaku pelaku bisnis dan motivasi terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah secara individu/parsial berpengaruh terhadap variabel pengambilan keputusan dalam bertransaksi. Pengambilan kesimpulan adalah dengan melihat signifikansi yang dibandingkan dengan nilai α (5%/0,05) dengan ketentuan sebagai berikut :⁶⁵

⁶⁵ Imam Ghazali *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro 2009,....hlm.89

1. Jika dinilai $\text{sig} < \alpha$ H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel X dan variable Y.
2. Jika nilai $\text{sig} > \alpha$ maka H_0 diterima artinya tidak terdapat pengaruh antara variable X dan variable Y.

c. Uji f

Uji F (Simultan) bertujuan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas yaitu $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$, untuk dapat atau mampu menjelaskan tingkah laku atau keragaman variabel tidak bebas Y.

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini dimaksudkan untuk menentukan seberapa besar variabel tak bebas yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel-variabel bebasnya dengan menggunakan perhitungan koefisien determinasi (*determination coefficient*) yang disimbolkan dengan R^2 . Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$). Secara sistematis dirumuskan sebagai berikut:

1. Jika nilai R^2 kecuali (mendekati nol), berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas, maka dapat disimpulkan antara variabel bebas dan variabel terikat tidak ada keterkaitan.
2. Jika nilai R^2 mendekati 1 (satu), variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan memprediksi variabel dependent, maka dapat disimpulkan antara variabel bebas dan variabel terikat tidak ada keterkaitan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Pasar Tradisional Kota Kualasimpang

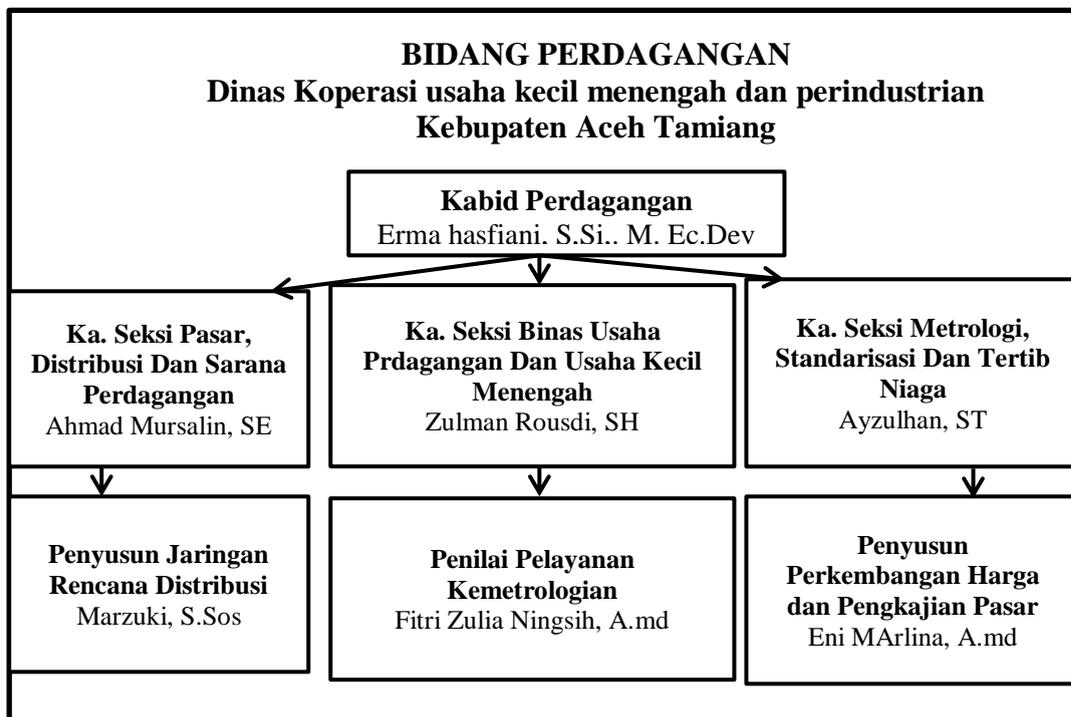
Pasar atau pekan, secara lengkap disebut pasar tradisional, adalah tempat orang melakukan jual beli. Lebih lengkapnya, pasar merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli yang ditandai dengan adanya transaksi jual beli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar. Pada umumnya, pasar terletak di dekat kawasan pemukiman penduduk agar memudahkan warga mencapai lokasi pasar. Seperti halnya pasar yang ada di kecamatan Kota Kualasimpang, yang terletak di jalan lintas Medan-Banda Aceh yang mencakup empat desa berbeda namun masih dalam satu kawasan yang berdekatan, yakni di desa Kota Kualasimpang, Desa Perdamaian, Desa Bukit Tempurung dan Desa Kota Lintang. Oleh sebab itu pula pasar ini disebut sebagai pusat pasar Kota Kualasimpang. Kota Kualasimpang terdapat 331 toko dan warung kelontong 7 yang sebagian tersebar terletak di wilayah pasar Kualasimpang yang menjadi pusat belanjanya masyarakat di kecamatan sekitarnya bahkan merupakan pusat pasar yang ada di Kabupaten Aceh Tamiang.

Pasar Kota Kualasimpang yang merupakan pusat belanjanya bagi warga di Kabupaten Aceh Tamiang ini memiliki luas yang tak sedikit, data yang diperoleh dari dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan (KOPERINDANG) luas pasar Kota Kualasimpang adalah 11.144 m². Luas pasar tersebut dihitung melalui pembangunan atau revitalisasi pasar pada tahun 2003 dan lahan atas bangunan pasar tersebut merupakan hak pakai atas

tanah yang dikuasai langsung oleh Negara. Dengan jumlah pedagang sebanyak 295 pedagang. Seperti yang peneliti jelaskan sebelumnya bahwa bagian depan dari pasar ini merupakan kios-kios kecil yang ditempati oleh pedagang pakaian sayur, ikan dan aksesoris yang luas kiosnya kira-kira tak lebih dari 3x2 m2.

4.1.1 Struktur Pengurus Pasar Tradisional Kota Kualasimpang

Struktur pasar tradisional dibawah kepengurusan Dinas koperasi, usaha kecil menengah dan perindustrian pada bidang perdagangan dengan struktur berikut:



Gambar 4.1 Struktur Kepengurusan Pasar Tradisional Kota Kualasimpang

4.1.2 Karakteristik Responden

Responden penelitian ini adalah para pelaku bisnis di pasar tradisional Kota Kualasimpang yaitu sebanyak 75 orang pelaku bisnis yang dijadikan sampel dalam penelitian ini. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui karakteristik responden penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden		Frekuensi (Orang)
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	27
		Perempuan	48
2	Tingkat Pendidikan	SMA	68
		Diploma (D3)	5
		Strata – 1	2
3	Masa Kerja	< 1 Tahun	25
		1 – 4 Tahun	30
		5 – 9 Tahun	20
		10 – 14 Tahun	-
		15 – 19 Tahun	-
		>19 Tahun	-

Sumber : Data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.1 karakteristik pedagang berdasarkan jenis kelamin 75 orang, dengan laki-laki sebanyak 27 orang dan perempuan sebanyak 48 orang. karakteristik pedagang berdasarkan pendidikan berjumlah 75 orang, dengan tingkat pendidikan SMA sebanyak 68 orang, diploma sebanyak 5 orang, dan sisanya srata 1 sebanyak 2 orang. karakteristik pedagang berdasarkan pengalaman bekerja berjumlah 75 orang, dengan masa kerja selama 1 tahun sebanyak 25 orang, 1-4 tahun sebanyak 30 orang, dan 5-9 tahun sebanyak 20 orang.

4.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

a. Variabel Pengetahuan

Berdasarkan lampiran, diketahui jumlah dan persentase jawaban responden mengenai variable pengetahuan, jawaban responden lebih jelas dapat dilihat pada tabel 4.2 di bawah ini :

Tabel 4.2 Deskripsi Skor Jawaban Responden Mengenai Variabel Pengetahuan

No	Indikator Pengukuran	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya mengetahui perbankan syariah diperoleh dari media massa dan iklan	6	47	16	6	-
2.	Saya mengetahui tentang bank syariah dan lokasi bank syariah yang ada dikota Kualasimpang	17	49	5	4	-
3.	Saya mengetahui jenis produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah	4	56	6	8	-
4.	Saya mengetahui perbankan syariah memberikan banyak kemudahan dalam bertransaksi	8	52	10	3	1

Sumber : Data diolah dari lampiran 3 (2020)

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden berada pada skala sangat setuju dengan mayoritas jawaban terbanyak pada indikator pernyataan ke 3 sebanyak 56 poin dengan item pertanyaan yaitu Saya mengetahui jenis produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah

Tabel 4.3 Deskripsi Skor Jawaban Responden Mengenai Variabel Persepsi

Berdasarkan Lampiran, diketahui jumlah dan persentase jawaban responden mengenai variabel seperti yang disajikan pada tabel 4.3 berikut ini :

No	Indikator Pengukuran	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Anda menggunakan karena banyaknya kemudahan yang diberikan dari produk yg ditawarkan	6	47	16	6	-
2.	Anda menggunakan bank syariah karena tersedia berbagai macam produk	17	49	5	4	-
3.	Anda menggunakan bank syariah karena kualitas pelayanannya	4	57	6	8	-
4.	Anda menggunakan bank syariah karena bank syariah lebih tahan terhadap krisis	8	53	10	3	1

Sumber : Data diolah (2020)

Pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden berada pada skala sangat setuju dengan mayoritas jawaban terbanyak pada indikator pernyataan ke 3 sebanyak 57 poin dengan item pertanyaan yaitu Anda menggunakan bank syariah karena kualitas pelayanannya.

Tabel 4.4 Deskripsi Skor Jawaban Responden Mengenai Variabel Perilaku

Berdasarkan Lampiran, diketahui jumlah dan persentase jawaban responden mengenai variabel seperti yang disajikan pada tabel 4.3 berikut ini :

No	Indikator Pengukuran	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saudara memanfaatkan permodalan dari bank syariah untuk kegiatan produktif	3	61	8	3	-
2.	Saudara menggunakan pembiayaan di bank syariah	30	33	10	2	-

	guna untuk kegiatan produktif					
3.	Saudara menabung di bank syariah karena ingin mendapatkan berkah dan pahala karena terhindar dari unsur riba	2	53	15	5	-
4.	Saudara menabung di bank syariah karena tidak ada potongan tiap bulan	10	56	11	8	1

Sumber : Data diolah (2020)

Pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden berada pada skala sangat setuju dengan mayoritas jawaban terbanyak pada indikator pernyataan ke 3 sebanyak 61 poin dengan item pertanyaan yaitu Saudara memanfaatkan permodalan dari bank syariah untuk kegiatan produktif.

Tabel 4.5 Deskripsi Skor Jawaban Responden Mengenai Motivasi

Berdasarkan Lampiran, diketahui jumlah dan persentase jawaban responden mengenai variabel seperti yang disajikan pada tabel 4.3 berikut ini :

No	Indikator Pengukuran	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya akan menyisihkan uang sedikit untuk bisa menabung di bank syariah	3	46	22	3	1
2.	Saya akan mulai mengatur anggaran keuangan dengan baik	1	58	10	6	-
3.	Benaykanya kemudahan yang diberikan bank syariah dalam bertransaksi membuat saya ingin menabung di bank syariah	4	47	14	8	2

4.	Motivasi masyarakat menabung masih rendah di Perbankan syariah karena dipengaruhi oleh produk yang jumlahnya terbatas dan kurang inovatif	2	66	4	3	-
----	---	---	----	---	---	---

Sumber : Data diolah dari lampiran 3 (2020)

Pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa rata-rata jawaban responden berada pada skala sangat setuju dengan mayoritas jawaban terbanyak pada indikator pernyataan ke 3 sebanyak 66 poin dengan item pertanyaan yaitu Motivasi masyarakat menabung masih rendah di Perbankan syariah karena dipengaruhi oleh produk yang jumlahnya terbatas dan kurang inovatif

4.2 Uji Persyaratan Analisis

4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut, berikut hasil penelitian uji validitas :

Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Pengetahuan (X1)

Instrument Pertanyaan	Nilai Validitas		Kesimpulan
	Rhitung	rtabel	
Pengetahuan 1	0.578	0.227	Valid
Pengetahuan 2	0.569		Valid
Pengetahuan 3	0.640		Valid
Pengetahuan 4	0,466		Valid

Berdasarkan table 4.6 hasil uji validitas terlihat bahwa hasil pengujian masing-masing instrument variable pengetahuan (x1) memiliki nilai r-hitung > 0,227, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrument

pernyataan dari variabel pengetahuan yang digunakan valid.

Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Persepsi (X2)

Instrument Pertanyaan	Nilai Validitas		Kesimpulan
	Rhitung	rtabel	
Persepsi 1	0.574	0.227	Valid
Persepsi 2	0.582		Valid
Persepsi 3	0.434		Valid
Persepsi 4	0,463		Valid

Berdasarkan table 4.7 hasil uji validitas terlihat bahwa hasil pengujian masing-masing instrument variable persepsi (x2) memiliki nilai r-hitung $> 0,227$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrument pernyataan dari variabel persepsi yang digunakan valid.

Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Prilaku (X3)

Instrument Pertanyaan	Nilai Validitas		Kesimpulan
	Rhitung	rtabel	
Prilaku 1	0.666	0.227	Valid
Prilaku 2	0.504		Valid
Prilaku 3	0.481		Valid
Prilaku 4	0,339		Valid

Berdasarkan table 4.8 hasil uji validitas terlihat bahwa hasil pengujian masing-masing instrument variable Prilaku (x3) memiliki nilai r-hitung $> 0,227$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrument pernyataan dari variabel Prilaku yang digunakan valid.

Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Motivasi (X4)

Instrument Pertanyaan	Nilai Validitas		Kesimpulan
	Rhitung	rtabel	
Motivasi 1	0.517	0.227	Valid
Motivasi 2	0.773		Valid
Motivasi 3	0.773		Valid
Motivasi 4	0,427		Valid

Berdasarkan table 4.9 hasil uji validitas terlihat bahwa hasil pengujian masing-masing instrument variable Motivasi (x4) memiliki nilai r-hitung $> 0,227$,

dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrument pernyataan dari variabel Motivasi yang digunakan valid.

Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Minat (Y)

Instrument Pertanyaan	Nilai Validitas		Kesimpulan
	Rhitung	rtabel	
Minat 1	0.781	0.227	Valid
Minat 2	0.686		Valid
Minat 3	0.516		Valid
Minat 4	0,635		Valid

Berdasarkan table 4.10 hasil uji validitas terlihat bahwa hasil pengujian masing-masing instrument variable Minat (x4) memiliki nilai r-hitung $> 0,227$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrument pernyataan dari variabel Minat yang digunakan valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk menjamin instrument yang digunakan merupakan instrument yang handal, konsisten dan stabil jika digunakan secara berulang-ulang pada waktu yang berbeda-beda. Instrumen dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alfa* hitung $>$ *cronbach alfa* toleransi (0,6). Hasil pengujian reabilitas terlihat seperti berikut ini :

Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach's Alfa	Kesimpulan
1	Pengetahuan (x1)	0,691	Reliabel
2	Persepsi (x2)	0,641	Reliabel
3	Prilaku (x3)	0,629	Reliabel
4	Motivasi (x4)	0,756	Reliabel
5	Minat (y)	0,725	Reliabel

Berdasarkan table 4.11 hasil uji reabilitas menunjukkan bahwa nilai *cronbach alfa* seluruh variabel lebih besar dari 0,6, maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner penelitian ini dikatakan reliabel.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

Adapun pengujian terhadap asumsi klasik dengan program SPSS yang dilakukan pada penelitian ini meliputi :

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Pengujian normalitas data dapat dilakukan dengan uji *one sample Kolmogorov smirnov test*. Adapun hasil pengujiannya menggunakan SPSS 23 sebagai berikut :

Tabel 4.12 Uji One Sample Kolmogorov Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.38069755
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.046
	Negative	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		.748
Asymp. Sig. (2-tailed)		.631
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Data diolah dari lampiran 4 (2021)

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi keempat variabel (0,631) bernilai lebih dari Alpha (0,05) atau $K.S > A$. Dengan kata lain artinya distribusi frekuensi masing- masing variabel memiliki data yang berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi multikolinieritas yakni keadaan dimana ada hubungan linier secara sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinieritas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat hasil uji regresi dengan bantuan Software SPSS versi 23 for Windows, dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.13 Rangkuman Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
_(Constant)		
Pengetahuan	.944	1.060
Persepsi	.972	1.029
Perilaku	.957	1.044
Motivasi	.988	1.012

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber : Data yang diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui nilai *tolerance* untuk variable pengetahuan adalah 0,944 lebih besar dari 0,10 , pada variable persepsi memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,972 lebih besar dari 0,10 pada variable perilaku diketahui memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,957 lebih besar dari 0,10 dan pada variable motivasi memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,988 lebih besar dari 0,10, maka dengan ini disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi sementara untuk setiap variable.

Dilihat dari nilai VIF nya pada nilai VIF pada variable pengetahuan adalah 1,060 lebih kecil dari 10,0 , pada variable persepsi memiliki nilai VIF

sebesar 1,029 lebih kecil dari 10,0, pada variable perilaku diketahui memiliki nilai VIF sebesar 1,044 lebih kecil dari 10,0 dan pada variable motivasi memiliki nilai VIF sebesar 1,012 lebih kecil dari 0,10, maka dengan ini disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi sementara untuk setiap variable.

c. Uji Heteroskedestisitas

Pengujian heteroskedestisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedestisitas dan untuk mengetahui adanya heteroskedestisitas dengan menggunakan uji *Glejser*. Dasar pengambilan uji heterokedasitas glesjer ialah jika nilai sig antara variable independent dengan absolut residual lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi masalah heterokedasitas, Berikut hasil uji dari penelitian:

Tabel 4.14
Rangkuman Hasil Uji Heteroskedestisitas

Variabel	Sig.	Kesimpulan
Pengetahuan	0,558	Tidak terjadi heterokedasitas
Persepsi	0,557	Tidak terjadi heterokedasitas
Prilaku	0,620	Tidak terjadi heterokedasitas
Motivasi	0,215	Tidak terjadi heterokedasitas

Sumber : Data diolah dari lampiran 3 (2020)

Berdasarkan tabel 4.14 dapat dilihat nilai signifikansi antar variabel bebas lebih dari 0,05. Maka gejala heteroskedesitas tidak terdeteksi.

d. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan untuk uji linearitas adalah jika nilai sig linear $> 0,05$, maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dan variabel terikat, sebaliknya jika nilai sig linear $< 0,05$, maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat, dengan hasil pengujian sebagai berikut :

Tabel 4.15 Hasil Uji Linearitas

No	Variabel	Sig	Ket
1	Pengetahuan	0.098	Linear
2	Persepsi	0.501	Linear
3	Prilaku	0.140	Linear
4	Motivasi	0.082	Linear

Sumber : Data diolah 2021

Berdasarkan hasil uji linearitas diketahui nilai sig. deviation from linearity lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara pengetahuan, persepsi, prilaku dan motivasi dengan minat bertransaksi di perbankan syariah.

e. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi adalah sebuah analisis statistik yang dilakukan untuk mengetahui adakah korelasi variabel yang ada di dalam model prediksi dengan perubahan waktu. Oleh karena itu, apabila asumsi autokorelasi terjadi pada sebuah model prediksi, maka nilai disturbance tidak lagi berpasangan secara bebas, melainkan berpasangan secara autokorelasi.

Tabel 4.16 Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.519 ^a	1.420	1.466

a. Predictors: (Constant), MOTIVASI, PENGETAHUAN, PERSEPSI, PRILAKU

b. Dependent Variable: MINAT

Berdasarkan tabel 4.16 hasil uji autokorelasi, dapat diketahui hasil dari metode Durbin-watson dengan nilai 1.466 dan nilai durbin upper (du) adalah 1,36 sehingga $dw > du$ maka dapat disimpulkan tidak terdapat korelasi antar variabel.

4.3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Aceh Syariah Cabang Kualasimpang. Berikut ini tabel hasil pengujian regresi linear berganda pada masing-masing variabel yaitu :

Tabel 4.17: Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.535	2.498		1.815	.074
	PENGETAHUAN	.205	.101	.226	2.028	.046
	PERSEPSI	.046	.104	.048	.449	.655
	PRILAKU	.255	.124	.236	2.056	.044
	MOTIVASI	.232	.098	.261	2.363	.021

a. Dependent Variable: MINAT

Berdasarkan tabel 4.17 hasil pengujian regresi linear berganda, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y=4,535+0.205X_1+0.046X_2+0,255X_3+0,232X_4$$

Pada model regresi linear berganda diperoleh nilai konstanta kepuasan nasabah sebesar 4,535 artinya jika nilai variabel bebas (x_1, x_2, x_3, x_4) nilainya 0, maka variabel terikat (Y) nilainya sebesar 4,535. Koefisien regresi masing-masing variabel bebas bernilai positif, artinya Minat bertransaksi di perbankan syariah dapat dipengaruhi oleh pengetahuan, persepsi, perilaku dan motivasi.

4.3.1 Pengujian Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur berapa besar kemampuan dalam menerangkan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.519 ^a	.270	.228	1.420

a. Predictors: (Constant), MOTIVASI, PENGETAHUAN, PERSEPSI, PRILAKU

b. Dependent Variable: MINAT

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0.27 atau 27% menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, persepsi, perilaku dan motivasi mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada minat bertransaksi di perbankan syariah, sedangkan sisanya 73% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti *serviceability* (kemudahan reparasi produk), Estetika produk, kualitas pelayanan dan promosi yang diberikan kepada masyarakat.

b. Uji Simultan (uji f)

Uji simultan (uji F), uji ini dilakukan untuk melihat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah, pengujian dilakukan pada tingkat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan $\alpha = 0.05$ (5%), dengan kriteria :

1. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak, artinya secara simultan penelitian ini tidak berpengaruh;
2. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima, artinya secara simultan penelitian ini berpengaruh.

Tabel 4.19: Hasil Uji simultan (Uji F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	52.079	4	13.020	6.461	.000 ^a
	Residual	141.068	70	2.015		
	Total	193.147	74			

a. Predictors: (Constant), MOTIVASI, PENGETAHUAN, PERSEPSI, PRILAKU

b. Dependent Variable: MINAT

Berdasarkan table tersebut dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} yaitu 6.461 > dari F_{tabel} yaitu 2.350 dan nilai signifikan 0.000 < dari nilai alpha 0.05. Maka keputusan yang diambil H_0 ditolak H_1 diterima. Dengan diterimanya H_1 menunjukkan bahwa variable bebas yang terdiri dari pengetahuan (X1), persepsi (X2), prilaku (X3), dan motivasi (X4) mampu menjelaskan keragaman variable terikat (Y). dengan demikian pengetahuan (X1), persepsi (X2), prilaku (X3), dan motivasi (X4) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.

c. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial (uji t) bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, dengan kriteria :

1. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $sig. > 0.05$ maka H_0 diterima, H_1 ditolak, artinya secara parsial penelitian ini tidak berpengaruh signifikan;
2. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $sig. < 0.05$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima, artinya secara parsial penelitian ini berpengaruh signifikan.

Tabel 4.20: Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.535	2.498		1.815	.074
Pengetahuan	.205	.101	.226	2.028	.046
Persepsi	.046	.104	.048	0.449	.655
Prilaku	.255	.124	.236	2.056	.044
Motivasi	.232	.098	.261	2.363	.021

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat dilihat bahwa:

1. Nilai t_{hitung} untuk Pengetahuan sebesar $2.028 > 1.994 t_{tabel}$ dan nilai signifikan $0.046 >$ dari alpha 0.05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian secara parsial variable pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi;
2. Nilai t_{hitung} untuk persepsi sebesar $0.449 > t_{tabel} 1.994$ dan nilai signifikan $0,655 >$ dari alpha 0.05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, dengan demikian secara parsial variable persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi;

3. Nilai t_{hitung} untuk prilaku sebesar $2.056 > t_{tabel} 1.994$ dan nilai signifikan $0,044 >$ dari alpha 0.05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian secara parsial variable prilaku berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi;
4. Nilai t_{hitung} untuk motivasi sebesar $2.363 > t_{tabel} 1.994$ dan nilai signifikan $0,021 >$ dari alpha 0.05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian secara parsial variable motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi;

4.4 Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis pertama mampu menjelaskan bahwa variabel pengetahuan, persepsi, prilaku dan motivasi yang terjadi pada minat bertransaksi di perbankan syariah, ini dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0.270 atau 27% sedangkan sisanya sebesar 73% dijelaskan oleh variable lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.4.1 Pengaruh pengetahuan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai t_{hitung} untuk Pengetahuan sebesar $2.028 > 1.994 t_{tabel}$ dan nilai signifikan $0.046 >$ dari alpha 0.05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, bahwa secara parsial pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah, yaitu semakin banyak pengetahuan seseorang tentang perbankan syariah maka minatnya juga akan semakin meningkat untuk bertransaksi di perbankan syariah tersebut. hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lutvi adi prastyo yang

berjudul Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi teknologi, informasi, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking BRI SYARIAH di UNISA, hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pengetahuan, persepsi, sikap, dan perilaku pelaku bisnis berpengaruh terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.⁶⁶

4.4.2 Pengaruh persepsi terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai t_{hitung} untuk persepsi sebesar $0.449 > t_{tabel} 1.994$ dan nilai signifikan $0,655 >$ dari $\alpha 0.05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, bahwa secara parsial persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah, ada faktor lain yang lebih dominan mempengaruhi minat, misalnya kemudahan dan keamanan dalam bertransaksi, ketersediaan fasilitas dan kemampuan biaya yang memadai, dan lain-lain.

Di Kota Kualasimpang ketersediaan perbankan syariah sendiri masih dikatakan sangat sedikit, sehingga gambaran atau pandangan (persepsi) untuk bertransaksi menjadi sangat terbatas dan minat yang ditumbuhkan responden untuk bertransaksi di perbankan syariah pun tidak dapat dilakukan secara optimal. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nisa Ayu Purwati yang berjudul faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* bank syariah (Studi Pada PT Bank

⁶⁶ Lutvi adi prastyo “Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi teknologi, informasi, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking BRI SYARIAH, (Jurnal, Fakultas Ekonomi UNISA Banda Aceh, 2019)

Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh) hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *m-banking* bank syariah.⁶⁷

4.4.3 Pengaruh perilaku pelaku usaha terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai t_{hitung} untuk perilaku sebesar $2.056 > t_{tabel} 1.994$ dan nilai signifikan $0,044 >$ dari alpha 0.05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, bahwa secara parsial perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah, yaitu dengan adanya berbagai jenis produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dengan segala kemudahan, kegunaan dan kepercayaan maka akan dapat dibangun suatu perilaku positif pada diri pelaku usaha sehingga menumbuhkan minat untuk bertransaksi di perbankan syariah juga akan semakin tinggi. hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aji Sugiarto yang berjudul Pengaruh pengetahuan, persepsi, sikap, dan perilaku pelaku bisnis terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah di pasar demangan Yogyakarta, hasil penelitian menunjukkan pengaruh yang signifikan antara pengetahuan, persepsi, sikap, dan perilaku pelaku bisnis terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah di pasar Yogyakarta.⁶⁸

⁶⁷ Nisa Ayu Purwati, "faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah dalam penggunaan mobile banking bank syariah (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh)" (Jurnal, fakultas ekonomi dan bisnis, Ar-Raniry Banda Aceh, 2018).

⁶⁸ Aji Sugiarto, "Pengaruh pengetahuan, persepsi, sikap, dan perilaku pelaku bisnis terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah di pasar demangan Yogyakarta", (Jurnal fakultas ekonomi dan bisnis islam Universitas sunan kalijaga Yogyakarta, 2018) hlm..87

4.4.4 Pengaruh motivasi terhadap minat bertransaksi di perbankan

syariah

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai t_{hitung} untuk motivasi sebesar $2.363 > t_{tabel} 1.994$ dan nilai signifikan $0,021 >$ dari alpha 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, bahwa secara parsial motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah, yaitu semakin besar motivasi seseorang dalam menjalankan usahanya maka minat yang ditumbuhkan untuk bertransaksi juga akan semakin tinggi. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggie Nurmalasari dengan judul Pengaruh pengetahuan dan motivasi terhadap minat menabung mahasiswa perbankan syariah angkatan 2016 iain ponorogo di bank bri syariah kcp ponorogo, hasil penelitian menunjukkan Terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara pengetahuan dan motivasi terhadap minat menabung mahasiswa perbankan Syariah angkatan 2016 IAIN Ponorogo di bank BRI Syariah KCP Ponorogo.⁶⁹

4.4.5 Pengaruh pengetahuan, persepsi, prilaku, dan motivasi terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, persepsi, prilaku dan motivasi yang terjadi pada secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah, ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} 3,46 > F_{tabel} 2,35$. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Penelitian Aji Sugianto (2018)

⁶⁹ Anggie Nurmalasari, “Pengaruh pengetahuan dan motivasi terhadap minat menabung mahasiswa perbankan syariah angkatan 2016 iain ponorogo di bank bri syariah kcp ponorogo”, (Jurnal fakultas ekonomi dan bisnis islam, IAIN Ponorogo, 2019)hlm...103

menyatakan bahwa pengaruh yang signifikan antara pengetahuan, persepsi, sikap, dan perilaku pelaku bisnis terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah di pasar demangan Yogyakarta. Selain itu, hasil penelitian ini juga searah dengan hasil penelitian Eka Oktavia menyatakan bahwa secara simultan berpengaruh antara pengetahuan, persepsi, sikap, dan perilaku pelaku bisnis terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah di Kabupatrn Pringsewu Lampung.⁷⁰

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial pengetahuan, persepsi, prilaku dan motivasi berpengaruh terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lutvi adi prastyo yang berjudul Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi teknologi, informasi, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking BRI SYARIAH di UNISA, hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pengetahuan, persepsi, sikap, dan perilaku pelaku bisnis berpengaruh terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.⁷¹

⁷⁰ Eka Oktavia “*analisis persepsi, pengetahuan dan sikap nasabah terhadap keberadaan bank syariah (studi pada bank syariah mandiri kabupaten pringsewu, lampung)*”, (fakultas ekonomi dan bisnis, UIN Raden Intan Lampung, 2018) hlm..120

⁷¹ *Ibid*.... hlm 78

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk Pengetahuan sebesar $2.028 > 1.994 t_{tabel}$ dan nilai signifikan $0.046 <$ dari 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, bahwa secara parsial pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.
2. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai t_{hitung} untuk persepsi sebesar $0.449 < t_{tabel} 1.994$ dan nilai signifikan $0,655 >$ dari 0.05 , maka H_1 ditolak dan H_0 diterima, bahwa secara parsial persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.
3. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai t_{hitung} untuk prilaku sebesar $2.056 > t_{tabel} 1.994$ dan nilai signifikan $0,044 <$ dari $\alpha 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, bahwa secara parsial prilaku berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.
4. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan nilai t_{hitung} untuk motivasi sebesar $2.363 > t_{tabel} 1.994$ dan nilai signifikan $0,021 <$ dari $\alpha 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, bahwa secara parsial motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah.

5. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, persepsi, perilaku dan motivasi yang terjadi pada secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi di perbankan syariah, ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} 3,46 > F_{tabel} 2,35$.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi/rujukan bagi peneliti selanjutnya dan dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan variable lain dengan metode penelitian yang berbeda d khususnya yang berkaitan dengan variabel pengetahuan, persepsi, perilaku, motivasi dan minat bertransaksi di perbankan syariah.
2. Para Pelaku usaha diharapkan mampu menggali informasi lebih jauh mengenai perbankan syariah guna menumbuhkan minat bertransaksi di perbankan syariah sehingga dapat memudahkan dalam segala bentuk transaksi baik dalam menabung maupun segala jenis pembiayaan yang dapat membantu dalam mengembangkan usahanya.
3. Perbankan Syariah diharapkan mampu memberikan promosi atas keunggulan-keunggulan pada setiap produk yang ditawarkan ke nasabah sehingga minat bertransaksi masyarakat terhadap setiap produk yang ditawarkan mampu menjadikan masyarakat yang sebelumnya cenderung konsumtif menjadi lebih aktif dalam menabung dan agar masyarakat lebih mengenal tentang perbankan syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- A. sonny Keraf and Michael Dua, *Ilmu pengetahuan (Tinjauan filosofis)*, Kasinisius Yogyakarta 2001
- Anggie Nurmalasari, “Pengaruh pengetahuan dan motivasi terhadap minat menabung mahasiswa perbankan syariah angkatan 2016 iain ponorogo di bank bri syariah kcp ponorogo”, (Jurnal fakultas ekonomi dan bisnis islam, IAIN Ponorogo), 2019
- Amstrong Dan Kotler, 2004, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapan Nya Dalam Pemasaran*. Bogor:Ghalia Indonesia
- Emmang Gusmail, *Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kurangnya minat masyarakat menabung di bank syariah*. Rappocini Kota Makassar : Skripsi UIN Alauddin, 2016
- G Consuelo Sevilla. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta : Universitas Indonesia UI-Press, 2006
- Ghozali Imam, *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Semarang : Badan penerbit UNDIP, 2005
- Hurryati Ratih, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen Fokus Pada Konsumen Kartu Kredit Perbankan*. Bandung:Afabeta, 2005
- Idi Abdullah, *Sosiologi Pendidikan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2011
- Ilmawan Firnia Nova, “Pengaruh Persepsi dan Sikap Pelaku Usaha Terhadap Pemilihan Bank Syariah Setelah Fatwa Majelis Ulama Indonesia di Kauman Surakarta”, Skripsi, IAIN Surakarta, 2017
- Kasmir, *Manajemen perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010
- Maghfiroh Laili Nur, ”Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung Study Kasus Pada Nasabah Bmt An-Nur Rewwin Sidoarjo, Skripsi, Universitas Slam Negeri Sunan Ampel Program Study Ekonomi Syariah Surabaya, 2018
- Muhammad, *Manajemen Keuangan Syariah: Analisis Fiqh dan Keuangan*. Yogyakarta: upp stim ykp, 2014
- Nazir Moh., *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008
- Nisa Ayu Purwati, “Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah dalam penggunaan mobile banking bank syariah (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh)” (Jurnal, fakultas ekonomi dan bisnis, Ar-Raniry Banda Aceh,). 2018

- Nur Laili Maghfiroh, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Untuk Menabung Study Kasus Pada Nasabah Bmt An-Nur Rewwin Sidoarjo (Jurnal, Universitas Slam Negeri Sunan Ampel Program Studi Ekonomi Syariah Surabaya), 2018
- Oktavia Eka, "Analisis Persepsi Pengetahuan dan Sikap Nasabah Terhadap Keberadaan Bank Syariah", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung), 2018
- Ramadhan Syahri Suhendra Dimas, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Murabahah Pada BMT Al-QOBAH Pusri Palembang". Skripsi, Fakultas Ekonomu dan Bisnis Islam UIN Raden Patah Palembang, 2017
- Prof. T.M Hasbi ash Shiddieqy, Dr. Tafsir al-Bayan, PT Almaarif, Bandung, J 2
- Sabani Akbar, *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya minat masyarakat muslim menabung pada bank syariah*. Kota Palopo : Skripsi, UIN Alauddin, 2017
- Setiasih Panca , "Analisis Persepsi, Preferensi, Sikap dan Perilaku Dosen Terhadap Perbankan Syariah", Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Wali Songo, 2010
- Sugiarto Aji, *Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, Sikap, Dan Perilaku Pelaku Bisnis Terhadap Minat Bertransaksi Di Perbankan Syariah, (Studi Pada Pelaku Bisnis Pasar Demangan Yogyakarta*. Yogyakarta : Skripsi, UIN Sunan Kalijaga), 2018
- Suliyanto, *ekonometrika terapan: teori & aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2011
- Sutedi Adrian, *Perbankan Syariah*. Bogor : Ghalia Indonesia, 2013
- Sutedi Andrian, *Pasar Modal Syariah*. Jakarta : Sinar Grafika, 2011
- Utami Ratna Ana Dwi, *Pengaruh persepsi masyarakat tentang bank syariah terhadap minat menabung di bank syariah*. Wijirego pandak bantul : Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, 2017
- Vivianli Liu, *Pengaruh kualitas pelayanan, harga dn suasana café terhadap kepuasan konsumen*. Universitas Sanatadharma Yogyakarta, 2016
- Wijaya Adi Dody, *Analisis Peran Perbankan Syariah Dalam Mengimpletasikan Keuangan Inklusif Di Indonesia*. Yogyakarta : Skripsi, UIN Sunan kalijaga, 2017

KUESIONER
PENGETAHUAN, PERSEPSI, SIKAP DAN PERILAKU PELAKU BISNIS
TERHADAP PERBANKAN SYARIAH

(STUDI KASUS PADA PERILAKU PELAKU BISNIS DI PASAR
TRADISIONAL, KUALASIMPANG)

Tanggal Wawancara :

Kuesioner ini akan digunakan sebagai bahan penelitian skripsi sarjana S1. Jadi mohon kiranya Bapak/Ibu/Saudara untuk bersedia mengisi kuesioner ini dengan teliti dan lengkap sehingga dapat menjadi data yang objektif. Atas perhatian dan partisipasinya saya mengucapkan terimakasih.

Petunjuk :

- a. Responden hanya bisa memilih satu pilihan saja dan beri tanda centang pada jawaban yang anda pilih.
- b. Isilah secara jelas dan lengkap seluruh pertanyaan yang diajukan kepada responden.

Keterangan : STS : Sangat Tidak Setuju (1)

TS : Tidak Setuju (2)

KS : Kurang Setuju (3)

S : Setuju (4)

SS : Sangat setuju (5)

No	Nama	
1	Domisili	
2	Jenis Kelamin	[<input type="checkbox"/>] Laki-laki [<input type="checkbox"/>] Perempuan
3	Umur	[<input type="checkbox"/>] 20-29 tahun [<input type="checkbox"/>] 30-39 tahun [<input type="checkbox"/>] 40-49 tahun [<input type="checkbox"/>] 50-59 tahun [<input type="checkbox"/>] Lain-lain
4	Pendidikan	
5	Pengalaman Berdagang (masa kerja)	

1. VARIABEL INDEPENDENT PENGETAHUAN

No	Uraian Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mengetahui perbankan syariah diperoleh dari media massa dan iklan					
2	Saya mengetahui tentang bank syariah dan lokasi bank syariah yang ada dikota Kualasimpang					
3	Saya mengetahui jenis produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah					
4	Saya mengetahui perbankan syariah memberikan banyak kemudahan dalam bertransaksi					

2. VARIABEL INDEPENDENT PERSEPSI

NO	Uraian Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Anda menggunakan karena banyaknya kemudahan yang diberikan dari produk yg ditawarkan					
2	Anda menggunakan bank syariah karena tersedia berbagai macam produk					
3	Anda menggunakan bank syariah karena kualitas pelayanannya					
4	Anda menggunakan bank syariah karena bank syariah lebih tahan terhadap krisis					

3. VARIABEL INDEPENDENT PERILAKU

NO	Uraian Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saudara memanfaatkan permodalan dari bank syariah untuk kegiatan produktif					
2	Saudara menggunakan pembiayaan di bank syariah guna untuk kegiatan produktif					
3	Saudara menabung di bank syariah karena ingin mendapatkan berkah dan pahala karena terhindar dari unsur riba					
4	Saudara menabung di bank syariah karena tidak ada potongan tiap bulan					

4. VARIABEL INDEPENDENT MOTIVASI

No	Uraian Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya akan menyisihkan uang sedikit untuk bisa menabung dibank syariah					
2.	Saya akan mulai mengatur anggaran keuangan dengan baik					
3.	Benaykanya kemudahan yang diberikan bank syariah dalam bertransaksi membuat saya ingin menabung di bank syariah					
4.	Motivasi masyarakat menabung masih rendah di Perbankan syariah karena dipengaruhi oleh produk yang jumlahnya terbatas dan kurang inovatif					

5.VARIABEL DEPENDET MINAT BERTRANSAKSI DI PERBANKAN SYARIAH

NO	Uraian Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya berminat bertransaksi di perbankan syariah karena perbankan syariah adalah perbankan yang berlandaskan hukum Al-Quran, As-sunnah					
2	Saya berminat untuk bertransaksi di perbankan syariah kaena ingin mendapatkan berkah dan pahala karena terbebas riba					
3	Saya berminat untuk bertransaksi di perbankan syariah karena mendapatkan informasi yang menyatakan bahwa produk-produk perbankan syariah beda dengan perbankan konvensional					
4	Saya berminat untuk bertransaksi di perbankan syariaah karena perbankan syariah lebih menguntungkan					

DAFTAR LAMPIRAN

1.1 KUESIONER

**Pengetahuan, Persepsi, Sikap Dan Perilaku Pelaku Bisnis Terhadap
Perbankan Syariah
(Studi Kasus Pada Perilaku Pelaku Bisnis Di Pasar Tradisional,
Kualasimpang)**

Tanggal Wawancara :

Kuesioner ini akan digunakan sebagai bahan penelitian skripsi sarjana S1. Jadi mohon kiranya Bapak/Ibu/Saudara untuk bersedia mengisi kuesioner ini dengan teliti dan lengkap sehingga dapat menjadi data yang objektif. Atas perhatian dan partisipasinya saya mengucapkan terimakasih.

Petunjuk :

- a. Responden hanya bisa memilih satu pilihan saja dan beri tanda centang pada jawaban yang anda pilih.
- b. Isilah secara jelas dan lengkap seluruh pertanyaan yang diajukan kepada responden.

Keterangan : STS : Sangat Tidak Setuju (1)

TS : Tidak Setuju (2)

KS : Kurang Setuju (3)

S : Setuju (4)

SS : Sangat setuju (5)

No	Nama	
1	Domisili	
2	Jenis Kelamin	[<input type="checkbox"/>] Laki-laki [<input type="checkbox"/>] Perempuan
3	Umur	[<input type="checkbox"/>] 20-29 tahun [<input type="checkbox"/>] 30-39 tahun [<input type="checkbox"/>] 40-49 tahun [<input type="checkbox"/>] 50-59 tahun [<input type="checkbox"/>] Lain-lain
4	Pendidikan	
5	Pengalaman Berdagang (masa kerja)	

1. VARIABEL INDEPENDENT PENGETAHUAN

No	Uraian Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mengetahui perbankan syariah diperoleh dari media massa dan iklan					
2	Saya mengetahui tentang bank syariah dan lokasi bank syariah yang ada dikota Kualasimpang					
3	Saya mengetahui jenis produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah					
4	Saya mengetahui perbankan syariah memberikan banyak kemudahan dalam bertransaksi					

2. VARIABEL INDEPENDENT PERSEPSI

NO	Uraian Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Anda menggunakan karena banyaknya kemudahan yang diberikan dari produk yg ditawarkan					
2	Anda menggunakan bank syariah karena tersedia berbagai macam produk					
3	Anda menggunakan bank syariah karena kualitas pelayanannya					
4	Anda menggunakan bank syariah karena bank syariah lebih tahan terhadap krisis					

3. VARIABEL INDEPENDENT PERILAKU

NO	Uraian Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saudara memanfaatkan permodalan dari bank syariah untuk kegiatan produktif					
2	Saudara menggunakan pembiayaan di bank syariah guna untuk kegiatan produktif					
3	Saudara menabung di bank syariah karena ingin mendapatkan berkah dan pahala karena terhindar dari unsur riba					
4	Saudara menabung di bank syariah karena tidak ada potongan tiap bulan					

4. VARIABEL INDEPENDENT MOTIVASI

No	Uraian Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya akan menyisihkan uang sedikit untuk bisa menabung dibank syariah					
2.	Saya akan mulai mengatur anggaran keuangan dengan baik					
3.	Banyaknya kemudahan yang diberikan bank syariah dalam bertransaksi membuat saya ingin menabung di bank syariah					
4.	Motivasi masyarakat menabung masih rendah di Perbankan syariah karena dipengaruhi oleh produk yang jumlahnya terbatas dan kurang inovatif					

5. VARIABEL DEPENDEN MINAT BERTRANSAKSI DI PERBANKAN SYARIAH

NO	Uraian Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya berminat bertransaksi di perbankan syariah karena perbankan syariah adalah perbankan yang berlandaskan hukum Al-Quran, As-sunnah					
2	Saya berminat untuk bertransaksi di perbankan syariah karena ingin mendapatkan berkah dan pahala karena terbebas riba					
3	Saya berminat untuk bertransaksi di perbankan syariah karena mendapatkan informasi yang menyatakan bahwa produk-produk perbankan syariah beda dengan perbankan konvensional					
4	Saya berminat untuk bertransaksi di perbankan syariah karena perbankan syariah lebih menguntungkan					

1.2 Hasil Penelitian

No responden	PEGETAHUAN				X1	PERSEPSI				X2	PRILAKU				X3	MOTIVASI				X4	MINAT				Y
	PE1	PE2	PE3	PE4		PER1	PER2	PER3	PER4		PR1	PR2	PR3	PR4		MO1	MO2	MO3	MO3		MI1	MI2	MI3	MI4	
1	3	4	2	4	13	4	3	4	4	15	3	3	4	4	14	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17
2	4	5	3	4	16	4	4	3	5	16	4	4	2	4	14	4	5	5	5	19	4	4	4	5	17
3	3	4	4	3	14	4	5	4	3	16	4	3	4	3	14	4	5	5	5	19	4	3	3	5	15
4	3	4	2	4	13	5	3	3	5	16	4	3	5	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17
4	3	4	3	4	14	3	3	5	4	15	4	3	5	5	17	3	4	4	2	13	4	4	4	4	16
6	3	4	4	4	15	5	4	5	4	18	4	3	5	5	17	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16
7	3	4	3	4	14	4	4	4	4	16	4	3	5	4	16	4	4	5	4	17	3	3	3	4	13
8	3	4	5	4	16	3	4	3	4	14	4	3	4	4	15	3	4	5	4	16	4	3	3	4	14
9	3	4	5	2	14	4	4	3	2	13	4	2	4	5	15	2	3	5	2	12	4	2	2	4	12
10	4	4	2	4	14	4	4	4	4	16	3	4	4	5	16	3	3	5	4	15	4	4	4	3	15
11	3	4	5	4	16	3	2	3	4	12	4	2	4	5	15	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16
12	3	4	2	4	13	3	3	5	4	15	5	3	4	5	17	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16
13	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19	5	5	3	5	18	4	4	5	3	16	4	4	4	4	16
14	3	4	3	4	14	3	5	2	5	15	2	3	4	5	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
14	3	4	5	4	16	4	3	4	5	16	5	3	4	4	16	4	4	5	4	17	5	4	4	5	18
16	5	5	5	4	19	5	3	3	5	16	5	5	4	4	18	4	4	5	4	17	5	4	4	5	18
17	3	5	5	4	17	3	4	4	2	13	5	3	4	5	17	4	4	2	4	14	5	4	4	5	18
18	3	5	5	4	17	5	4	5	4	18	5	3	5	3	16	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18
19	5	3	5	4	17	5	4	4	4	17	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18
20	3	4	2	4	13	5	4	3	4	16	5	4	5	4	18	5	4	4	5	18	5	4	4	5	18
21	5	4	5	4	18	5	4	3	3	15	5	5	5	4	19	5	4	4	5	18	5	4	4	4	17
22	3	2	5	4	14	5	3	3	4	15	5	3	5	4	17	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17
23	3	4	3	5	15	5	4	3	4	16	5	3	5	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
24	3	3	4	4	14	5	5	4	5	19	4	3	4	4	15	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16
24	4	4	2	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15
26	3	3	2	5	13	5	4	4	3	16	5	3	5	5	18	5	5	4	5	19	4	5	5	4	18
27	4	3	4	4	15	3	3	4	5	15	4	4	4	5	17	5	5	4	5	19	3	5	5	4	17
28	3	2	4	4	13	5	3	4	4	16	4	3	4	4	15	5	4	5	4	18	5	4	4	3	16
29	4	4	5	4	17	3	3	4	5	15	4	4	5	4	17	4	5	5	4	18	5	3	3	3	14
30	3	4	3	4	14	4	4	5	4	17	4	3	5	4	16	5	4	5	4	18	5	3	3	4	15
31	3	4	5	4	16	4	4	3	4	15	5	3	5	4	17	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16
32	5	5	4	3	17	3	4	5	3	15	5	2	5	3	15	5	5	4	3	17	4	3	3	4	14
33	4	4	4	4	16	3	4	3	4	14	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
34	3	4	2	3	12	3	4	5	4	16	5	3	4	4	16	5	5	2	4	16	2	4	4	4	14
34	3	5	3	4	15	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17	4	4	4	2	14
36	2	4	4	4	14	3	5	4	5	17	2	2	4	4	12	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	16	2	4	4	5	15	4	4	4	3	15	4	4	4	3	15	3	4	4	4	15
38	5	4	2	4	15	5	5	5	4	19	5	5	3	4	17	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
39	3	4	4	4	15	3	3	4	4	14	4	3	4	4	15	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16
40	3	4	5	4	16	4	3	4	5	16	3	3	4	5	15	3	4	4	5	16	5	4	4	2	15
41	3	3	4	4	14	5	3	5	4	17	3	3	4	5	15	3	4	4	4	15	5	4	4	3	16
42	3	4	3	5	15	4	4	5	5	18	4	3	4	3	14	4	4	4	5	17	5	5	5	3	18
43	3	3	4	3	13	4	4	5	4	17	4	3	5	3	15	4	3	4	3	14	5	3	3	3	14
44	4	4	4	3	15	5	5	5	5	20	4	4	5	3	16	4	4	4	3	15	5	3	3	4	15
44	4	5	4	4	17	3	3	4	2	12	4	4	5	4	17	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
46	3	2	4	4	13	5	4	5	3	17	3	3	5	4	15	4	4	4	3	15	5	4	4	4	17
47	3	4	3	3	13	4	2	3	3	12	4	3	5	4	16	4	4	3	3	14	5	3	3	4	15
48	4	2	3	3	12	3	4	4	4	15	4	4	5	4	17	4	4	3	4	15	5	4	4	4	17
49	3	3	4	3	13	3	3	4	4	14	3	3	4	4	14	3	4	4	4	15	5	4	4	2	15
40	3	4	2	4	13	4	5	3	4	16	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
41	3	4	4	4	15	3	5	4	4	16	3	3	5	4	15	3	3	4	4	14	2	4	4	4	14
42	5	4	4	5	18	5	3	5	3	16	3	5	5	5	18	3	3	4	5	15	5	5	5	4	19
43	5	5	4	5	19	4	4	4	4	16	3	5	2	5	15	3	3	4	5	15	4	5	5	4	18
44	3	5	4	5	17	4	3	4	4	15	4	3	5	5	17	4	4	4	5	17	5	5	5	2	17
44	5	5	3	4	17	4	3	5	2	14	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
46	3	4	4	4	15	3	3	5	3	14	3	3	4	4	14	3	4	4	4	15	5	4	4	4	17
47	4	3	5	4	16	4	5	3	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
48	3	4	2	4	13	3	3	5	5	16	3	5	4	4	16	3	4	4	4	15	5	4	4	4	17
49	4	4	4	4	16	4	5	3	3	15	4	3	4	4	15	4	4	5	3	16	4	4	4	4	16
60	4	3	3	4	14	4	3	5	4	16	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
61	3	4	3	4	14	3	5	4	3	15	3	4	2	3	12	3	5	3	4	15	3	4	4	3	14
62	3	4	2	3	12	3	2	3	4	12	3	3	4	4	14	3	4	4	3	14	3	3	3	3	12
63	4	4	4	4	16	4	4	2	5	15	4	3	4	5	16	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
64	3	4	5	5	17	4	3	5	4	16	4	4	5	5	18	4	4	4	5	17	4	5	5	4	18
64	3	5	5	5	18	4	3	4	4	15	5	4	4	5	18	4	4	4	5	17	5	5	5	4	19
66	3	4	4	4	15	3	5	5	4	17	5	2	5	4	16	4	5	4	4	17	5	4	4	4	17
67	3	4	5	4	16	2	3	4	4	13	5	5	5	4	19	3	5	4	4	16	5	4	4	4	17
68	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
69	4	4	4	3	15	4	4	3	4	15	4	4	5	4	17	4	2	4	5	15	5	3	3	4	15
70	4	4	2	3	13	4	3	3	4	14	3	4	5	4	16	4	4	3	4	15	5	4	4	4	17
71	3	4	4	2	13	3	4	3	5	15	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	5	3	3	4	15
72	3	3	3	4	13	4	3	3	4	14	3	4	4	4	15	4	5	4							

1.2 Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	PENGETAHUAN
X1.1	Pearson Correlation	1	.217	.100	.072	.578**
	Sig. (2-tailed)		.061	.392	.539	.000
	N	75	75	75	75	75
X1.2	Pearson Correlation	.217	1	.025	.170	.569**
	Sig. (2-tailed)	.061		.828	.144	.000
	N	75	75	75	75	75
X1.3	Pearson Correlation	.100	.025	1	.030	.640**
	Sig. (2-tailed)	.392	.828		.801	.000
	N	75	75	75	75	75
X1.4	Pearson Correlation	.072	.170	.030	1	.466**
	Sig. (2-tailed)	.539	.144	.801		.000
	N	75	75	75	75	75
PENGETAHUAN	Pearson Correlation	.578**	.569**	.640**	.466**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	PERSEPSI
X2.1	Pearson Correlation	1	.140	.016	.015	.574**
	Sig. (2-tailed)		.232	.889	.899	.000
	N	75	75	75	75	75
X2.2	Pearson Correlation	.140	1	-.027	.094	.582**
	Sig. (2-tailed)	.232		.816	.420	.000
	N	75	75	75	75	75
X2.3	Pearson Correlation	.016	-.027	1	-.128	.434**
	Sig. (2-tailed)	.889	.816		.273	.000

	N	75	75	75	75	75
X2.4	Pearson Correlation	.015	.094	-.128	1	.463**
	Sig. (2-tailed)	.899	.420	.273		.000
	N	75	75	75	75	75
PERSEPSI	Pearson Correlation	.574**	.582**	.434**	.463**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	PRILAKU
X3.1	Pearson Correlation	1	.108	.227	-.058	.666**
	Sig. (2-tailed)		.357	.050	.623	.000
	N	75	75	75	75	75
X3.2	Pearson Correlation	.108	1	-.202	.030	.504**
	Sig. (2-tailed)	.357		.082	.799	.000
	N	75	75	75	75	75
X3.3	Pearson Correlation	.227	-.202	1	-.102	.481**
	Sig. (2-tailed)	.050	.082		.384	.000
	N	75	75	75	75	75
X3.4	Pearson Correlation	-.058	.030	-.102	1	.339**
	Sig. (2-tailed)	.623	.799	.384		.003
	N	75	75	75	75	75
PRILAKU	Pearson Correlation	.666**	.504**	.481**	.339**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	
	N	75	75	75	75	75

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

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	MOTIVASI
X4.1	Pearson Correlation	1	.525**	.166	.329**	.781**
	Sig. (2-tailed)		.000	.154	.004	.000
	N	75	75	75	75	75
X4.2	Pearson Correlation	.525**	1	.130	.192	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000		.267	.099	.000
	N	75	75	75	75	75
X4.3	Pearson Correlation	.166	.130	1	.092	.516**
	Sig. (2-tailed)	.154	.267		.431	.000
	N	75	75	75	75	75
X4.4	Pearson Correlation	.329**	.192	.092	1	.635**
	Sig. (2-tailed)	.004	.099	.431		.000
	N	75	75	75	75	75
MOTIVASI	Pearson Correlation	.781**	.686**	.516**	.635**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75

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

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	MINAT
Y1	Pearson Correlation	1	.064	.064	.008	.517**
	Sig. (2-tailed)		.583	.583	.944	.000
	N	75	75	75	75	75
Y2	Pearson Correlation	.064	1	1.000**	-.008	.773**
	Sig. (2-tailed)	.583		.000	.947	.000
	N	75	75	75	75	75
Y3	Pearson Correlation	.064	1.000**	1	-.008	.773**
	Sig. (2-tailed)	.583	.000		.947	.000
	N	75	75	75	75	75
Y4	Pearson Correlation	.008	-.008	-.008	1	.427**

	Sig. (2-tailed)	.944	.947	.947		.000
	N	75	75	75	75	75
MINAT	Pearson Correlation	.517**	.773**	.773**	.427**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75

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

1.3 Uji Reabilitas

Reliability Statistics (X1)

Cronbach's Alpha	N of Items
.691	5

Reliability Statistics (X2)

Cronbach's Alpha	N of Items
.641	5

Reliability Statistics (X3)

Cronbach's Alpha	N of Items
.629	5

Reliability Statistics (X4)

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	5

Reliability Statistics (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.725	5

1.4 Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.519 ^a	.270	.228	1.420	1.466

a. Predictors: (Constant), MOTIVASI, PENGETAHUAN, PERSEPSI, PRILAKU

b. Dependent Variable: MINAT

1.5 Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	52.079	4	13.020	6.461	.000 ^a
	Residual	141.068	70	2.015		
	Total	193.147	74			

a. Predictors: (Constant), MOTIVASI, PENGETAHUAN, PERSEPSI, PRILAKU

1.6 Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.535	2.498		1.815	.074		
	PENGETAHUAN	.205	.101	.226	2.028	.046	.841	1.188
	PERSEPSI	.046	.104	.048	.449	.655	.919	1.088
	PRILAKU	.255	.124	.236	2.056	.044	.789	1.268
	MOTIVASI	.232	.098	.261	2.363	.021	.859	1.165

a. Dependent Variable: MINAT

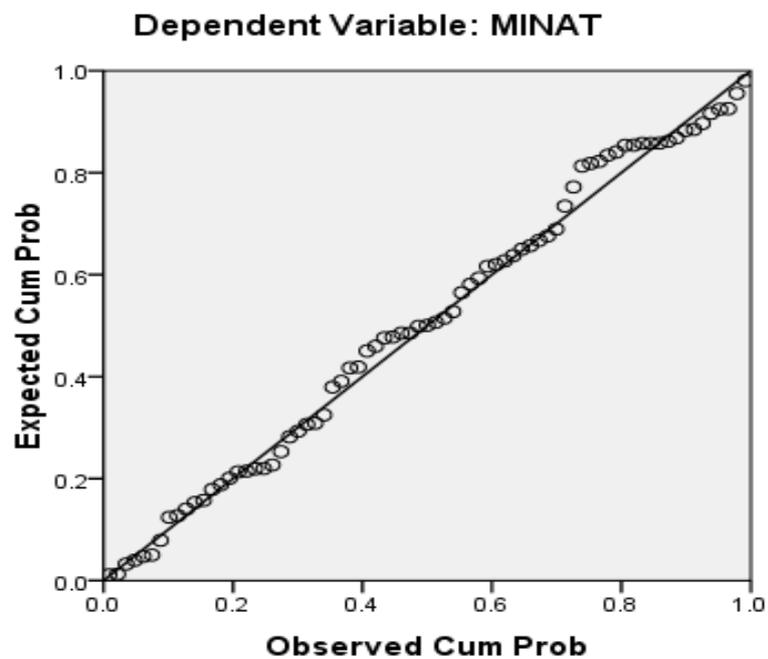
b. Dependent Variable: MINAT

1.7 Uji Normalitas

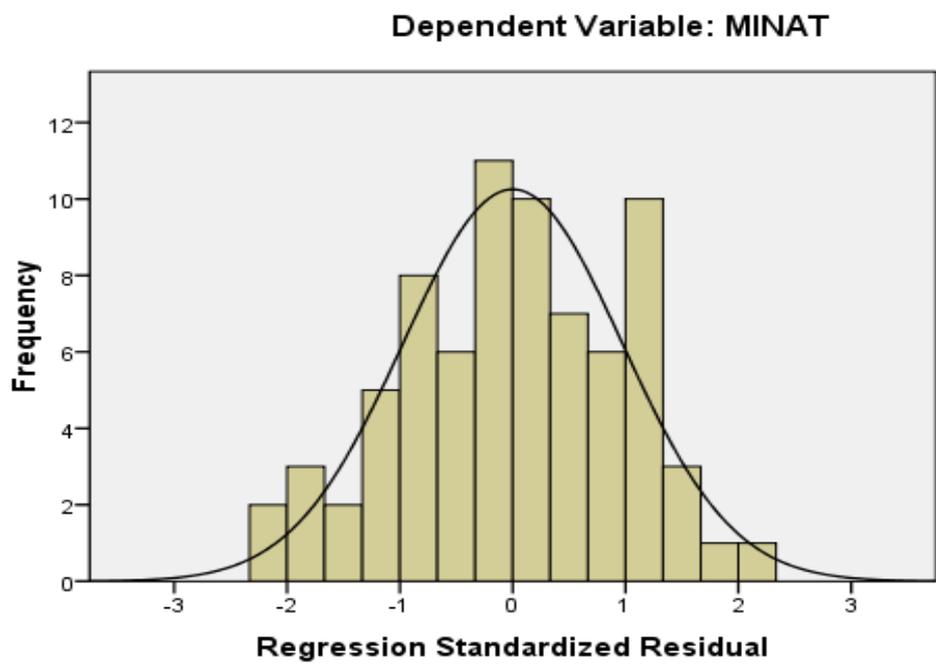
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.38069755
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.046
	Negative	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		.748
Asymp. Sig. (2-tailed)		.631
a. Test distribution is Normal.		

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Histogram



1.8 Dokumentasi





1.9 Tabel

Tabel R

Df = (N- 2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066

38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507

84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel T

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Tabel F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. IDENTITAS PRIBADI

Nama	: Cut Khairani
NIM	: 4012017139
Tempat dan Tanggal Lahir	: Kuala Simpang, 26 Oktober 1999
Kewarganegaraan	: Indonesia
Agama	: Islam
Pekerjaan	: Mahasiswi
Alamat	: Dusun Hasanah, Desa Kota Lintang, Kec. Kota Kualasimpang, Kab. Aceh Tamiang
Ayah	: Alm. H. Muhammad Hanan
Ibu	: Suartik
Email	: khaicut9@gmail.com

2. RIWAYAT PENDIDIKAN

2006 – 2011	: SD Negeri 2 Kota Kualasimpang
2011 – 2014	: SMP Negeri 1 Kota Kualasimpang
2014 – 2017	: SMA Negeri 2 Kejuruan Muda

SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
NOMOR 184 TAHUN 2020
T E N T A N G
PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PRODI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA;

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran Penyusunan Skripsi mahasiswa Prodi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dipandang perlu menunjuk Pembimbing Skripsi;
- b. Bahwa yang namanya tercantum dalam surat keputusan ini dipandang perlu dan cakap serta memenuhi syarat untuk ditunjuk dalam tugas tersebut;
- c. Untuk maksud tersebut di atas, dipandang perlu ditetapkan dalam surat keputusan.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi;
2. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009 Tentang Dosen;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
4. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 146 Tahun 2014 Tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawiyah Cot Kala Langsa Menjadi Institut Agama Islam Negeri Langsa;
5. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 10 Tahun 2015 Tanggal 12 Februari 2015 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Langsa;
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/17201, tanggal 24 April 2019, tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 140 Tahun 2019, tanggal 09 Mei 2019, tentang Pengangkatan Dekan dan Wakil Dekan pada Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
8. DIPA Nomor : 025.04.2.888040/2020, Tanggal 12 November 2019.
- Memperhatikan: Hasil Seminar Proposal Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tanggal 19 Mei 2020.

MEMUTUSKAN:

- Menetapkan : **Abdul Hamid, MA** sebagai Pembimbing I dan **Ade Fadillah FW Pospos, M.A** sebagai Pembimbing II untuk Penulisan Skripsi Mahasiswa atas nama **Cut Khairani**, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) :4012017139, dengan Judul Skripsi : **"Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, Motivasi dan Perilaku Pelaku Bisnis Terhadap Minat Bertransaksi di Perbankan Syariah"**.
- Ketentuan : a. Masa bimbingan Skripsi maksimal 1 (Satu) Tahun terhitung mulai tanggal Keputusan ini sampai dengan pendaftaran Sidang Munaqasyah Skripsi;
- b. Masa Bimbingan kurang dari 1 (Satu) Tahun apabila masa studi telah berakhir;
- c. Setiap Bimbingan harus mengisi Lembar Konsultasi yang tersedia;
- d. Penyelesaian Skripsi yang melewati masa studi berlaku ketentuan tersendiri;
- e. Masa Studi Program Strata Satu (S1) adalah 7 (Tujuh) Tahun;
- f. Kepada Pembimbing I dan Pembimbing II tidak diperkenankan untuk merubah judul skripsi yang telah ditetapkan dalam SK, kecuali melalui proses pembahasan ulang dan harus berkoordinasi dengan Ka. Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa;
- g. Selama melaksanakan tugas ini kepada Pembimbing I dan Pembimbing II diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada Institut Agama Islam Negeri Langsa;
- h. Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila terdapat kekeliruan dalam Surat Keputusan ini maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya.

Kutipan Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.



- Tembusan :
1. Ketua Jurusan/Prodi Perbankan Syariah FEBI IAIN Langsa;
 2. Pembimbing I dan II;
 3. Mahasiswa yang bersangkutan.