

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI, PROMOSI, BAGI HASIL, DAN
PRODUK TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BANK SYARIAH
(STUDI KASUS MASYARAKAT KECAMATAN BOJONEGORO JAWA
TIMUR)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

Oleh:

YUNITA ANGGRAINI

NIM. 15820013

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2019**

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI, PROMOSI, BAGI HASIL, DAN
PRODUK TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BANK SYARIAH
(STUDI KASUS MASYARAKAT KECAMATAN BOJONEGORO JAWA
TIMUR)**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

Oleh:
YUNITA ANGGRAINI
NIM. 15820013

DOSEN PEMBIMBING:
JOKO SETYONO, SE., M.SI.
NIP. 19730702 200212 1 003

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2019**



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor: B-868/Un.02/DEB/PP.00.9/9/2019

Tugas Akhir dengan judul: ANALISIS PENGARUH PERSEPSI, PROMOSI, BAGI HASIL,
DAN PRODUK TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BANK
SYARIAH (STUDI KASUS MASYARAKAT KECAMATAN
BOJONEGORO JAWA TIMUR)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : YUNITA ANGGRAINI
Nomor Induk Mahasiswa : 15820013
Telah diujikan pada : Kamis, 12 September 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta.

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua sidang

Joko Setyono, SE., M.Si.
NIP. 19730702 200212 1 003

Penguji I

Penguji II

Rosyid Nur Anggara Putra, SPd., M.Si.
NIP. 19880524 201503 1 010

Drs. Akhmad Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.
NIP. 19661119 199203 1 002

Yogyakarta, 20 September 2019

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dekan



Dr. H. Syafiq Muhammad Hanafi, M.Ag.
NIP. 19670518 199703 1 003



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Sdr. Yunita Anggraini
Koprote,
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Yunita Anggraini
NIM : 15820013
Judul Skripsi : **“Analisis Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, dan Produk Terhadap Minat Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Bojonegoro Jawa Timur)”**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 05 September 2019
05 Muharram 1441 H

Pembimbing,

Joko Setyono, SE., M.Si
NIP. 19730702 200212 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yunita Anggraini

NIM : 15820013

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, dan Produk Terhadap Minat Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Bojonegoro Jawa Timur)”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote*, *footnote* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 05 September 2019

Penyusun

Yunita Anggraini
NIM. 15820018



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yunita Anggraini
NIM : 15820013
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Analisis Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, dan Produk Terhadap Minat Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Bojonegoro Jawa Timur)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada tanggal, 05 September 2019

Yang menyatakan



(Yunita Anggraini)

MOTTO

“SABAR dan SYUKUR”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Allahumma sholli 'alaa Muhammad wa 'alaa ali Muhammad

Untuk kedua orang tuaku tercinta Emak Yasri dan Bapak Wahudi yang tanpa lelah mendo'akan dan memberikan dukungan. Untuk kakakku Rendy Wibowo dan Nauvy Nahdliyah Masithoh. Untuk teman-teman seperjuangan yang telah mendukung dan mendo'akan. Dan Untuk almamaterku UIN Sunan Kalijaga yang telah memberikan ruang untuk belajar dan mengenal ilmu pengetahuan.



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	S	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Z	Zet
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Shad	Sh	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	Dh	De (dengan titik di bawah)
ط	Tha'	Th	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Zha'	Zh	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	Gh	Ge dan ha
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Min	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostref
ي	Ya	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbuttah

Semua *ta'* marbuttah ditulis dengan *h*, baik berada pada kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	Ditulis	<i>'illah</i>
الولياء كرامة	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

---َ---	Fathah	Ditulis	A
---ِ---	Kasrah	Ditulis	I
---ُ---	Dammah	Ditulis	U
فعل	Fathah	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
ذكر	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يذهب	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	Ditulis	A
جاهليّة	Ditulis	<i>Jahiliyyah</i>
2. fathah + ya' mati	Ditulis	A
تنسى	Ditulis	<i>Tansa</i>
3. kasrah + ya' mati	Ditulis	I
كريم	Ditulis	<i>Karim</i>
4. dhammah + wawu mati	Ditulis	U
فروض	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + ya' mati	Ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	<i>Au</i>
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata yang dipisahkan dengan Apostof

أأنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
شكرتم لئن	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *qamariyyah* maka ditulis menggunakan huruf awal “al”

القرآن	Ditulis	<i>Al-Quran</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* maka ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السماء	Ditulis	<i>As-sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-syams</i>

3. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya yang telah memberikan petunjuk dan membimbing umatnya ke jalan yang diridhoi Allah SWT.

Alhamdulillah berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir/skripsi dengan judul. Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir/skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna, baik dari segi penulisan, penyusunan maupun isinya. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan pengetahuan, kemampuan, dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan.

Tugas skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian tugas akhir/skripsi ini, di antaranya kepada:

1. Prof.Dr. KH. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dian Nuriyah Solisa. Selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing saya dari awal proses perkuliahan hingga akhir semester.

4. Joko Setyono, SE., M.Si. Selaku Kaprodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dan selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing, mengarahkan, memberikan kritik dan saran serta memberikan motivasi selama penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan selama menempuh pendidikan di kampus tercinta ini.
6. Seluruh pegawai staf TU Prodi, Jurusan, dan Fakultas di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah membantu proses belajar di kampus tercinta ini.
7. Orang tuaku tercinta Bapak Wahudi dan Emak Yasri yang selalu mendo'akan dan mendukung disetiap langkah kaki ini. Mas Rendy, Mbak Nauvy, dan Dzakiyya yang selalu memberikan do'a dan motivasi penulis.
8. Pak De Yoto dan keluarga, Pak Lek Wan dan keluarga, Pak Lek Ran dan keluarga, Pak Lek Rus dan keluarga, dan Bu Lek Us dan keluarga yang selalu menanyakan progres skripsi sehingga memotivasi penulis untuk segera menyelesaikannya.
9. *Partner* terbaikku Nisrina Nurul Fikri. Rizky Eko Widodo teman main yang sudah membantu dan meminjamkan laptopnya untuk menyelesaikan skripsi. Femeilia Rifqi Wardani yang sudah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.

10. Teman-teman yang selalu memberi semangat dan mendo'akan penulis untuk segera menyelesaikan tugas ini; Nanda, Anis, Omah, Fadlun, Santi, Bibin, Fiko, Danu, Ilham, Thifal, Nuurun, Aii, Rizka, Panggay, Azmi, Katrino, dan lainnya.
11. Keluarga besar perbankan syariah 2015 khususnya PS A yang telah kebersamai penulis dalam proses belajar.
12. Dan semua teman-teman dan pihak-pihak yang sudah membantu penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT memberikan berkah, rahmat, dan hidayah-Nya serta membalas semua jasa-jasa mereka yang telah banyak membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Besar harapan bagi penulis atas kritik, saran, dan masukan yang membaca berikan untuk perbaikan selanjutnya. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat kepada penulis khususnya dan kepada pembaca pada umumnya. Amin.

Yogyakarta, 05 September 2019

Penulis,



Yunita Anggraini
15820013

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
ABSTRAK.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Landasan Teori.....	9
1. <i>The Theory of Planned Behavior</i> (Teori Perilaku Terencana)	9
2. Minat.....	11
3. Persepsi.....	13
4. Promosi.....	16
5. Bagi Hasil.....	20
6. Produk.....	26
B. Telaah Pustaka.....	36
C. Pengembangan Hipotesis.....	43

D. Kerangka Pemikiran.....	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	47
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	47
B. Sumber Data Penelitian.....	47
C. Populasi dan Sampek Penelitian.....	48
D. Teknik Pengumpulan Data.....	49
E. Definisi Operasional Variabel.....	50
F. Skala Pengukuran Penelitian.....	52
G. Metode Analisis Data.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHSAN.....	58
A. Karakteristik Responden.....	58
B. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	62
C. Uji Asumsi Klasik.....	66
D. Analisis Deskriptif.....	69
E. Uji Hipotesis.....	71
F. Pembahasan.....	76
BAB V PENUTUP.....	84
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Daftar Bank Syariah Kecamatan Bojonegoro	3
Tabel 2.1 Perbedaan antara sistem bunga dan sistem bagi hasil	26
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Penelitian.....	53
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Usia.....	59
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir.....	60
Tabel 4.4 Pekerjaan.....	61
Tabel 4.5 Pendapatan.....	62
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Perspsi	63
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	63
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Bagi Hasil	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Produk.....	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Minat.....	64
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedasitisitas	69
Tabel 4.15 Hasil Analisis Deskriptif	70
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	71
Tabel 4.17 Hasil Uji Koegisien Determinasi.....	73
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	74
Tabel 4.19 Hasil Uji t.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram TPB.....	10
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	46
Gambar 4.1 Hasil Uji P-P Plot Test.....	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	xxiii
Lampiran 2. Data Jawaban Respoden	xxix
Lampiran 3. Hasil Olah Data SPSS	xxxii
Lampiran 4. Dokumentasi	xxxix
Lampiran 4. Dokumentasi	xli



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, dan Produk terhadap minat menggunakan bank syariah (Studi kasus masyarakat kecamatan Bojonegoro Jawa Timur). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, dan Produk. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menggunakan bank syariah (Studi kasus masyarakat kecamatan Bojonegoro Jawa Timur). Penelitian ini dilakukan di kecamatan Bojonegoro, dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel persepsi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan bank syariah (Studi kasus masyarakat kecamatan Bojonegoro Jawa Timur), variabel promosi, bagi hasil, dan produk berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat menggunakan bank syariah (Studi kasus masyarakat kecamatan Bojonegoro Jawa Timur).

Kata kunci: Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, Produk, dan Minat Menggunakan Bank Syariah.



ABSTRACT

This research aims to know the influence of perception, promotion, profit and lost sharing, and product on the interest in using islamic banks (case study of people in Bojonegoro district East Java). The independent variables that used in this research were perception, promotion, profit and lost sharing, and product. The dependent variable in this research was interest in using islamic banks (case study of people in Bojonegoro district East Java). The reaserch location was at Bojonegoro district East Java, the data collection method that used was trough questionnaire, data analysis technique that used was multiple linier regression. Result of hipotesis tes showed that perception did not significant effect the interest in using Sharia banks, and promotion, profit and lost sharing, and product have a significant positive to the interest in using Sharia banks (case study of people in Bojonegoro district East Java).

Keywords: perception, promotion, profit and lost sharing, product, and interests using Sharia banks.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah merupakan bank dengan sistem yang berlandaskan prinsip-prinsip islam. Kehadiran perbankan syariah di tengah-tengah perbankan konvensional adalah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat islam yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar larangan riba (Rahmawaty, 2014). Selain itu dalam operasional perbankan syariah pada prinsipnya dapat melakukan kegiatan usaha sepanjang tidak bertentangan dengan petunjuk dan ketentuan syariah, peraturan perundang-undangan yang berlaku serta persetujuan Bank Indonesia dan Dewan Syariah Nasional.

Di Indonesia perkembangan perbankan syariah akhir-akhir ini mengalami peningkatan. Jumlah nasabah simpanan perbankan syariah terus tumbuh hingga menembus 23,18 juta pada akhir Agustus 2018. Jumlah nasabah tersebut tumbuh 13% dibandingkan setahun lalu yang tercatat 20,48 juta. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan, jumlah nasabah pembiayaan menembus 4,78 juta, yang merupakan rekor tertinggi selama industri perbankan syariah berdiri di Indonesia. Jumlah nasabah pembiayaan tumbuh 11,58% dari setahun sebelumnya. Adapun rekor tertinggi untuk nasabah

simpanan perbankan syariah terjadi pada Juli 2018 yang mencapai 23,22 juta nasabah.¹

Salah satu provinsi yang mengalami peningkatan jumlah pembiayaan yang dilakukan oleh perbankan syariah adalah provinsi Jawa Timur yaitu pada Februari 2019 sebesar 28,2 Triliun. Menurut Mulyanto yang merupakan Direktur Pengawasan Lembaga Jasa Keuangan 2 dan Manajemen Strategis Otoritas Jasa Keuangan Regional 4 Jawa Timur, situasi tersebut menunjukkan adanya pertumbuhan sebesar 9,13% dengan *share* terhadap kredit perbankan di Jawa Timur mencapai 5,91%. Hal ini menunjukkan keuangan syariah di Jawa Timur masih memiliki potensi yang sangat besar untuk terus dikembangkan.²

Bojonegoro merupakan sebuah kecamatan di Kabupaten Bojonegoro, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Bojonegoro juga merupakan ibukota kabupaten Bojonegoro dan merupakan pusat pemerintahan Kabupaten Bojonegoro dan Bakorwil Bojonegoro. Kecamatan Bojonegoro ini merupakan Kecamatan terbesar di Kabupaten Bojonegoro dengan jumlah penduduk 91.023 jiwa. Kecamatan Bojonegoro merupakan pusat perkotaan kabupaten Bojonegoro, kota ini cukup besar dan ramai, dengan perekonomian warganya selalu mengalami peningkatan, sehingga menarik banyak investor untuk mendirikan pasar modern ataupun supermarket.³

Di kecamatan Bojonegoro fasilitas perbankan sangat lengkap, hampir semua bank berskala nasional berdiri di kota ini. Akan tetapi fasilitas

¹ <https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20181026075105-29-39119/jumlah-nasabah-bank-syariah-tembus-rekor-ayo-hijrah> diakses pada 06 Maret 2019 16:52

² <https://republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/pqva9a370/emshare-asset-emperbankan-syariah-jatim-masih-di-bawah-nasional> diakses pada 19 Juni 2019 6.02

³ <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Bojonegoro>, Bojonegoro diakses pada 25 Agustus 2019 08.06

perbankan yang ada di kecamatan Bojonegoro didominasi oleh bank konvensional dan tidak diimbangi oleh kehadiran bank syariah yang memadai. Saat ini terdapat tiga bank syariah yang beroperasi di kecamatan Bojonegoro yaitu Bank BRI syariah, Bank Syariah Mandiri, dan Bank Mitra Syariah.

Tabel 1.1 Daftar Bank Syariah Kecamatan Bojonegoro

Nama Bank	Alamat
Bank Syariah Mandiri	Jl. Panglima Sudirman No. 99A, Kabupaten Bojonegoro, 62113.
Bank BRI Syariah	Jl. Untung Suropati Blok A No. 9, Ruko Adipura, Bojonegoro.
Bank Mitra Syariah	Jl. MH. Thamrin No.103, Ledok Kulon Tiga, Ledok Kulon, Kec. Bojonegoro, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur 62112

Dalam wawancara dengan Bapak Firman Ardiyansyah yang merupakan *ex branch manager* di Bank Syariah Mandiri KC Bojonegoro menyatakan bahwa dalam lima tahun terakhir pertumbuhan jumlah nasabah penabung mengalami peningkatan rata-rata 10% setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa adanya peningkatan minat masyarakat terhadap bank syariah. Minat merupakan satu unsur kepribadian yang memegang peranan penting dalam mengambil keputusan masa depan. Minat mengarahkan individu terhadap suatu objek atas dasar rasa senang atau rasa tidak senang. Perasaan senang atau tidak senang merupakan dasar suatu minat. Minat individu terhadap suatu objek tidak terbentuk begitu saja. Akan tetapi ada beberapa

faktor yang memengaruhi dan membentuk minat individu terhadap suatu objek. Salah satu faktor yang mempengaruhi minat individu adalah persepsi. Menurut Kotler (2001) persepsi merupakan proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk suatu gambaran yang berarti mengenai dunia. Seseorang dapat membentuk persepsi-persepsi yang berbeda mengenai rangsangan yang sama karena ada tiga macam proses penerimaan indera: perhatian selektif, distorsi selektif, dan retensi selektif. Tiap orang dihadapkan pada sejumlah besar rangsangan setiap harinya.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat adalah promosi, yaitu bagaimana sebuah perusahaan mengiklankan produk yang dimilikinya kepada masyarakat. Kurangnya promosi akan membuat masyarakat tidak mengetahui keberadaan bank syariah dan hal tersebut akan mempengaruhi minat masyarakat terhadap bank syariah. Promosi dapat diartikan sebagai hubungan komunikatif produsen kepada konsumen untuk memberitahukan produk yang dimiliki.

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2008:120) promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Hal ini dilakukan dengan menggunakan alat-alat promosi.

Perilaku nasabah dalam memilih bank syariah juga didorong faktor keuntungan atau dengan cara melihat tingkat bagi hasil (Wahab, 2016). Sistem bagi hasil merupakan sistem di mana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam melakukan kegiatan usaha. Di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan di dapat antara kedua belah pihak atau lebih (Wahab, 2016). Sistem bagi hasil inilah yang membedakan antara bank syariah dengan bank konvensional yang menerapkan sistem bunga untuk mengambil keuntungan.

Faktor lainnya yang tidak kalah penting dalam mempengaruhi minat terhadap bank syariah adalah produk. Menurut (Chotimah, 2014) produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan kepada nasabah dengan tujuan untuk memasukkan suatu keinginan nasabah. Sedangkan menurut Saladin (1996:4) produk adalah segala sesuatu yang dapat diberikan kepada seseorang guna memasukkan suatu kebutuhan atau keinginan, baik yang berwujud maupun tidak berwujud.

Telah dilakukan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan minat terhadap bank syariah. Penelitian yang dilakukan Mielanti (2017) menyatakan bahwa variabel literasi keuangan, bagi hasil, religiusitas, dan pendapatan secara parsial berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah. Penelitian yang dilakukan Andespa (2017) menunjukkan bahwa variabel marketing mix, faktor budaya, faktor sosial, dan faktor psikologi dengan presentase 74,46 % yang artinya responden masih mempertimbangkan

variabel yang diteliti, sedangkan sisanya 25,538% memperlihatkan variabel lain yang tidak tercakup dalam variabel penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan Supriadi (2016) variabel promosi berpengaruh terhadap minat menabung. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Chotimah (2014) menunjukkan bahwa variabel produk dan promosi tidak berpengaruh terhadap masyarakat memilih bank syariah.

Oleh karena itu dalam penelitian ini peneliti ingin mengadakan penelitian lebih lanjut dengan judul: Analisis Pengaruh Persepsi, Promosi, Bagi Hasil, dan Produk terhadap minat menggunakan bank syariah (studi kasus masyarakat kecamatan Bojonegoro Jawa Timur).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka perumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh variabel persepsi terhadap minat menggunakan bank syariah?
2. Bagaimanakah pengaruh variabel promosi terhadap minat menggunakan bank syariah?
3. Bagaimanakah pengaruh variabel bagi hasil terhadap minat menggunakan bank syariah?
4. Bagaimanakah pengaruh variabel produk terhadap minat menggunakan bank syariah?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan pengaruh variabel persepsi terhadap minat menggunakan bank syariah.
2. Untuk menjelaskan pengaruh variabel promosi terhadap minat menggunakan bank syariah.
3. Untuk menjelaskan pengaruh variabel bagi hasil terhadap minat menggunakan bank syariah.
4. Untuk menjelaskan pengaruh variabel produk terhadap minat menggunakan bank syariah.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa:

a. Manfaat secara teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan bahan referensi bagi pembaca pada umumnya dalam penelitian yang hampir sama atau sebagai informasi dan masukan untuk pengembangan yang lebih lanjut.

b. Manfaat secara praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan hasil penelitian sehingga menjadi masukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan khususnya bagi penyusun, umumnya bagi mahasiswa dan seluruh masyarakat

E. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II KERANGKA TEORI

Bab ini berisilandakan teori, telaah pustaka, hipotesis penelitian dan kerangka berfikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, devinisi operasional variabel penelitian, dan metode metode analisis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis data diri interpretasi hasil sebagai pembahasan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan hasil analisis penelitian dan saran bagi peneliti selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka kesimpulan yang dapat diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh perspsi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat. Hal tersebut dibuktikan melalui nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05.
2. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh promosi berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat. Hal tersebut dibuktikan melalui nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05.
3. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat. Hal tersebut dibuktikan melalui nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05.
4. Berdasarkan hasil pengujian pengaruh produk berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat. Hal tersebut dibuktikan melalui nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05.

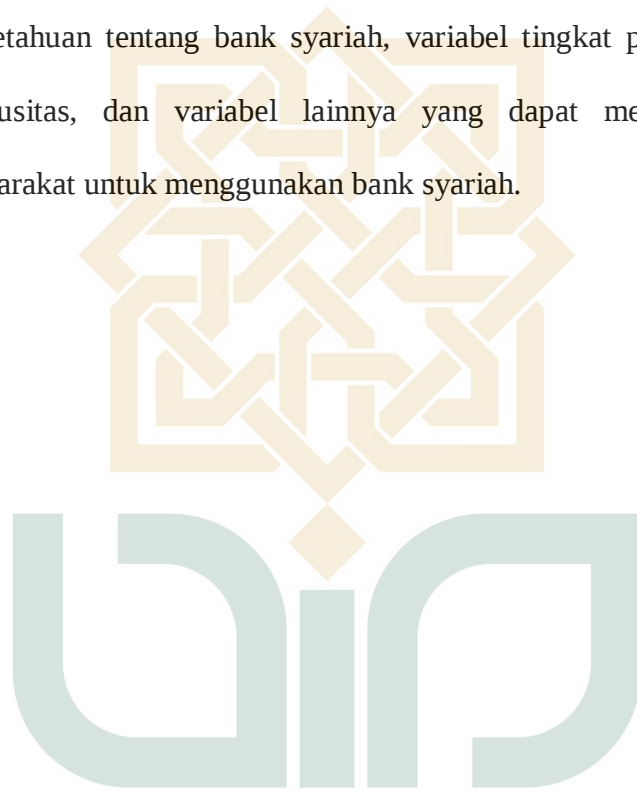
B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian penulis dapat menyampaikan saran sebagai berikut:

1. Bank syariah harus lebih memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh masyarakat dan melakukan promosi secara *masif*. Selain itu bank syariah

juga harus memberikan literasi keuangan syariah untuk masyarakat, agar masyarakat lebih tau tentang informasi bank syariah dan keberadaan bank syariah di tengah-tengah masyarakat.

2. Bagi penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk menambah variabel independen agar bisa mengetahui faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat masyarakat seperti variabel lokasi, variabel pengetahuan tentang bank syariah, variabel tingkat pendidikan, variabel religiusitas, dan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan bank syariah.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan terjemahnya. 2012. Al-Fatih Holy Qur'an. Jakarta: Insan Media Pustaka
- Al-Qardhawi, Yusuf. 2001. *Bunga Bank Haram*. Jakarta: Akbar
- Antonio, Syafi'i. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta:Gema Insani Pers.
- Ascarya. 2007. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Undip.
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Hadi, Sutrisno. 1995. *Analisis Butir Untuk Instrumen Angket, dan Skala Nilai*. Yogyakarta: FP UGM
- Hartono, Jogiyanto. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnia: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPFE.
- Indonesia, Depdikbud. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka
- Indrianto Nur dan Supomo Bambang. 2014. *Metodologi Pelenilian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE
- Ismail. 2013. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Istijanto. 2010. *Riset Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gramedia.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2015. Mendikbud
- Kerlinger. 2008. *Rancangan Penelitian*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip, & Amnstrong, Gary . 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lamb, Charles, & Hair, Joshep, & McDaniel, Carl. 2001. *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Pemasaran Jasa*. Banten: Universitas Terbuka.
- Lupiyoadi, Rambat, & Bramulya, Ridho I. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta Selatan: salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat, & Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Machmud, Amir, & Rukmana. 2010. *Bank Syariah: Teori, Kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia*. Jakarta: Erlangga
- Mappier, Andi. 1982. *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Muhammad. 2005. *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP AMPYKPN.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Remy, Sutan. 2014. *Perbankan Syariah: produk-produk dan Aspek-Aspek Hukumnya*. Jakarta: Kencana.
- Rusman. 2011. *Model-Model Pembelajaran Mengembangkan Profesionalisme Guru*. Jakarta: Rajawali Press.
- Saladin, Djaslim. 1996. *Unsur-Unsur Inti Pemasaran dan Manajemen Pemasaran*. Mandar Maju.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis* edisi 6 buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma. 2003. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

- Suharyadi dan Purwanto. 2016. *Statistika unru ekonomi dan keuangan modern*. Jakarta: Salemba Empat.
- Supriyanto. 2009. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: Indeks.
- Suryabrata, Sumadi. 2007. *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: PT. Rajawali.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Toha, Miftah. 2010. *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Rajawali Pres.
- Umam, Khotibul. 2016. *Perbankan syariah: dasar-dasar dan dinamika perkembangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- UU No. 10 tahun 1998 pasal 1 butir 13 tentang Ketentuan prinsip bagi hasil
- Walgito, Bimo. 2010. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Zamir. 2000. *Analisis Risiko Perbankan Syariah*. Jakarta: Salemba Empat.
- Abhimantra, Ananggadipta dkk. 2013. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah (mahasiswa) dalam memilih menabung pada bank syariah. Bandung: Jurnal Proceeding PESAT.
- Ajzen, icak. 1991. *Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and human Decision Processes, Volume 50*.
- Ajzen, Icak. 2006. *Constructing a TPB Questionnaire: conceptual and methodological considerations*.
- Andespa, Roni. 2017. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah. *Jurnal keuangan dan perbankan UIN Imam Bonjol Padang*.
- Astuti, Tri (2013). Pengaruh persepsi nasabah tentang tingkat suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah. *Jurnal Nominal Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Baba, Ricardo dan Ricky, Lang. *Perseption of non muslims towards islamic banking. Journal of the institute of bankers malaysia no. 1 Juni 2012*.
- Chotimah, Chusnul. 2014. *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah*. Naskah Publikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Hardian, Atanasius. 2015. Pengaruh bagi hasil, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa perbankan syariah tabungan mudharabah (studi kasus pada nasabah bank muamalat pekalongan). Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Junaidi. Persepsi masyarakat untuk memilih dan tidak memilih bank syariah (studi kota palopo). Jurnal Fokus Bisnis vol. 14 no. 2 Desember 2015.
- Mielanti, Wyska. 2017. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa UIN Sunan Kalijaga untuk menabung di Bank Syariah. Skripsi UIN Sunan Kalijaga.
- Mutholibin, Khoirul. 2014. Strategi Pemasaran Pt. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Bojonegoro Dalam Menarik Calon Nasabah Baru Pada Produk Pembiayaan Mikro. Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Ningsih, Julia Sri. 2017. Pengaruh persepsi, tingkat religiusitas, dan disposable income terhadap minat menabung di perbankan syariah. Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Prihanto, Hendi. 2017. Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang memengaruhi masyarakat untuk menabung di bank syariah. Jurnal Provita
- Rahmawaty, Anita. 2014. Pengaruh persepsi tentang bank syariah terhadap minat menggunakan produk di BNI syariah Semarang. Jurnal ADDIN STAIN Kudus.
- Sutrisno, Agus. 2016. Analisis pengaruh persepsi, kualitas pelayanan, promosi, dan religiusitas terhadap minat mahasiswa menabung di perbankan syariah. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Wahab, Wirdayani. 2016. Pengaruh tingkat bagi hasil terhadap minat menabung di bank syariah. Jurnal ekonomi dan bisnis islam sekolah tinggi ilmu ekonomi Mahaputra Riau.
- Zubair, Zulkifli, Dan Mahdalena. 2014. Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Menabung di Bank Muamalat Cabang Gorontalo. Jurnal Akuntansi Universitas Negeri Gorontalo.

<https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20181026075105-29-39119/jumlah-nasabah-bank-syariah-tembus-rekor-ayo-hijrah> diakses pada 06 Maret 2019 16:52

<https://republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/pqva9a370/emshare-asset-emperbankan-syariah-jatim-masih-di-bawah-nasional> diakses pada 19 Juni 2019 6.02

<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Bojonegoro>, Bojonegoro diakses pada 25 Agustus 2019 08.06

