

**PENGARUH TINGKAT PENGETAHUAN, KUALITAS LAYANAN,
DAN TINGKAT LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN MASYARAKAT MUSLIM
MENGUNAKAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan**



Disusun Oleh :
Rahmawati Deylla Handida
14804241034

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2019**

**PENGARUH TINGKAT PENGETAHUAN, KUALITAS LAYANAN,
DAN TINGKAT LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN MASYARAKAT MUSLIM
MENGUNAKAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Oleh:

RAHMAWATI DEYLLA HANDIDA

14804241034



Telah disetujui dan disahkan pada tanggal 8 Januari 2019
untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Pendidikan Ekonomi
Jurusan Pendidikan Ekonomi
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui
Dosen Pembimbing

Dr. Maimun Sholeh, M.Si.
NIP. 19660606 200501 1 0

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul:

**PENGARUH TINGKAT PENGETAHUAN, KUALITAS LAYANAN,
DAN TINGKAT LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN MASYARAKAT MUSLIM
MENGUNAKAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Oleh:

RAHMAWATI DEYLLA HANDIDA
14804241034

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 15 Januari 2019 dan
dinyatakan telah lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama Lengkap	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Drs. Supriyanto, MM.	Ketua Penguji		16/01/19
Dr. Maimun Sholeh, M.Si.	Sekretaris		16/01/19
Aula Ahmad HSF, SE.,M.Si.	Penguji Utama		16/01/19

Yogyakarta, 17 Januari 2019

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Dekan


Dr. Sugiharsono, M.Si.

NIP. 19550328 198303 1 002

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmawati Deylla Handida
NIM : 14804241034
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan,
dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah terhadap
Pengambilan Keputusan Menggunakan Produk
Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta
(DIY)

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri.
Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau
diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata
penulisan ilmiah yang lazim.

Yogyakarta, 10 Januari 2019

Penulis,



Rahmawati Deylla Handida
NIM. 14804241034

MOTTO

“Bertakwalah kepada Allah, maka Dia akan membimbingmu. Sesungguhnya Allah mengetahui segala sesuatu.”

(Qs. Al-Baqarah: 282)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(Qs. Al-Insyirah: 5-6)

“If you are working on something that you really care about, you don’t have to be pushed. The vision pulls you”

(Steve Jobs)

“You are never too old to set another goal or to dream a new dream.”

(C.S. Lewis)

“Mimpimu tetaplah besar walau orang lain melihatnya kecil”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, Ibu Titik Siswanti dan Bapak Istajib, yang telah bersabar dan ikhlas dalam memberikan dukungan moral maupun moril, serta tidak pernah lelah dalam mendoakan anaknya.
2. Kedua adik saya, Vinda Audi Noerraissa dan Muhammad Iqbal Rais yang telah mendukung dan menghibur saya ketika segala cobaan terasa semakin berat.
3. Keluarga besar Marno *familiy*, cucu pertama kalian akhirnya dapat menyelesaikan skripsinya.
4. Universitas Negeri Yogyakarta

**PENGARUH TINGKAT PENGETAHUAN, KUALITAS LAYANAN,
DAN TINGKAT LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN MASYARAKAT MUSLIM
MENGUNAKAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH
DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Oleh:

**Rahmawati Deylla Handida
14804241034**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah baik secara parsial maupun simultan terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim yang menggunakan produk perbankan syariah di DIY. Sampel penelitian berjumlah 100 masyarakat muslim dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear ganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan tingkat literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di DIY baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci: Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, Tingkat Literasi Keuangan Syariah, Produk Perbankan Syariah.

***THE IMPACT OF KNOWLEDGE LEVEL, SERVICE QUALITY, AND
ISLAMIC FINANCIAL LITERACY LEVEL TOWARD MUSLIM
COMMUNITY TO USE SYARIAH BANKING PRODUCT IN DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA***

By:

**Rahmawati Deylla Handida
14804241034**

ABSTRACT

This research aims to know the impact of knowledge level, service quality, and islamic financial literacy level partially and simultancously toward taking decision muslim community to use syariah banking product in Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY).

This study was classified into quantitative research with a causal associative approach. The research population comprised muslim community who used syariah banking product in DIY. The sample of this study was a hundred muslim coummunity, was selected by using purposive sampling technique. The data was collected by using questionnaire. The data was analyzed by using multiple linear regression analysis.

The result of the study shows that the knowledge level, the service quality, and the islamic financial literacy have significant effects towards taking decision muslim community to use syariah banking product in DIY partially and silmutanously.

Keyword: Knowledge Level, Service Quality, Islamic Financial Literacy, Syariah Banking Product.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang dengan segala nikmat dan karunia-Nya, tugas akhir skripsi dengan judul “Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)” dapat terselesaikan. Persiapan dan pelaksanaan hingga terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan peran berbagai banyak pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Sutrisna Wibawa, M.Pd., selaku Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta beserta.
3. Tejo Nurseto, M.Pd. selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
4. Dr. Maimun Sholeh, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, dukungan, dan arahan selama penyusunan tugas akhir skripsi ini hingga usai.
5. Aula Ahmad Hafidh Saiful Fikri, SE.,M.Si. Selaku Penguji Utama yang telah memberikan saran dan arahan dalam perbaikan tugas akhir skripsi ini.
6. Drs. Supriyanto, MM., selaku Ketua Penguji yang telah memberikan saran dan masukan dalam perbaikan tugas akhir skripsi ini.

7. Seluruh Dosen Pendidikan Ekonomi yang selama ini telah meluangkan waktu untuk membagikan ilmunya.
8. Sahabat-sahabatku Tika M, Tika D, Putri Rizkyana, Puput, Mety, Irma, dan Atika yang selama lebih dari empat tahun ini selalu menemaniku bahkan membantuku hingga terselesaikannya tugas akhir skripsi ini.
9. Sahabatku Melysa Ambarwati yang selalu hadir dalam susah dan bahagiaku. Beribu terimakasih diriku ucapkan kepadamu yang selalu menyisihkan waktumu untukku ditengah kesibukanmu yang luar biasa padat.
10. Teman seperjuangan mencari nafkah Wahyu Nur Utami, Norma, dan Rizka terimakasih telah banyak memberikan warna dalam perjuanganku.
11. Warga Ngadiwulan (Pak Giman, Bu Wartu, Mas Lilik, Mbak Rul, Mbak Nisa, Asep, Hamid, Andri, Mas Lisin, Kikik, Mbak Okta, dll) yang telah dengan senang hati menampung saya ketika sedang membutuhkan tempat peristirahatan serta dorongan untuk segera menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Seluruh teman-teman Pendidikan Ekonomi 2014, HMPE FE NY, KKN B149, PLT SMA N 1 Gamping yang telah memberikan banyak pembelajaran.
13. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan dukungan sehingga tugas akhir skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga kebaikan semua pihak mendapat balasan dari Allah SWT dan diberikan kemudahan dalam setiap urusannya. Penulis menyadari dalam penulisan tugas akhir skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat

dibutuhkan guna menyempurnakan tugas akhir skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat dan dapat dijadikan referensi penelitian bagi peneliti selanjutnya.

Yogyakarta, 9 Januari 2019

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Rahmawati Deylla Handida', written in a cursive style.

Rahmawati Deylla Handida
NIM. 14804241034

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II KAJIAN TEORI.....	12
A. Kajian Teori	12
1. Keputusan Konsumen.....	12
2. Pengertian Bank Syariah	22
3. Produk Perbankan Syariah	23
4. Tingkat Pengetahuan	30
5. Kualitas Layanan.....	34
6. Literasi Keuangan Syariah	40
B. Penelitian yang Relevan.....	48
C. Kerangka Berpikir.....	53
D. Paradigma Penelitian.....	56
E. Hipotesis Penelitian.....	57
BAB III METODE PENELITIAN.....	58
A. Jenis Penelitian.....	58
B. Jenis Data dan Sumber Data	58
C. Tempat dan Waktu Penelitian	58
D. Populasi dan Sampel	59
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasioanal	60
F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	63

G. Uji Coba Instrumen	66
H. Teknik Analisis Data	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	76
A. Deskripsi Data	76
B. Analisis Data	90
C. Pembahasan	99
D. Keterbatasan Penelitian	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	104
A. Kesimpulan	104
B. Saran	105
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan Total Aset, Jaringan Kantor dan Tenaga Kerja Perbankan Syariah – SPS 2018 (<i>Sharia Banking Networks</i>)	2
Tabel 2. Perkembangan Asset Perbankan Syariah tahun 2003-2008.....	3
Tabel 3. Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota dan Agama yang Dianut di Provinsi D.I. Yogyakarta.....	4
Tabel 4. Jumlah Penduduk ber-Agama Islam di DIY tahun 2017	63
Tabel 5. Keputusan Masyarakat Muslim (Y).....	64
Tabel 6. Tingkat Pengetahuan (X1)	64
Tabel 7. Kualitas Pelayanan (X2)	65
Tabel 8. Literasi Keuangan Syariah (X3)	65
Tabel 9. Skor Alternatif Jawaban Instrumen.....	65
Tabel 10. Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Pengetahuan	67
Tabel 11. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	68
Tabel 12. Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Literasi Keuangan Syariah.....	69
Tabel 13. Hasil Uji Validitas Variabel Pengambilan Keputusan	70
Tabel 14. Skor Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i>	71
Tabel 15. Hasil Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 16. Karakteristik Responden	77
Tabel 17. Gambaran Umum Pendapatan Nasabah.....	77
Tabel 18. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	79
Tabel 19. Distribusi Frekuensi Variabel Tingkat Pengetahuan	80
Tabel 20. Kategori Variabel Tingkat Pengetahuan	81
Tabel 21. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan.....	83
Tabel 22. Kategori Variabel Kualitas Pelayanan	84
Tabel 23. Distribusi Frekuensi Variabel Tingkat Literasi Keuangan Syariah	85
Tabel 24. Kategori Variabel Tingkat Literasi Keuangan Syariah.....	86
Tabel 25. Distribusi Frekuensi Variabel Pengambilan Keputusan	88
Tabel 26. Kategori Variabel Pengambilan Keputusan.....	89
Tabel 27. Ringkasan Hasil Uji Normalitas	91
Tabel 28. Ringkasan Hasil Uji Multikolinearitas.....	91
Tabel 29. Ringkasan Hasil Uji Heteroskedastisitas	92
Tabel 30. Hasil Uji Regresi Ganda	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1 Model Perilaku Konsumen.....	17
Gambar 2. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	20
Gambar 3. Paradigma Penelitian.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian	113
Lampiran 2. Data Uji Coba Instrumen Penelitian	119
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	122
Lampiran 4. Data Penelitian.....	126
Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas, Multikolinearitas, dan Heterosedastisitas.....	133
Lampiran 6. Analisis Regresi Ganda	135

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan syariah mengalami perkembangan yang cukup pesat jika dilihat sejak awal mulai masuknya sistem ekonomi Islam ke Indonesia. Keberadaan perbankan syariah tersebut cukup menggembirakan dengan ditandai munculnya UU. NO. 7/1992 tentang perbankan yang juga telah diubah kedalam UU. No. 8/1998; dimana ditegaskan bahwa sistem perbankan syariah ditempatkan sebagai bagian dari sistem perbankan nasional, kemudian juga tertuang dalam UU. No. 10/1998 yang mengatur secara rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dioperasikan dan diimplementasikan. Melalui UU ini juga ada aturan yang menyarankan agar Bank Konvensional yang ada di Indonesia untuk membuat cabang Syariah atau mengkonversi diri menjadi Bank Syariah serta bank konvensional boleh membuka cabang bank syariah dan semua ketentuan pelaksanaan baik berupa peraturan pemerintah, keputusan Menteri Keuangan maupun surat Bank Indonesia. Lembaga Keuangan Syariah yang pertama kali didirikan adalah Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1991, kemudian disusul lembaga keuangan dan bank syariah lainnya seperti BPR Syariah dan Baitul Maal wa Tamwil. Untuk mendukung perkembangan perbankan syariah pemerintah turut serta mendukung dengan mengeluarkan UU. No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah yang diterbitkan pada tanggal 16 Juli 2008 sehingga semakin

memperkuat landasan hukum perbankan syariah yang diharapkan dapat mendorong pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia.

Dari awal terbentuk hingga saat ini perbankan syariah terus mengalami perkembangan yang cukup baik jika dilihat dari total aset tahun 2015, 2016, dan 2017 terus mengalami peningkatan. Untuk Bank Umum Syariah mulai dari tahun 2015 hingga 2018 mengalami peningkatan walaupun di bulan Januari 2018 mengalami sedikit penurunan namun masih ada kemungkinan terdapat kenaikan di akhir tahun 2018 mendatang. Kemudian jika dilihat dari jumlah bank serta kantor dari BUS yang berfluktuatif, begitu pula dengan Unit Usaha Syariah (UUS) seperti yang disajikan dalam tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Perkembangan Total Aset, Jaringan Kantor dan Tenaga Kerja Perbankan Syariah – SPS 2018 (*Sharia Banking Networks*)
(Dalam Miliar Rp)

Perkembangan Total Asete, Jaringan Kantor dan Tenaga Kerja Perbankan Syariah – SPS 2018 (<i>Sharia Banking Networks</i>)				
Indikator	2015	2016	2017	2018
				Januari
Bank Umum Syariah				
- Total Aset	213.423	254.184	288.027	285.397
Unit Usaha Syariah				
- Total Aset	82.839	102.320	136.154	128.789
Total Aset BUS dan UUS	296.262	356.504	424.181	414.185
Total Kantor BUS dan UUS	2.301	2.201	34	34
Total ATM BUS dan UUS	3.716	3.259	2.169	2.170

Sumber: Stastistik Perbankan Syariah (SPS) OJK, 2018

Tabel 2. Perkembangan Aset Perbankan Syariah tahun 2003-2008
(Dalam Juta Rupiah)

Indikator	Tahun					
	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Bank Unit Syariah (BUS)	6.579	12.527	17.111	21.151	27.286	31.974
Usaha Unit Syariah (UUS)	1.365	2.684	3.769	5.571	9.252	15.204
Total	7.944	15.211	20.880	26.722	36.538	41.178

Sumber: Statistik Perbankan Syariah (SPS) Bank Indonesia, 2008

Tabel 2. Menunjukkan aset dari Perbankan Syariah mengalami peningkatan yang sangat tajam jika dilihat dari akhir tahun 2008 untuk total aset pada BUS di akhir tahun 2008 tercatat sebesar Rp31.974 juta , sedangkan di awal tahun 2018 seperti yang ditampilkan pada tabel 1. tercatat sebesar Rp285.397 miliar. Kenaikan-kenaikan tersebut tidak terlepas dari semakin meningkatnya minat masyarakat untuk mengambil produk bank syariah karena mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim. Namun menurut Agustianto, ketua DPP Ikatan Ahli Ekonomi Islam Indonesia (IAEI), *market share* bank syariah di Indonesia relatif masih kecil, belum mencapai 4% dari total aset bank secara nasional. Padahal berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bank Indonesia adalah kurang lebih sepertiga dari wilayah kabupaten atau kotamadya di Indonesia menunjukkan bahwa sekitar 42% wilayah berkategori cukup potensial sampai dengan potensial untuk perbankan syariah (Panduan Investasi Perbankan Syariah, 2007: 11). Seperti halnya dengan yang di ungkapkan oleh Agustianto bahwa jumlah umat muslim potensial untuk menjadi *customer* bank syariah yaitu lebih dari 100 juta orang.

Jika berbicara mengenai daerah yang cukup potensial hingga potensial untuk perkembangan perbankan syariah, berdasarkan hasil proyeksi Penduduk Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) 2010-2017, jumlah penduduk DIY tahun 2017 tercatat 3.762.167 jiwa, dengan persentase jumlah penduduk laki-laki 49,46 persen, dan penduduk perempuan 50,54 persen. Berdasarkan data dari Kantor Otoritas Jasa Keuangan (OJK) DIY, per akhir 2015, posisi aset perbankan syariah di Yogyakarta mencapai nilai Rp4,8 triliun. Adapun penghimpunan DPK mencapai porsi Rp3,9 triliun dan penyaluran pembiayaan mencapai Rp3,1 triliun. Pertumbuhannya sebesar 8 persen diketahui lebih tinggi hampir dua kali lipat dibanding rata-rata nasional yang hanya 4,5 persen (jogja.tribunnews.com, 2016). Jumlah bank syariah di DIY sebanyak 60 bank. Perinciannya adalah 47 bank umum syariah (BUS) dan 13 unit usaha syariah (UUS) yang dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Sebaran Jaringan Kantor BUS dan UUS di DIY

	KPO/KCK	KCP/UPS	KK
BUS	9	24	14
UUS	4	5	4

Sumber: Statistik Perbankan Syariah, 2018

Perkembangan aset dan jumlah kantor yang cukup pesat merupakan kemajuan yang baik terhadap popularitas Perbankan Syariah di DIY. Namun menurut Dhani Gunawan selaku Direktur Perbankan Syariah OJK mengungkapkan bahwa terdapat beberapa masalah yang menjadi tantangan dan perlu diatasi oleh perbankan syariah. Pertama, pemahaman dan kesadaran

masyarakat tentang perbankan syariah yang masih kurang. Kedua, produk bank syariah yang tidak variatif dan belum dapat diakses masyarakat. Akses perbankan syariah masih kurang pada sektor-sektor tertentu, khususnya infrastruktur. Ketiga, pengaturan dan pengawasan perbankan syariah oleh OJK yang masih harus ditingkatkan. Selain ketiga masalah tersebut masih ada masalah permodalan, kualitas sumber daya manusia, dan lain-lain.

Selain hal tersebut, beriringan dengan pelaksanaan perbankan syariah, bagi pemeluk agama Islam perlu mengupayakan majunya pengetahuan tentang Islam dari berbagai aspek termasuk dalam hal ekonomi islam yang dapat diwakili oleh perbankan syariah. Oleh sebab itu Perbankan Syariah perlu mengembangkan jaringannya dengan berbagai usaha melalui peningkatan pemahaman masyarakat mengenai produk, sistem, serta mekanisme dari perbankan syariah yang dapat dilakukan melalui sosialisasi maupun promosi yang dapat dipahami oleh berbagai kalangan. Menurut Toni Prasetyo (2014) dalam penelitiannya menyimpulkan faktor keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah (studi kasus di BSM kantor cabang Malang) ditentukan oleh 3 faktor utama, yaitu: Pelayanan, Pengetahuan konsep Bank Syariah, dan Harga/Pembiayaan. Sedangkan Promosi dan Lokasi tidak berpengaruh secara signifikan. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Samsudin (2017) yang menyatakan jika faktor pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah.

Secara umum dalam menentukan keputusannya dalam memilih sebuah produk, nasabah memiliki kualifikasi tersendiri. Khususnya pada keputusan dalam memilih produk perbankan, biasanya calon nasabah akan tertarik pada produk bank yang memberikan banyak keuntungan dan manfaat bagi dirinya. Masyarakat yang memiliki banyak informasi mengenai bank syariah dan produk yang mengikutinya akan cenderung lebih mudah dalam menentukan pilihannya. Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan. Masyarakat akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengolah informasi serta mampu menyaring informasi dengan lebih baik. Semakin baik pengetahuan tentang bank syariah semakin tinggi kemungkinan untuk berhubungan dengan bank syariah. Jadi faktor paling mendasar dalam pengembangan perbankan syariah adalah pengetahuan. Pengetahuan merupakan pengalaman aktual yang tersimpan dalam kesadaran manusia. Pengetahuan adalah informasi, informasi bisa diperoleh melalui berbagai media, seperti iklan majalah, televisi, koran, radio, pamflet, bahkan bisa juga melalui pengalaman seseorang.

Selain pengetahuan sebagai faktor mendasar pengembangan perbankan syariah, terdapat juga kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi konsumen untuk menentukan pilihannya terhadap penggunaan produk bank syariah. Keberhasilan dari pemberian kualitas pelayanan itu ditunjukkan para nasabah dengan rasa puas. Semakin tinggi tingkat kepuasan para nasabah, semakin baik pula pengelolaan pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah. Salah satu cara menciptakan kepuasan pelanggan yaitu melalui peningkatan kualitas pelayanan,

karena pelanggan adalah fokus utama ketika mengungkapkan tentang kepuasan dan kualitas jasa. Persoalan kualitas pelayanan sudah menjadi harga yang harus dibayar oleh perusahaan agar tetap bertahan dalam bisnisnya. Hal ini yang harus menjadi fokus perhatian setiap lembaga keuangan terutama lembaga keuangan syariah. Karena sampai saat ini, aspek pelayanan pada dunia bisnis merupakan hal yang harus dikelola dengan baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Echchabi dan Aziz (2012) dalam jurnal penelitian yang dilakukan oleh Kuat Ismanto (2018) menerangkan bahwa alasan tidak minat responden terhadap bank syariah lebih didasarkan pada fasilitas dan produk bank syariah yang kurang menarik. Kecocokan keuntungan pribadi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan bank syariah di Negara Moroko. Di sisi lain, mereka masih setia terhadap layanan bank konvensional karena ada beberapa layanan yang belum bisa disediakan oleh bank syariah.

Selain dari pengetahuan konsumen dan kualitas pelayanan, literasi keuangan juga penting dalam mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan produk perbankan syariah atau tidak. Literasi keuangan terhadap lembaga dan produk keuangan syariah ini penting dilakukan karena dalam beberapa riset dunia mengungkapkan, dengan tingginya indeks literasi keuangan akan mendorong pertumbuhan perekonomian suatu negara. Suatu masyarakat yang telah memahami keuangan dengan segala aspeknya dapat meningkatkan kesejahteraan hidupnya dan dengan demikian akan meningkatkan pertumbuhan

ekonomi suatu negara. Literasi keuangan itu sendiri adalah cara berfikir seseorang tentang kondisi keuangan yang dapat mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan dalam mengelola keuangan menjadi lebih baik lagi. Menurut sejumlah penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah pada masyarakat Indonesia sangat rendah. Sebagian besar masyarakat miskin tidak memiliki akses untuk layanan keuangan. Di Indonesia sendiri menurut bank dunia hanya terdapat 52% dari masyarakat yang menggunakan layanan keuangan formal, 31% penduduk mengakses keuangan informal. Hal menyedihkan lainnya sebanyak 50% dari masyarakat Indonesia di indikasikan masih buta atau tidak mengerti tentang jasa dan produk keuangan baik informal maupun formal.

Dari uraian diatas, hal-hal tersebut yang memotivasi penulis untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan diantaranya.

1. *Market share* yang dihasilkan Bank Syariah belum mencapai 4% dari total aset bank secara nasional

2. Negara Indonesia merupakan Negara dengan penduduk mayoritas muslim terbesar namun penduduk yang menjadi nasabah bank syariah masih sedikit
3. Pemberian informasi mengenai produk perbankan syariah masih kurang
4. Tingkat literasi keuangan syariah di Indonesia masih rendah
5. Kualitas pelayanan bank syariah masih kalah dibandingkan dengan bank konvensional

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas terdapat beberapa kendala yang mempengaruhi belum maksimalnya jumlah nasabah perbankan syariah di DIY. Agar tidak terjadi pelebaran pembahasan mengingat terdapat banyak keterbatasan dalam melakukan penelitian ini maka penelitian ini akan dibatasi pada masalah tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan, dan literasi keuangan syariah.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh tingkat pengetahuan terhadap keputusan masyarakat muslim menggunakan Produk Perbankan Syariah di DIY?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan masyarakat muslim menggunakan Produk Perbankan Syariah di DIY?
3. Bagaimana pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan masyarakat muslim menggunakan Produk Perbankan Syariah di DIY?

4. Bagaimana pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan, dan literasi keuangan syariah terhadap keputusan masyarakat muslim menggunakan Produk Perbankan Syariah di DIY?

E. Tujuan Penelitian

Bedasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh tingkat pengetahuan terhadap keputusan masyarakat muslim menggunakan Produk Perbankan Syariah di DIY
2. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan masyarakat muslim menggunakan Produk Perbankan Syariah di DIY
3. Mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan masyarakat muslim menggunakan Produk Perbankan Syariah di DIY
4. Mengetahui pengaruh pengetahuan, kualitas pelayanan, dan literasi keuangan syariah terhadap keputusan masyarakat muslim menggunakan Produk Perbankan Syariah di DIY

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan acuan akademis dalam penelitian lebih lanjut, terutama untuk mengkaji faktor-faktor lain yang

dapat mempengaruhi masyarakat muslim untuk menggunakan produk bank syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

- 1) Sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang selama ini sudah didapat di bangku perkuliahan
- 2) Peneliti mengetahui bagaimana faktor-faktor tersebut dapat mempengaruhi keputusan masyarakat muslim untuk menggunakan produk bank syariah.

b. Bagi Lembaga Keuangan Syariah

Diharapkan penelitian ini bermanfaat untuk menambah wawasan kepada pihak bank syariah untuk dapat terus mengembangkan idenya agar masyarakat muslim dapat tertarik untuk menjadi nasabahnya.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Keputusan Konsumen

a. Teori-teori Perilaku Konsumen

Teori-teori yang berkaitan dengan perilaku konsumen dapat dibedakan menjadi empat bagian, menurut Basu Swastha dan T. Hani Handoko dalam Sunyoto, D (2015: 9), yaitu:

1) Teori Ekonomi Mikro

Menurut teori tersebut keputusan untuk membeli merupakan hasil perhitungan ekonomis rasional yang sadar. Pembeli individual berusaha menggunakan barang-barang yang akan memberikan kegunaan paling banyak, sesuai dengan selera dan harga-harga relatif.

2) Teori Psikologis

Teori psikologis ini mendasarkan diri pada faktor-faktor psikologis individu yang selalu dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan lingkungan.

3) Teori Belajar

Teori belajar biasanya lebih menekankan pada tindakan penafsiran dan peramalan terhadap proses belajar konsumen merupakan kunci untuk mengetahui tingkah laku pembelinya. Beberapa prinsip yang terkandung dalam teori ini adalah:

i. *Stimulus Response – Theory* (Teori Rangsang – Tanggapan)

Menurut teori ini, proses belajar merupakan suatu tanggapan dari seseorang (atau binatang) terhadap suatu rangsang yang dihadapinya.

ii. *Cognitif Theory* (Teori Kesadaran)

Menurut teori ini, proses belajar itu dipengaruhi oleh faktor sikap, keyakinan, pengalaman masa lalu, dan kesadaran mengathui bagaimana memanfaatkan suatu kesadaran untuk mencapai tujuan atau kesadaran untuk mengorganisir nilai.

iii. *Gestalt and Field Theory* (Teori Bentuk dan Bidang)

Gestalt memandang bahwa rangsang individual diterima dan diartikan berdasarkan pengalaman masa lalu, proses pengamatan dan pengarahan tujuan, yang merupakan variabel, yang menentukan terhadap perilaku. *Field Theory* mengemukakan bahwa perilaku secara umum adalah hasil interaksi yang tampak antarindividu dan lingkungan psikologis. Lingkungan psikologis ditentukan oleh sifat-sifat lingkungan dan sifat-sifat pribadi.

4) Teori Antropoligi

b. Faktor-Faktor Penentu Keputusan Pembelian Konsumen

Ada tiga faktor utama yang mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan menurut Sangadji, E dan Sopiah (2013: 24), yaitu :

1) Faktor Psikologis

Faktor ini mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap, dan kepribadian. Sikap dan kepercayaan merupakan psikologis yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran dalam situasi dan kondisi tertentu secara konsisten. Kepribadian merupakan faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumen. Termasuk di dalam kepribadian adalah opini, minat, dan prakarsa. Seorang individu/konsumen dikatakan belajar jika ada perubahan kearah yang lebih baik lagi dalam aspek kognitif, afektif, dan psikomotor yang relative permanen. Setelah membeli dan mengonsumsi produk, konsumen, akan merasa puas atau tidak puas. Jika puas, konsumen akan melakukan pembelian ulang, dan sebaliknya.

2) Pengaruh Faktor Situasional

Faktor situasional mencakup keadaan sarana dan prasarana tempat belanja, waktu berbelanja, penggunaan produk, dan kondisi saat pembelian. Keadaan sarana dan prasarana tempat belanja mencakup tempat parkir, gedung, eksterior dan interior toko, dan sebagainya. Waktu yang tepat melakukan sebuah pembelian bagi setiap individu juga berbeda-beda.

3) Pengaruh Faktor Sosial

Faktor sosial mencakup undang-undang/peraturan, keluarga, kelompok referensi, kelas sosial, dan budaya.

c. Teori Riset dan Perilaku Konsumen

1) Riset Konsumen

Dalam sebuah riset diperlukan metode-metode dan teknik, di mana metode menunjukkan suatu cara yang bersifat teoritis, dan teknik menunjukkan suatu cara yang bersifat praktis. Sedangkan penelitian konsumen didefinisikan sebagai pengumpulan, pencatatan, dan penganalisisan data secara sistematis tentang konsumen.

Riset konsumen berkaitan dengan perilakunya yaitu pengambilan keputusan oleh konsumen untuk membeli sebuah produk, perlu mempertimbangkan variabel produk seperti harga, kualitas, warna, desain, model, kemanfaatan pasca beli, harga produk pesaing, juga daya beli yang dimiliki, pertimbangan keluarga, dan lain sebagainya. Semua variabel produk tersebut bisa jadi merupakan faktor pendorong dan penghambat seorang konsumen untuk membeli suatu produk (Sunyoto, 2013: 65).

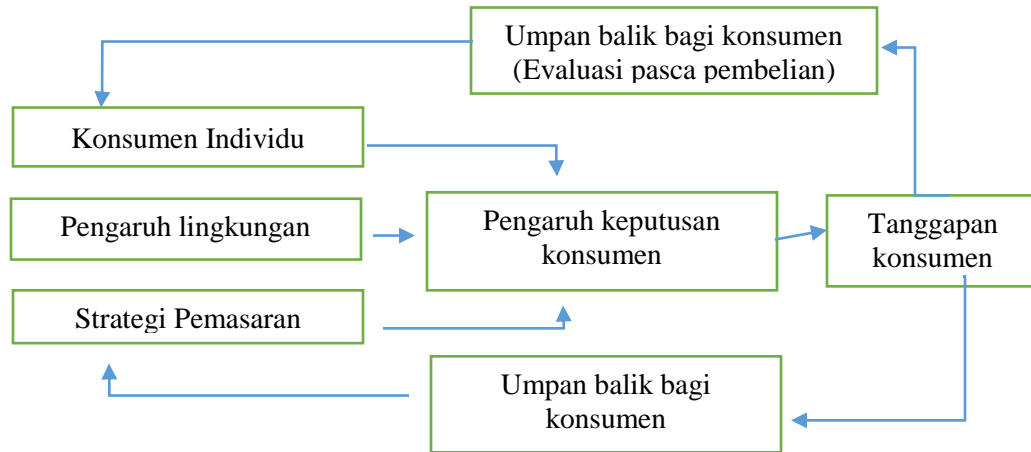
2) Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan

dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Terdapat dua elemen penting dari perilaku konsumen yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik, yang semua ini melibatkan individu dan menilai, mendapatkan, dan mempergunakan barang dan jasa secara ekonomis.

Dalam perkembangan konsep pemasaran mutakhir, konsumen ditempatkan sebagai sentral perhatian. Setidaknya terdapat dua alasan mengapa perilaku konsumen perlu dipelajari. Pertama, konsumen sebagai titik sentral perhatian pemasaran. Kedua, perkembangan perdagangan pada saat ini menunjukkan bahwa lebih banyak produk yang ditawarkan daripada permintaan. Kelebihan penawaran bisa disebabkan oleh faktor seperti kualitas barang tidak layak, tidak memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, atau mungkin juga karena konsumen tidak mengetahui keberadaan faktor tersebut (Sutisna, 2002).

d. Model-model Perilaku Konsumen



Gambar. 1 Model Perilaku Konsumen

Komponen pusat dari model ini adalah pembuatan keputusan yang terdiri dari atas proses merasakan dan mengevaluasi informasi merek produk, mempertimbangkan bagaimana alternatif merek dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan pada akhirnya memutuskan merek apa yang akan dibeli. Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen yaitu sebagai berikut.

a) Konsumen Individual

Pilihan untuk membeli suatu produk dengan merek tertentu dipengaruhi oleh hal-hal yang ada pada diri konsumen. Kebutuhan persepsi terhadap karakteristik merek, sikap, kondisi demografis, gaya hidup dan karakteristik kepribadian individu akan mempengaruhi pilihan individu itu terhadap berbagai alternative merek yang tersedia.

b) Lingkungan yang mempengaruhi konsumen

Ketika seorang konsumen melakukan pembelian suatu merek produk, mungkin didasari oleh banyak pertimbangan. Mungkin seseorang membeli suatu merek produk karena meniru orang lain.

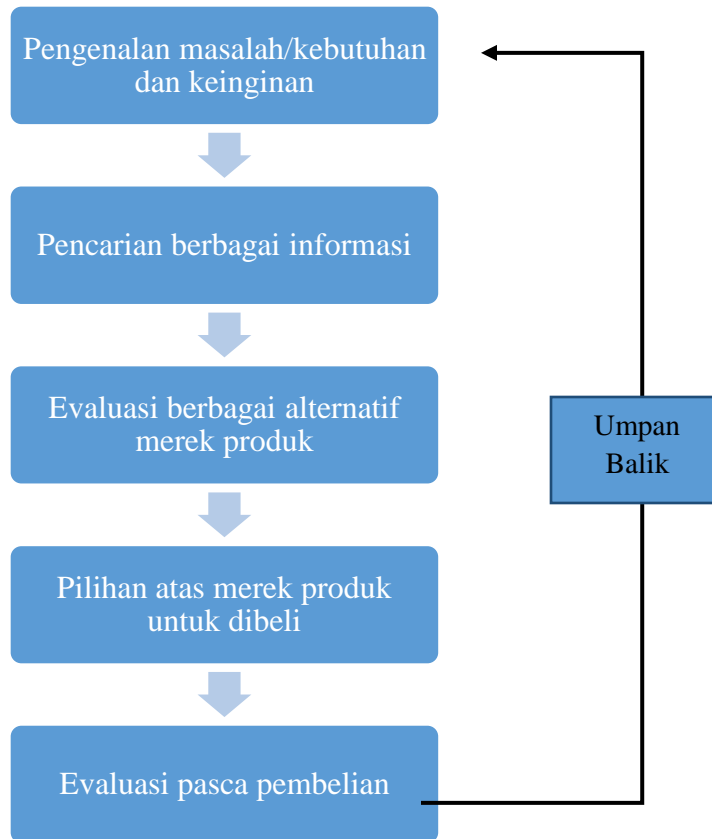
c) Stimulus pemasaran atau strategi pemasaran

Dalam hal ini pemasar berusaha mempengaruhi konsumen dengan menggunakan stimuli-stimuli pemasaran seperti iklan dan sejenisnya agar konsumen bersedia memilih merek produk yang ditawarkan.

Tujuan utama dari pengembangan model perilaku konsumen adalah membantu kita untuk mengembangkan teori yang mengarahkan penelitian perilaku konsumen dan sebagai bahan dasar untuk mempelajari pengetahuan yang terus berkembang tentang perilaku konsumen. Berikut ini akan dibahas model-model perilaku konsumen, diantaranya model Howard Sneth, model Engek, Kollat dan Black Well, model Nicosia, model Adreasen, model Clawson, model Hirarki kebutuhan dari Maslow, model Markov, dan model perilaku pembeli industri (Basu Swastha dan Hani Handoko, 1987: 37-54).

e. Teori Keputusan Konsumen

Menurut (Sutisna, 2003) dalam bukunya yang berjudul Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, menjelaskan bahwa pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan atau biasa disebut dengan *problem recognition*. Selanjutnya jika sudah disadari atas kebutuhan dan keinginannya maka konsumen akan mencari informasi mengenai keberadaan produk yang diinginkan. Dari berbagai informasi yang didapat konsumen akan melakukan seleksi atas alternative-alternatif yang tersedia. Proses seleksi inilah yang disebut sebagai tahap evaluasi informasi. Dengan berbagai pertimbangan dan kriteria tertentu, maka salah satu produk akan dibeli. Bagi konsumen yang mempunyai keterlibatan tinggi terhadap suatu produk, proses pengambilan keputusan akan mempertimbangkan berbagai aspek. Setelah sebuah produk terbeli maka akan adanya sebuah proses yang dinamakan evaluasi *pasca* pembelian. Proses ini akan menentukan konsumen akan membeli kembali produk atau jasa tersebut atau tidak. Untuk lebih jelasnya coba perhatikan gambar berikut.



Gambar 2. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen (Sumber:Sutisna, 2003)

1) Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menganali kebutuhan. Dalam menarik minat pembeli, para pelaku pemasaran harus mengenali keadaan yang memicu para pembeli memiliki kebutuhan dengan mengumpulkan berbagai macam informasi langsung dari konsumen. Kebutuhan yang menjadi pendorong minat pembelian adalah rangsangan internal atau kebutuhan utama (sandang, pangan, dan papan) dan rangsangan eksternal seperti perasaan ingin memiliki apa yang dimiliki orang lain.

2) Pencarian Berbagai Informasi

Rangsangan terhadap suatu pemenuhan kebutuhan akan mendorong konsumen untuk mencari informasi terkait produk yang diinginkan serta lebih peka terhadap produk tersebut. Sumber informasi konsumen dapat diperoleh dari berbagai aspek seperti sumber pribadi, sumber komersial (iklan, baliho, dll), sumber publik (media massa, organisasi peringkat produk), dan sumber pengalaman.

3) Evaluasi Alternatif Berbagai Merek Produk

Evaluasi alternatif bertujuan untuk membuat penilaian akhir dari daya saing produk. Terdapat beberapa konsep dasar terkait pengambilan keputusan, diantaranya ; usaha memenuhi kebutuhan, manfaat tertentu dari solusi produk, dan pandangan terhadap produk.

4) Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian dapat dibentuk akibat preferensi sebagai kumpulan pilihan yang dikategorikan dalam lima sub-keputusan, yaitu merek, dealer, kuantitas, waktu, dan metode pembayaran.

5) Evaluasi Pasca Pembelian

Komunikasi pemasaran harus mempunyai keyakinan dan evaluasi yang dapat mengukuhkan pilihan konsumen agar merasa

nyaman sehingga tidak merasa terganggu karena ketidaksesuaian dari fitur-fitur tertentu atau informasi lain yang mendukung kebutuhannya. Rasa puas dari konsumen merupakan fungsi dari seberapa sesaunya harapan pembeli produk dengan kinerja yang dipikirkan pembeli atas prosuk tersebut. Oleh karena itu, kepuasan pembeli dapat diukur dari kinerja produk dan kesesuaian harapan karena kepuasan dan ketidakpuasan terhadap produk akan mempengaruhi perilaku konsumen selanjutnya dengan menunjukkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk kembali membeli produk tersebut atau sebaliknya.

2. Pengertian Bank Syariah

Menurut pasal 1 dalam UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, dijelaskan bahwa bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Dalam undang-undang ini juga mengatur jenis bank berdasarkan prinsip atau instrument yang digunakan, yaitu:

- a. Bank Konvensional adalah bank yang dalam operasinya mengambil keuntungan dari selisih antara bunga pinjaman dengan bunga simpanan dan mendasarkan segala aktivitasnya mengambil keuntungan dari bunga.

b. Bank berdasarkan prinsip syariah, hal ini juga dibedakan menjadi dua jenis:

- 1) Bank Umum Syariah, yang pada dasarnya sama dengan bank umum akan tetapi segala aktivitasnya didasarkan pada prinsip-prinsip syariat islam dimana adanya pelarangan pengambilan bunga yang dalam syariat islam termasuk salah satu jenis riba yang dilarang dalam syariat islam.
- 2) Unit usaha syariah, yang juga pada prinsipnya sama dengan bank umum syariah namun keberadaannya merupakan cadangan dari bank konvensional yang secara pengelolaannya dipisahkan dari aktivitas bank konvensional (induknya). Dasar hukum perbankan unit syariah di bank konvensional adalah UU No. 21 Tahun 2008.

3. Produk Perbankan Syariah

Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian besar (Karim, 2013), yaitu:

a. Produk Penyaluran Dana (*financing*)

Dalam meyalurkan dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam empat kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu;

1) Pembiayaan dengan prinsip jual beli (*Ba'i*)

Prinsip jual-beli ditandai dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Transaksi jual-beli dapat dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahannya, yakni sebagai berikut.

a) Pembiayaan Murabahah

Yaitu transaksi jual-beli dimana bank bertindak sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (*margin*). Kedua belah pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran. Dalam transaksi ini barang diserahkan setelah akad, sementara pembayaran dilakukan secara tunai atau cicilan. Dalam murabahah juga diperkenankan adanya perbedaan dalam harga barang untuk cara pembayaran yang berbeda. Ada tiga jenis murabahah yaitu *murabahah taqsith* (cicilan dengan angsur), *murabahah mu'ajjal* (*lump-sum* di akhir), dan *murabahah naqdan* (tunai).

b) Pembiayaan Salam

Salam adalah transaksi jual beli di mana barang yang dijualbelikan belum ada. Barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai. Bank bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual. Walaupun sekilas

mirip transaksi ijon, namun dalam transaksi ini kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan barang harus ditentukan.

c) Pembiayaan *Istishna'*

Pembiayaan *Istishna'* hamper sama dengan Salam, akan tetapi dalam *Istishna'* pembayaran dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali pembayaran. Pembiayaan ini umumnya dilakukan pada transaksi terhadap barang/jasa manufaktur dan kontruksi. Ketentuan umum pembiayaan ini adalah spesifikasi barang pesanan harus jelas. Harga jual yang telah disepakati saat akad tidak boleh dirubah, jika terjadi perubahan maka biaya tambahan harus ditanggung nasabah.

2) Pembiayaan dengan prinsip sewa (*Ijarah*)

Prinsip *ijarah* pada dasarnya sama dengan prinsip *ba'i*, tetapi perbedaannya ada pada obyek transaksinya. Bila pada prinsip *ba'i* yang menjadi obyek transaksi adalah barang, pada *ijarah* yang menjadi obyek transaksi adalah jasa. Pada skema prinsip *ijarah*, bila mencapai akhir masa sewa, bank dapat saja menjual barang disewakannya kepada nasabah. Harga sewa dan harga jual disepakati pada saat terjadinya akad.

3) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil (*syirkah*)

Produk pembiayaan syariah yang didasarkan pada prinsip bagi hasil adalah sebagai berikut.

a) Pembiayaan *Musarakah*

Pembiayaan musarakah adalah semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih di mana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang verwujud maupun tidak. Secara umum pembiayaan musarakah memiliki ketentuan sebagai berikut. (i) Semua modal disatukan untuk dijadikan modal proyek musarakah dan dikelola bersama-sama. Setiap pemilik modal berhak untuk menjalankan proyek dan turut andil menentukan kebijakan; (ii) Keuntungan dibagi sesuai porsi kesepakatan sedangkan kerugian dibagi sesuai dengan porsi kontribusi modal; dan (iii) Proyek yang akan dijalankan harus disebutkan dalam proses akad. Setelah proyek selesai nasabah mengembalikan dana tersebut beserta dengan bagi hasil yang telah disepakati.

b) Pembiayaan *Mudharabah*

Pembiayaan *mudharabah* adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak dimana pemilik modal mempercayakan sejumlah modal kepada pengelola dengan suatu perjanjian keuntungan. Ketentuan umum dari pembiayaan

mudharabah adalah sebagai berikut. (i) Jumlah modal yang diserahkan kepada nasabah selaku pengelola modal harus diserahkan secara tunai. Apabila modal akan diserahkan secara bertahap, harus jelas tahapannya dan disepakati bersama; (ii) Hasil dari pengelolaan modal dapat diperhitungkan dengan cara perhitungan dari pendapatan proyek (*revenue sharing*) dan perhitungan dari keuntungan proyek (*profit sharing*); (iii) Waktu pembagian hasil usaha dilakukan sesuai dengan kesepakatan pada saat akad. Apabila terjadi kerugian yang disebabkan oleh resiko usaha dan bukan dari kelalaian ataupun penyimpangan pihak nasabah maka Bank selaku pemilik modal akan menanggung seluruh kerugian; dan (iv) Bank selaku pemilik modal berhak melakukan pengawasan terhadap pekerjaan namun tidak berhak mencampurinya.

4) Pembiayaan dengan akad pelengkap

Akad pelengkap ditujukan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan, bukan mencari keuntungan. Walaupun begitu, dalam akad pelengkap diperbolehkan untuk meminta biaya pengganti yang dikeluarkan untuk melaksanakan akad tersebut. Macam-macam akad pelengkap adalah sebagai berikut.

a) *Hiwalah* (Alih Utang Piutang)

Tujuan dari akad pelengkap *hiwalah* adalah untuk membantu supplier mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya. Bank mendapat ganti-biaya atas jasa pemindahan piutang. Contoh mekanismenya yaitu katakanlah seorang supplier bahan bangunan menjual barangnya kepada pemilik proyek yang akan dibayar dua bulan kemudian. Karena kebutuhan supplier akan likuiditas, maka ia meminta bank untuk mrngambil alih piutangnya. Bank kemudian akan menerima pembayaran dari pemilik proyek.

b) *Rahn* (Gadai)

Tujuan akad *rahn* adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan. Nasabah dapat menggunakan barang tertentu yang digadaikan dengan tidak mengurangi nilai dan merusak barang gadai atas izin dari pihak Bank. Apabila nasabah wanprestasi, bank dapat melakukan pelelangan barang yang digdaikan atas perintah hakim. Nasabah juga memiliki hak untuk menjual barang tersebut dengan seizing bank.

c) *Qardh*

Qardh adalah pinjaman uang, yang pengaplikasiannya biasanya dalam empat hal berikut; (i) sebagai pinjaman talangan

haji; (ii) sebagai pinjaman tunai dari produk kredit syariah; (iii) sebagai pinjaman kepada pengusaha kecil; dan (iv) sebagai pinjaman kepada pengurus bank.

b. Produk Penghimpunan Dana (*funding*)

Penghimpunan dana di Bank Syariah dapat berbentuk giro, tabungan, dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip *Wadi'ah* dan *Mudharabah*.

c. Produk Jasa

Disamping menjalankan fungsinya sebagai penghubung antara pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang kelebihan dana, bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan kepada nasabah dengan mendapat imbalan berupa sewa atau keuntungan. Jasa perbankan tersebut antara lain berupa:

1) *Sharf* (Jual Beli Valuta Asing)

Sedikit penjelasan mengenai *sharf*, jual beli mata uang yang tidak sejenis ini, penyerahannya harus dilakukan pada waktu yang sama. Bank mengambil keuntungan dari jual beli valuta asing ini.

2) *Ijarah* (Sewa)

Jenis kegiatan *ijarah* antara lain penyewaan kotak simpanan dan jasa tata laksana administrasi dokumen (*custodian*). Bank mendapat imbalan sewa dari jasa tersebut.

4. Tingkat Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Menurut KBBI, pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui. Menurut Kotler (2000: 401), pengetahuan adalah suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman. Pengetahuan adalah informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dari potensi untuk menindaki yang lantas melekat di benak seseorang.

Menurut Sumarwan (2014: 140), pengetahuan sebagai semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk serta informasi lain yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.

Pengetahuan adalah sejumlah pengalaman dengan berbagai macam informasi tentang produk atau jasa tertentu yang dimiliki mendefinisikannya sebagai *“The amount of experinece with and information about particular products of services a person has”*. (Mowen dan Minor 2008: 106).

Pengetahuan adalah informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut serta informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen (Sunyoto, 2015)

b. Jenis-jenis Pengetahuan

Menurut Peter dan Olson (1999), secara luas terdapat dua jenis pengetahuan yaitu:

1) Pengetahuan umum (*General Knowledge*)

Membahas interpretasi konsumen atas informasi relevan dalam lingkungan. Misalnya konsumen menciptakan pengetahuan umum mengenai kategori produk, toko atau bank, perilaku tertentu, orang lain atau mereka sendiri.

2) Pengetahuan prosedural (*Procedural knowledge*)

Pengetahuan procedural adalah pengetahuan tentang cara melakukan sesuatu. Pengetahuan procedural juga tersimpan dalam memori sebagai jenis hubungan “jika..., maka...” antara konsep peristiwa dan perilaku yang bersesuaian.

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (1995:3) membagi pengetahuan konsumen ke dalam tiga macam, yaitu:

1) Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk yaitu kumpulan berbagai informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminology produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk.

2) Pengetahuan Pembelian

Berbagai informasi yang diproses oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang di mana membeli produk dan kapan membeli produk. Ketika konsumen memutuskan akan membeli suatu produk, maka ia akan menentukan di mana ia membeli produk tersebut dan kapan akan membelinya. Keputusan konsumen mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya. Implikasi penting bagi strategi pemasaran adalah memberikan informasi kepada konsumen di mana konsumen bisa membeli produk tersebut.

3) Pengetahuan Pemakaian

Suatu produk akan bermanfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut dengan benar. Kesalahan yang dilakukan konsumen dalam menggunakan suatu produk akan menyebabkan produk tidak bisa berfungsi dengan baik. Ini akan menyebabkan konsumen kecewa, padahal kesalahan terletak pada diri konsumen. Produsen tidak menginginkan konsumen menghadapi hal ini.

Dalam pengetahuan produk konsumen ada yang disebut rantai akhir, yaitu suatu struktur pengetahuan yang menghubungkan

pengetahuan konsumen mengenai ciri tentang produk dengan pengetahuan tentang konsekuensi dan nilai (Peter dan Olson, 1999). Nilai ini terdiri dari; (i) Nilai Terminal, yaitu status akhir yang diinginkan; (ii) Nilai Instrumental, yaitu model perilaku yang diinginkan; (iii) Konsekuensi Psikologikal, biasanya terdiri dari konsekuensi psikologi dan sosial dari penggunaan produk, seperti dipandang berbeda oleh orang lain; dan (iv) Konsekuensi Fungsional, yaitu konsekuensi nyata dan langsung dari penggunaan produk, seperti penggunaan yang mudah.

c. Hubungan Tingkat Pengetahuan terhadap Penggunaan Produk Bank Syariah

Bank syariah atau Bank Islam haruslah didasarkan pada prinsip-prinsip ekonomi Islam yang sesuai dengan hukum Islam. Pengetahaun masyarakat dapat dibagi menjadi tiga hal jenis pengetahuan yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan pemakaian menjelaskan bahwa tingkat pemahaman masyarakat terhadap perbankan syariah masih tergolong rendah (Rabbani, 2012). Persepsi masyarakat terhadap keSyari'ahan Bank Syariah, riba, bunga, dan bagi hasil, masih beragam, kebanyakan dari mereka masih belum paham dan belum tahu istilah hal-hal tersebut.

Berdasarkan uraian diatas dengan adanya pengetahuan akan suatu produk Bank Syaria'ah berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan atau tidak menggunakan produk perbankan syariah. Secara

umum pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal. Pengetahuan masyarakat mengenai Bank Syari'ah sangat mempengaruhi sikap masyarakat tersebut terhadap produk-produk yang ditawarkan sehingga semakin baik pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syari'ah maka akan memacu minat menjadi nasabah. Sebaliknya, jika pengetahuan masyarakat terbatas terhadap perbankan syari'ah mengakibatkan persepsi yang kurang baik terhadap perbankan tersebut bahkan perbankan syariah harus lebih agresif memasarkan atau mengenalkan produknya (Ahmad, 2000).

5. Kualitas Layanan

a. Definisi Layanan

Menurut (Saidani, 2016) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Pelayanan pada dasarnya didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan. Moenir mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik.

Di dalam pelayanan selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak produsen, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Pelayanan bukan suatu barang, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Pelayanan bukan suatu barang, melainkan suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud. Pengertian pelayanan dalam konteks Perbankan Syariah ialah memberikan pelayanan sesuai dengan standar prosedur pelayanan yang ada, dan ahrus dengan (Senyum, Salam, Sopan, dan Santun) baik dalam memberikan penjelasan produk maupun komplain nasabah.

Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau kepada nasabah. Semua produk yang ditawarkan oleh organisasi tersebut pastilah tidak luput dengan adanya pelayanan, entah pelayanan yang diberikan itu bersifat langsung atau tidak langsung. Untuk produk Bank/BMT ada yang memerlukan pelayanan langsung seperti penyetoran uang tunai atau pembelian produk lainnya. Dalam pelayanan tersebut tentunya ada yang membutuhkan penjelasan, baik sekedaranya atau secara rinci. Namun ada juga produk Bank yang tidak memerlukan pelayanan karyawan misalnya pelayanan yang diberikan mesin ATM. (Kasmir, 2005: 15)

Menurut (KBBI) adalah sebagai suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain. Menurut

Moenir (2010) pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landas faktor materi melalui system, prosedur, dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan sesuai dengan haknya. Pelayanan hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu pelayanan merupakan sebuah proses. Sebagai proses, pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.

Seorang petugas Bank atau BMT pastinya dituntut untuk dapat memberikan pelayanan prima /*service excellent* kepada nasabahnya. *Service Excellent* adalah pelayanan yang sangat baik dan melampaui harapan pelanggan. Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. (Rahmayanti, 2012: 17)

Menurut Zeithmal dan Bitner (2003) mendefinisikan pelayanan merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah. Sedangkan Lovelock (2007) mendefinisikan pelayanan, sebagai proses daripada produk, dimana suatu proses melibatkan input dan mentransformasikannya sebagai output.

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang ada pada dasarnya

tidak terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Dimana era pelayanan sekarang ini, menjadi tantangan perbaikan pelayanan kearah menjadi lebih baik, hal ini merupakan perusahaan pada era globalisasi pada saat ini. Perusahaan yang tidak mampu memberikan pelayanan yang baik kepada nasabahnya akan kehilangan pasar dan produknya.

Layanan pelanggan meliputi berbagai aktifitas diseluruh area bisnis yang berusaha mengkombinasikan mulai dari pemasaran, pemerosesan, hingga pemberian jasa melalui komunikasi untuk mempererat kerjasama dengan pelanggan. Kemudahan yang ditawarkan oleh kemajuan jaman harus bisa diadaptasi oleh Perbankan Syariah agar dapat memperluas jaringannya. Peningkatan jumlah nasabah dan DPK merupakan tujuan yang harus ditingkatkan dari waktu ke waktu untuk menjadi tolak ukur majunya kualitas dan kuantitas Bank Syariah.

b. Karakteristik Pelayanan Yang Baik

Menurut Lupiyodi dan Hamdani (2009) pelayanan yang baik memiliki empat karekteristik utama, yaitu:

- 1) Tidak dapat berwujud (*Intangibility*). Pelayanan tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum ada transaksi pembelian. Contoh riil pelayanan yang tidak berwujud dalam Perbankan Syari'ah itu berupa asa.
- 2) Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*). Pelayanan biasanya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan, sehingga

hubungan antara pemberi dan penerima pelayanan menjadi penting dalam pemasarannya. Contoh riil pelayanan yang tidak dapat dipisahkan dalam perbankan Syariah itu berupa Produk.

3) Berubah-ubah (*Variability*). Pelayanan mudah sekali berubah-ubah atau tidak konsisten tergantung siapa pemberi jasa, kapan dan dimana diberikan. Contoh riil pelayanan yang berubah-ubah dalam Perbankan Syariah itu berupa Varian Produk.

4) Daya tahan (*Perishability*). Pelayanan tidak dapat disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau dikonsumsi pada saat diperlukan, karena hal tersebut maka pelayanan tidak tahan lama.

c. Kualitas Pelayanan

Menurut Lovelock dalam (Lupiyadi dan Hamdani, 2009) pengertian kualitas pelayanan sebagai tingkat kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, sedangkan menurut Parasuraman, kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) pelanggan dengan kualitas layanan yang diharapkan pelanggan. Jika kualitas layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.

Kualitas pelayanan, menurut Kotler adalah “*Quality is the totality of features and characteristic of a product serve that bear on its ability shated needs*”. Artinya, kualitas merupakan keseluruhan sifat-sifat dan

karakter-karakter suatu produk dan jasa, berdasarkan kemampuannya untuk menyatakan kepuasan atau kebutuhan secara tidak langsung.

Menurut Tjiptono (1997: 14), kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pendendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Tingkat kualitas pelayanan jasa tidak dapat diukur berdasarkan sudut pandang penilaian pelanggan. Tjiptono juga mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya. Hal ini senada dengan pernyataan dari Lovelock dan Zeithaml yang juga menyatakan bahwa terdapat lima dimensi atau ukuran kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) *Reliability* (kehandalan) adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat serta memuaskan. Artinya pelayanan yang diberikan handal dan bertanggung jawab, karyawan sopan dan ramah. Bila ini dijalankan dengan baik nasabah merasa sangat dihargai. Sebagai muslim, telah ada contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktifitas perniagaan.
- 2) *Responsiveness* (daya tanggap) adalah suatu respon atau kesiapan karyawan dalam membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Dalam islam kita harus menepati komitmen seiring dengan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Apabila perusahaan

tidak bisa menepati komitmen dalam memberikan pelayanan yang baik, maka resiko yang terjadi akan ditinggalkan oleh pelanggan.

- 3) *Assurance* (jaminan) adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk atau jasa secara tepat, kualitas, keramah-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, ketrampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan.
- 4) *Emphaty* (perhatian) adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada nasabahnya. Perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen haruslah dilandai dengan aspek keimanan dalam rangka mengikuti seruan Allah SWT untuk selalu berbuat baik kepada orang lain.
- 5) *Tangibles* (bukti fisik) adalah suatu bentuk penampilan fisik, contohnya adlaah gedung, kamar, temoat parker, media komunikasi dan hal-hal lainnya yang bersifat fisik.

6. Literasi Keuangan Syariah

a. Pengertian Literasi Keuangan

Menurut beberapa pakar literatur mengungkapkan bahwa literasi keuangan dapat diartikan melek keuangan, sedangkan OECD-INFE mendefinisikan melek keuangan (*financial literacy*) sebagai berikut

: *“A combination of awareness, knowledge, skill, attitude and behavior necessary to make sound financial decisions and ultimately achieve individual well being”*. Melek keuangan adalah suatu kombinasi kesadaran, pengetahuan, sikap dan tingkah laku yang dibutuhkan untuk membuat keputusan-keputusan keuangan yang pada akhirnya mencapai kemakmuran individu. Menurut buku pedoman Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia yang diterbitkan OJK, yang dimaksud literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan ketrampilan (*skill*), pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*) masyarakat luas supaya mereka dapat mengatur keuangan mereka menjadi lebih luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan dengan lebih baik. Literasi keuangan juga mempengaruhi cara berpikir seseorang terhadap kondisi keuangan serta mempengaruhi pengambilan keputusan yang strategis dalam hal keuangan dan pengelolaan yang lebih baik bagi pemilik usaha.

Sejauh ini alat untuk mengukur tingkat literasi keuangan masih terpaku dengan cara penyebaran kuesioner tentang pengetahuan umum seperti investasi, asuransi, tabungan maupun pinjaman. Pengukuran pemahaman dasar keuangan biasanya memakai konsep seperti berikut :

- (i) menghitung dan memahami tentang suku bunga majemuk; (ii) memahami inflasi; dan (iii) memahami diversifikasi risiko, sementara bunga

atau riba tidak dibenarkan dalam Islam, dari ketiga konsep tersebut tidak dapat menjadi alat untuk mengukur literasi keuangan bagi umat Muslim.

Menurut penelitian yang dilakukan Remund (2010) menyatakan lima kategori tentang definisi konseptual mengenai literasi keuangan :

1) Pengetahuan tentang konsep keuangan

Pengetahuan adalah salah satu aspek yang umum sekaligus harus dimiliki dalam konsep literasi keuangan. Agar dapat mengelola uang, seseorang harus memiliki konsep literasi keuangan. Agar dapat mengelola uang, seseorang harus memiliki pengetahuan tentang keuangan. Seseorang dapat meningkatkan kesejahteraan finansial individu ketika orang tersebut memiliki pengetahuan. Nantinya pengetahuan tersebut akan digunakan untuk memutuskan kebijakan keuangan pribadi masing-masing individu.

2) Kemampuan untuk mengkomunikasikan tentang konsep keuangan

Seseorang yang memiliki literasi keuangan tinggi didefinisikan sebagai seseorang yang memiliki informasi tentang keuangan cukup banyak. Dengan banyaknya informasi tersebut, seseorang mampu mengkomunikasikannya sehingga mampu menciptakan keputusan keuangan yang efektif.

3) Sikap dalam manajemen keuangan pribadi

Sikap dalam manajemen keuangan pribadi berarti seseorang mampu untuk mengetahui sumber uang tunai dan membayar kewajiban pribadi, pengetahuan tentang membuka rekening di bank dan mengajukan pinjaman di bank, dan perencanaan keuangan pribadi dimasa yang akan datang.

4) Kemampuan membuat keputusan keuangan secara efektif

Pengambilan keputusan keuangan menjadi salah satu implikasi yang paling penting pada literasi keuangan. Literasi keuangan tidak dapat diuji kecuali dengan melihat bagaimana seseorang mampu membuat keputusan keuangan yang efektif. Pemilihan terkait penggunaan uang yang bijak pertanda melek keuangan seseorang semakin tinggi. Mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan.

5) Kepercayaan diri dalam merencanakan kebutuhan keuangan secara efektif

Tidak semua orang mampu memasukkan unsur kepercayaan diri ketika sedang merencanakan kebutuhan keuangan dimasa datang. Kepercayaan diri dalam merencanakan kebutuhan keuangan jangka panjang merupakan cerminan dari 16 ketrampilan seseorang dalam melakukan perencanaan kebutuhan keuangan jangka pendek.

b. Prinsip Pembangunan Literasi Keuangan Syariah

Tujuan dari upaya gerakan pembangunan literasi keuangan syariah adalah; (i) meningkatkan literasi keuangan seseorang yang sebelumnya *less literate* atau *not literate* dalam keuangan syariah menjadi *well literate* dalam keuangan syari'ah. (ii) meningkatkan jumlah pengguna produk dan jasa keuangan syariah. Dengan demikian, *maqhasid* (tujuan) dari literasi keuangan syariah adalah agar konsumen dan masyarakat luas dapat menentukan produk dan jasa keuangan syariah yang sesuai kebutuhan mereka, memahami dengan benar manfaat dan risikonya, mengetahui hak dan kewajiban serta meyakini bahwa produk dan jasa keuangan yang dipilih tersebut dapat meningkatkan kesejahteraan mereka berdasarkan prinsip syariah yang halal dan menguntungkan.

Prinsip pembangunan literasi keuangan syariah yang dikembangkan dari cetak biru strategi nasional literasi keuangan Indonesia. Adapun prinsip-prinsip tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) Universal dan Inklusif: program literasi keuangan syariah harus mencakup semua golongan masyarakat secara *rahmatan lil'alamin* terbuka untuk semua agama dan golongan.
- 2) Sistematis dan Terukur: program literasi keuangan syariah disampaikan secara terencana, sistematis, mudah dipahami, sederhana, dan pencapaiannya dapat diukur.
- 3) Kemudahan akses: layanan dan informasi yang terkait dengan

literasi keuangan syariah tersebar luas diseluruh wilayah Indonesia dan mudah diakses.

- 4) Kemaslahatan: program literasi keuangan syariah harus membawa masalah (manfaat) yang besar bagi seluruh rakyat Indonesia.
- 5) Kolaborasi: program literasi keuangan harus melibatkan seluruh *stakeholders* syariah dan pemerintah secara bersama-sama dalam perencanaan dan implementasinya.

c. Manfaat Pembangunan Literasi Keuangan Syariah

Financial literacy (literasi keuangan) merupakan salah satu program strategi program strategis yang menjadi bagian dari upaya pemerintah dan masyarakat di berbagai Negara dalam mewujudkan masyarakat yang melek mengenai jasa keuangan. Pengalaman dari berbagai Negara membuktikan bahwa literasi keuangan telah menjadi program nasional untuk meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakatnya, mengingat literasi keuangan memiliki berbagai manfaat. Karna keberhasilan itu, maka Indonesia melakukan gerakan nasional pembangunan literasi keuangan. Bagi masyarakat dan rakyat Indonesia, program literasi keuangan syariah memiliki manfaat yang besar antara lain:

- a) Masyarakat mampu memilih dan memanfaatkan produk dan jasa keuangan syariah yang sesuai kebutuhan mereka.

- b) Masyarakat mampu melakukan perencanaan keuangan (*financial planning*) secara syariah dengan lebih baik.
- c) Masyarakat terhindar dari aktivitas investasi pada instrument keuangan yang tidak jelas (bodong)
- d) Masyarakat mendapat pemahaman mengenai manfaat and risiko produk serta jasa keuangan syariah.

Literasi keuangan syariah memeberikan manfaat yang besar bagi Negara, tidak saja bagi OJK selaku pemegang otoritas tetapi juga bagi Negara selaku eksekutif pemerintah yang menjalankan amanat UUD 1945 untuk membangun kesejahteraan rakyat. Hal ini disebabkan karena lembaga keuangan syariah sebagai penyedia jasa keuangan berperan memberikan pelayanan permodalan, jasa keuangan, bahkan konsultasi keuangan syariah. Maju dan berkembangnya lembaga keuangan syariah akan berdampak bagi kesejahteraan Negara. Apabila masyarakat tekah melek (*literacy*) dalam keuangan syariah, maka semakin banyak masyarakat yang akan memanfaatkan produk dan jasa keuangan syariha, sehingga akn meningkatkan kesejahteraan mereka. Kesejahteraan masyarakat adalah keberhasilan Negara dalam menyelenggarakan pembangunan.

d. Indikator Literasi Keuangan

Chen dan Volpe (1998) menyebutkan ada empat dimensi *financial literacy* yang harus dikuasai oleh seseorang yaitu: pengetahuan

umum tentang keuangan, tabungan, pinjaman, asuransi, dan investasi. Dimensi tersebut masih dalam wujud konvensional, belum sesuai jika diterapkan dalam keuangan syariah karena masih terdapat unsur bunga dan riba. Menurut penelitian *financial literacy* yang dilakukan oleh Remund (2010), menyatakan bahwa terdapat lima kategori tentang definisi konseptual mengenai literasi keuangan, yaitu pengetahuan tentang konsep keuangan, kemampuan untuk mengkomunikasikan tentang konsep keuangan, sikap dalam manajemen keuangan pribadi, kemampuan membuat keputusan keuangan secara efektif, dan kepercayaan diri dalam merencanakan kebutuhan keuangan secara efektif. Sehingga oleh peneliti diambil indikator literasi keuangan syariah sebagai berikut:

1) Pengetahuan

Pengetahuan adalah salah satu aspek yang umum sekaligus harus dimiliki dalam konsep literasi keuangan. Agar dapat mengelola uang, seseorang harus memiliki pengetahuan tentang keuangan. Seseorang dapat meningkatkan kesejahteraan finansial individu ketika orang tersebut memiliki pengetahuan.

2) Kemampuan

Seseorang yang memiliki literasi keuangan tinggi didefinisikan sebagai seseorang mampu mengkomunikasikannya sehingga mampu menciptakan keputusan keuangan yang efektif. Pengambilan keputusan keuangan menjadi salah satu implikasi yang paling penting

pada literasi keuangan. Literasi keuangan tidak dapat diuji kecuali dengan melihat bagaimana seseorang mampu membuat keputusan keuangan yang efektif.

3) Sikap

Sikap dalam manajemen keuangan pribadi berarti seseorang mampu untuk mengetahui sumber uang tunai dan membayar kewajiban pribadi, pengetahuan tentang membuka rekening di bank dan mengajukan pinjaman di bank, dan perencanaan keuangan pribadi masa datang.

4) Kepercayaan

Tidak semua orang mampu memasukkan unsur kepercayaan diri ketika sedang merencanakan kebutuhan keuangan jangka panjang merupakan cerminan dari 16 ketrampilan seseorang dalam melakukan perencanaan kebutuhan keuangan jangka pendek.

B. Penelitian yang Relevan

Terdapat beberapa penelitian yang relevan dijadikan referensi untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Aditya Putra Pratama Prihandono yang berjudul “Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Motif Rasional Terhadap Proses Keputusan Dosen Menggunakan Bank Syariah”

Penelitian ini merupakan skripsi yang bertujuan untuk mengetahui analisis pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan motif rasional terhadap proses keputusan dosen menggunakan bank syariah. Pengumpulan data menggunakan kuesoner dengan skala *Likert* dan metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, religiusitas, dan motif rasional mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap proses keputusan dosen menggunakan bank syariah. Nilai *t* hitung variabel Pengetahuan sebesar 3,060, variabel Religiusitas sebesar 5,065, dan variable Motif Rasional sebesar 2,339 yang lebih besar dari nilai *t* tabel yaitu 1,98498.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Munajim dan Saeful Anwar yang berjudul “Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah”

Penelitian ini termasuk penelitian Kualitatif yang dilakukan menggunakan teknik *surve* dengan menyebarkan pengumpulan data kepada nasabah dana pihak ketiga Bank Syariah Cabang Sumber Cirebon. Dari hasil data yang diperoleh, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah yakni, pengetahuan masyarakat mengenai ciri khas Islami yang dimiliki Bank Syariah dan sistemnya. Sementara untuk hasil penelitian menunjukkan mayoritas nasabah mengetahui tentang ciri keislaman pada Bank Syariah, namun sangat sedikit yang mengetahui mengenai

operasioanl Perbankan Syariah tersebut masyarakat lebih mengutamakan nilai keislaman yang dimiliki bank tersebut. Padahal seharusnya itu dapat menjadi satu kesatuan yang utuh agar tidak terjadi kesalahan dalam menentukan produk yang sesuai.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Ismail Riskyono yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Iklan, dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah”

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh pengetahuan, religiusitas, iklan, dan literasi keuangan yang mempengaruhi minat siswa-santri Pondok Pesantren Al Muayyad dalam menabung di Bank Syariah. Penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda. Data yang digunakan merupakan data primer yang berasal dari kuesioner dengan 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari empat faktor tersebut mempengaruhi minat menabung di Bank Syariah secara positif dan signifikan, yaitu pengetahuan, religiusitas, iklan dan literasi keuangan.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Kuat Ismanto yang berjudul “Literasi Masyarakat dan Dampaknya terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah”

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi masyarakat tentang bank syariah terhadap minatnya menjadi nasabah bank syariah. Disamping itu juga mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam memilih bank syariah. Data penelitian

primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan wawancara. Kuesioner diisi oleh 17 responden secara acak dan wawancara terstruktur dengan masyarakat Pekalongan. Data yang diperoleh divalidasi dengan metode triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Pekalongan memiliki minat untuk menjadi nasabah bank syariah, tetapi minatnya tidak dibarengi dengan pemahaman yang komprehensif. Responden memiliki pengetahuan umum tentang bank syariah, namun tidak mengetahui secara detail akad-akad muamalat yang ada pada produk-produk perbankan syariah. Kesesuaian syariah dan alasan pribadi menjadi faktor utama atas permintaannya menjadi nasabah bank syariah. Temuan penelitian menuntut operator bank syariah untuk melakukan promosi secara massif agar masyarakat memiliki pengetahuan yang komprehensif terkait perbankan syariah.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Inayah dan Sri Sudiarti dengan judul “Analisis Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah”

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keputusan nasabah menabung di Bank Syariah. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis Regresi Linear Berganda yang kemudian didukung uji stasioneritas dan uji asumsi klasik dibantu dengan software Eviews versi 8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung sebesar 35,2% dan menjadi faktor yang dominan,

karakteristik bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung sebesar 21,8% kualitas pelayanan berpengaruh positif sebesar 33,7% dan objek fisik bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung sebesar 19,9%. Sedangkan secara simultan pengetahuan nasabah, karakteristik bank, kualitas pelayanan, dan objek fisik bank berpengaruh nyata terhadap keputusan menabung sebesar 65,75% dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian tersebut.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Aksanul Khosasi yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Mikro di Bank Syariah Bukopin”

Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis Regresi Linear Berganda dengan dibantu software *IBM SPSS 20*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien nilai *t* hitung yang diperoleh sebesar 1,359 dan *t* tabel yang diperoleh sebesar 2,010, berdasarkan uji signifikansi sebesar 0,180. Dikarenakan *t* hitung lebih kecil dari *t* tabel dan juga karena signifikansi kurang dari 0,05, sehingga literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di Bank Syariah Bukopin Sidoarjo.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan gambaran arah penelitian, dan dibuat guna memudahkan penelitian. Kerangka berpikir dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Tingkat Pengetahuan terhadap Keputusan Masyarakat

Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah di DIY

Keputusan seseorang dalam menentukan pilihannya bisa terlihat dari seberapa jauh orang tersebut mengetahui informasi terkait barang/jasa yang dia inginkan. Pengetahuan konsumen merupakan semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk, serta hal lainnya yang terkait dan informasi yang berkaitan dengan dirinya sebagai konsumen. Pengetahuan konsumen terkait produk barang/jasa dari bank syariah akan menentukan keputusan konsumen untuk menggunakannya atau tidak. Oleh karena itu perlu adanya komunikasi yang dilakukan oleh Bank atau dalam hal ini bisa disebut dengan promosi kepada calon nasabah terkait produk yang dimiliki oleh Bank. Informasi detail dan jelas yang di sosialisasikan oleh pihak Bank Syariah akan menentukan jumlah nasabah yang akan menggunakan produk dari Bank Syariah tersebut.

Penelitian ini menganalisis pengaruh tingkat pengetahuan terhadap keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di DIY. Sedikitnya informasi yang didapat oleh masyarakat muslim terkait

mekanisme serta produk yang ditawarkan oleh bank syariah mengakibatkan rendahnya kesadaran masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah. Sementara itu Bank Konvensional selalu gencar melakukan pemasaran terkait produknya. Oleh karena itu tingkat pengetahuan dapat mempengaruhi keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah.

2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Masyarakat

Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah di DIY

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampainnya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Pelayanan yang prima harus diberikan suatu Perusahaan dalam hal ini Bank Syariah kepada nasabahnya agar nasabah merasa nyaman dalam melakukan transaksi serta penggunaan produk bank syariah. Selain pelayanan prima, kehandalan, daya tanggap, jaminan, perhatian, dan bukti fisik sangat mempengaruhi seberapa baik kualitas pelayanan suatu bank syariah.

Hal baik yang diterima oleh seseorang akan mempengaruhinya dalam memutuskan untuk mengkonsumsi suatu produk atau tidak. Semakin baik kualitas pelayanan suatu bank, maka nasabah akan tertarik untuk mengambil produk tersebut, tak hanya sekali, namun untuk beberapa kali lagi. Oleh karena itu kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan masyarakat menggunakan produk Perbankan Syariah.

3. Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah terhadap Keputusan

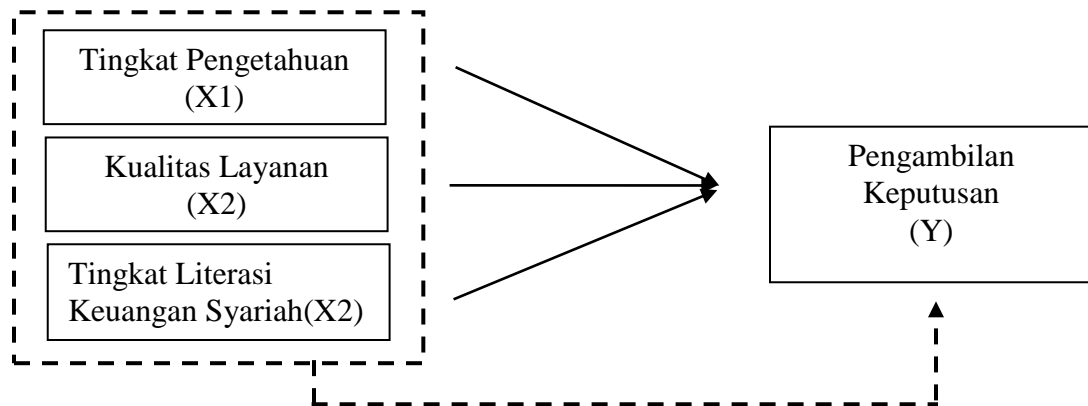
Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah di DIY

Literasi keuangan merupakan pemahaman seseorang tentang keuangan dan kemampuannya untuk mengambil keputusan keuangan secara efektif. Literasi keuangan Islam menunjukkan tingkat pemahaman seseorang tentang keuangan Islam secara komprehensif. Rendahnya pengetahuan masyarakat tentang industri keuangan beserta produk-produknya menyebabkan masyarakat mudah terjebak dalam melakukan investasi yang menawarkan keuntungan yang menggiurkan dalam jangka waktu yang pendek tanpa mempertimbangkan risikonya.

Pemahaman masyarakat Indonesia mengenai produk-produk keuangan seperti perbankan, asuransi, dan instrumen pasar modal masih dibawah 50%. Seberapa besar tingkat literasi keuangan penduduk suatu negara dapat menjadi salah satu indikator bagaimana majunya perekonomian negara tersebut. Literasi keuangan sudah terbukti memiliki andil yang cukup bagus terhadap perekonomian negara. Perhatian dan perlakuan khusus terkait peningkatan literasi keuangan syariah di Indonesia harus digalangkan secara berkala agar semakin berkurang masyarakat yang terjerat kasus keuangan bodong salah satunya dengan mengenalkan kepada Produk Bank Syariah. Oleh karena itu Literasi Keuangan Syariah dapat mempengaruhi keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah.

D. Paradigma Penelitian

Dari kerangka berpikir di atas menunjukkan bahwa terdapat tiga variable bebas, yaitu tingkat pengetahuan, kualitas layanan, tingkat literasi keuangan syariah. Penelitian ini secara sistematis dapat digambarkan sebagai berikut.



Gambar 3. Paradigma Penelitian

Keterangan :

- ▶ : Pengaruh variabel bebas terhadap variable terikat secara parsial
- - - - -▶ : Pengaruh variable bebas secara terhadap variable terikat secara simultan

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara atau kesimpulan sementara yang diambil untuk menjawab permasalahan di atas maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh tingkat pengetahuan terhadap pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di DIY
2. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di DIY
3. Terdapat pengaruh tingkat literasi keuangan syariah terhadap pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di DIY
4. Terdapat pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan, dan tingkat literasi keuangan syariah terhadap pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di DIY

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif yaitu penelitian tentang hubungan kausal yang merupakan hubungan sebab akibat dengan tujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2014: 14). Hubungan ini terjadi apabila dua variabel atau lebih (variabel bebas) mempengaruhi variabel terikat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan tingkat literasi keuangan syariah terhadap pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta.

B. Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang secara langsung diambil dari subyek. Data diperoleh dari responden melalui kuesioner yang akan dibagikan pada populasi penelitian yaitu masyarakat muslim di DIY yang menggunakan produk perbankan syariah.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Pemilihan tersebut didasarkan pada pertimbangan keterjangkauan lokasi

penelitian yang dilihat dari segi biaya, waktu, dan tenaga yang dimiliki oleh peneliti. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Oktober 2018 sampai dengan selesai.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim di DIY yang menggunakan produk perbankan syariah. Oleh karena itu populasi dalam penelitian ini sifatnya tidak diketahui.

2. Sampel

Sampel yang diambil adalah masyarakat muslim yang menggunakan produk perbankan syariah di DIY. Pertimbangan peneliti dalam mengambil sampel ini adalah biaya, waktu, dan tenaga yang terbatas. Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu cara pengambilan sampel yang membatasi pada ciri-ciri khusus seseorang yang memberikan informasi dan sesuai dengan yang diinginkan oleh peneliti. Ciri khusus yang diterapkan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang beralamat di DIY dan merupakan nasabah Bank Syariah. Untuk menentukan jumlah sampel dengan jumlah Populasi (N) yang tidak diketahui, Rumus yang digunakan adalah Rumus Lemeshow (Lemeshow, S. et al, 1990).

$$n = \frac{Z^2 - P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Besar sampel

Z = Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Perhitungan :

$$n = \frac{1,96^2 - 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 - 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Hasil perhitungan sampel yang didapat dari rumus lemeshow tersebut dengan besar populasi tidak diketahui adalah sebesar 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasioanal

Variabel penelitian dan definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Penelitian

a. Variabel Bebas

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas dari penelitian ini adalah tingkat pengetahuan (X1), kualitas layanan (X2), tingkat literasi keuangan syariah (X3).

b. Variabel Terikat

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah pengambilan keputusan.

2. Definisi Operasional

a. Pengambilan Keputusan (Y)

Pengambilan Keputusan dalam penelitian ini adalah pengambilan keputusan konsumen. Konsumen memiliki hak tersendiri untuk dapat memutuskan apakah hendak membeli suatu produk atau tidak. Dalam hal ini konsumen yang telah memilih produk perbankan syariah memiliki penilaian sendiri untuk kembali menggunakannya atau tidak. Proses pengambilan keputusan konsumen dapat diukur melalui beberapa tahap, yaitu pengenalan masalah, pencarian berbagai informasi, evaluasi berbagai alternatif merek produk, pilihan atas merek produk untuk dibeli, dan evaluasi pasca pembelian.

b. Tingkat Pengetahuan (X1)

Pengetahuan adalah informasi yang telah diproses dan diorganisasikan untuk memperoleh pemahaman, pembelajaran, dan pengalaman yang terakumulasi sehingga bisa diaplikasikan ke dalam masalah tertentu. Dalam penelitian ini variabel tingkat pengetahuan difokuskan kepada pengetahuan konsumen terhadap produk bank syariah. Termasuk mekanisme administrasi, akad, sistem bagi hasil,

dan lain-lain. Untuk mengukur seberapa besar tingkat pengetahuan konsumen dilihat melalui tiga indikator yaitu: pengetahuan tentang produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan tentang manfaat yang didapatkan terhadap produk tersebut.

c. Kualitas Layanan (X2)

Kualitas Pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampainnya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut. Dalam penelitian ini mengukur kualitas pelayanan menggunakan dimensi *servqual*, yaitu dimensi yang dibuat untuk mengukur kualitas pelayanan menggunakan kuesioner. Teknik ini dapat mengetahui seberapa besar jarak harapan pelanggan dengan ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima. *Servqual* memiliki lima dimensi yaitu : *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*, dan *Tangiblels*.

d. Tingkat Literasi Keuangan Syariah (X3)

Literasi keuangan adalah tingkat pengetahuan dan kesadaran masyarakat mengenai lembaga keuangan formal, produk dan jasa keuangan. Termasuk disini adalah fitur, manfaat, dan resiko, biaya, serta hak dan kewajiban dari produk dan jasa keuangan tersebut. Literasi keuangan syariah adalah segala konsep-konsep literasi keuangan namun dilihat dari perspektif hukum islam (syariah). Dalam

penelitian ini indikator yang digunakan dalam mengukur literasi keuangan adalah pengetahuan, kemampuan, sikap, dan kepercayaan.

F. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner. Kuesioner akan diberikan kepada sampel masyarakat muslim di DIY yang sudah menggunakan produk perbankan syariah. Jenis kuesioner yang akan diberikan adalah kuesioner tertutup sehingga responden hanya perlu mengisi jawaban yang sudah peneliti sediakan.

Skala pengukuran yang digunakan yaitu skala *likert*. Skala *likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian dan gejala sosial (Riduwan, 2007: 12).

Tabel 4. Skala Likert

Alternatif Jawaban	Skor Pernyataan	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

2. Instrumen Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan instrumen berupa lembar kuesioner atau angket. Adapun langkah-langkah penyusunan instrumen adalah menjabarkan variabel menjadi sub variabel/dimensi, kemudian membuat kisi-kisi instrumen dari masalah yang ada. Berikut Kisi-kisi instrumen yang digunakan dalam penelitian ini.

a. Kisi-kisi Instrumen Keputusan Masyarakat Muslim

Tabel 5. Keputusan Masyarakat Muslim (Y)

Variabel	Indikator	Nomor Butir	Jumlah Butir
Keputusan Masyarakat Muslim	Pengenalan masalah/kebutuhan	1,2	2
	Pencarian berbagai informasi	3,4	2
	Evaluasi berbagai alternatif merek produk	5,6	3
	Pilihan atas merek produk untuk dibeli	7,8	2
	Evaluasi paska pembelian	9,10	2

b. Kisi-kisi Instrumen Tingkat Pengetahuan

Tabel 6. Tingkat Pengetahuan (X1)

Variabel	Indikator	Nomor Butir	Jumlah Butir
Tingkat Pengetahuan	Pengetahuan umum produk bank syariah	1,2,3	3
	Pengetahuan prosedural penggunaan produk bank syariah	4,5,6,7,8	5
	Pengetahuan pembelian produk bank syariah	9,10,11,12	4

c. Kisi-kisi Instrumen Kualitas Layanan

Tabel 7. Kualitas Layanan (X2)

Variabel	Indikator	Nomor Butir	Jumlah Butir
Kualitas Pelayanan	<i>Reliability</i>	1,2	2
	<i>Responsiveness</i>	3,4,5	3
	<i>Assurance</i>	6,7	2
	<i>Emphaty</i>	8,9	2
	<i>Tangibles</i>	10,11,12	3

d. Kisi-kisi Tingkat Literasi Keuangan Syariah

Tabel 8. Literasi Keuangan Syariah (X3)

Variabel	Indikator	Nomor Butir	Jumlah Butir
Literasi Keuangan Syariah	Pengetahuan	1,2,3,4,5,6,7	7
	Kemampuan	8,9,10,11	4
	Sikap	12,13,14	3
	Kepercayaan	15,16,17	3

Skala pengukuran dalam angket/kuesioner ini adalah menggunakan skala *Likert*. Angket berisi instrumen yang berupa pernyataan dan penskoran menggunakan empat alternatif jawaban yaitu : SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju).

Tabel 9. Skor Alternatif Jawaban Instrumen

Alternatif Jawaban	Skor Pernyataan	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

G. Uji Coba Instrumen

Uji coba instrumen digunakan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun merupakan instrumen yang baik untuk penelitian. Instrumen dikatakan baik ketika memenuhi dua persyaratan yaitu valid dan reliabel. Dalam penelitian ini, uji coba instrumen dilakukan kepada 30 nasabah perbankan syariah di DIY.

1. Uji Validitas Instrumen

Uji validitas yaitu suatu ukuran yang digunakan untuk menentukan valid atau tidak item-item pertanyaan yang terangkum dalam kuesioner (Sugiyono, 2014: 172). Valid berarti instrumen tersebut dapat mengukur apa yang hendak diukur. Arikunto (2013) menyatakan suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Pengujian validitas instrumen tersebut menggunakan Program *SPSS 22*. Instrumen dikatakan valid dan dapat digunakan untuk pengukuran dalam pengumpulan data penelitian apabila *corrected item total correlation* melebihi atau sama dengan 0,3 (Ali Muhson, 2015).

Berdasarkan proses pengolahan data, dapat diperoleh hasil sebagai berikut.

a) Validitas Instrumen Variabel Tingkat Pengetahuan

Variabel tingkat pengetahuan terdiri dari 12 butir pertanyaan. Setelah dilakukan analisis hasil uji validitas, diperoleh 9 butir pertanyaan yang dinyatakan valid dan 3 butir pertanyaan dinyatakan tidak valid yaitu butir nomor 10, 11, dan 12 yang kemudian butir tersebut tidak digunakan atau dihilangkan. Secara rinci hasil uji validitas variabel tingkat pengetahuan ditunjukkan oleh tabel 10 sebagai berikut.

Tabel 10. Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Pengetahuan

Indikator	Nomor Item	Corrected Item – Total Correlation	Keterangan
Pengetahuan umum produk bank syariah	1	.435	Valid
	2	.676	Valid
	3	.546	Valid
Pengetahuan prosedural penggunaan produk bank syariah	4	.438	Valid
	5	.348	Valid
	6	.471	Valid
	7	.481	Valid
Pengetahuan pembelian produk bank syariah	8	.365	Valid
	9	.554	Valid
	10	.245	Tidak Valid
	11	.105	Tidak Valid
	12	.078	Tidak Valid

Sumber: Data olahan *SPSS 22*

b) Validitas Instrumen Variabel Kualitas Layanan

Variabel kualitas pelayanan terdiri dari 12 butir pertanyaan. Setelah dilakukan analisis hasil uji validitas, diperoleh 11 butir pertanyaan yang dinyatakan valid dan 1 butir pertanyaan dinyatakan tidak valid yaitu butir nomor 9 yang kemudian butir tersebut tidak

digunakan atau dihilangkan. Secara rinci hasil uji validitas variabel tingkat pengetahuan ditunjukkan oleh tabel 11 sebagai berikut.

Tabel 11. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan

Indikator	Nomor Item	Corrected Item – Total Correlation	Keterangan
<i>Reliability</i>	1	.451	Valid
	2	.519	Valid
<i>Responsiveness</i>	3	.506	Valid
	4	.529	Valid
	5	.592	Valid
<i>Assurance</i>	6	.416	Valid
	7	.662	Valid
<i>Emphaty</i>	8	.655	Valid
	9	.209	Tidak Valid
<i>Tangibels</i>	10	.652	Valid
	11	.639	Valid
	12	.577	Valid

Sumber: Data olahan SPSS 22

c) Validitas Instrumen Variabel Tingkat Literasi Keuangan Syariah

Variabel tingkat literasi keuangan terdiri dari 17 butir pertanyaan. Setelah dilakukan analisis hasil uji validitas, diperoleh 12 butir pertanyaan yang dinyatakan valid dan 5 butir pertanyaan dinyatakan tidak valid yaitu butir nomor 6, 8, 9, 12, dan 16 yang kemudian butir tersebut tidak digunakan atau dihilangkan. Secara rinci hasil uji validitas variabel tingkat pengetahuan ditunjukkan oleh tabel 12 sebagai berikut.

Tabel 12. Hasil Uji Validitas
Variabel Tingkat Literasi Keuangan Syariah

Indikator	Nomor Item	Corrected Item – Total Correlation	Keterangan
Pengetahuan	1	.533	Valid
	2	.531	Valid
	3	.648	Valid
	4	.433	Valid
	5	.504	Valid
	6	.124	Tidak Valid
	7	.576	Valid
Kemampuan	8	.266	Tidak Valid
	9	.165	Tidak Valid
	10	.589	Valid
	11	.642	Valid
Sikap	12	.273	Tidak Valid
	13	.375	Valid
	14	.397	Valid
Kepercayaan	15	.582	Valid
	16	.268	Tidak Valid
	17	.540	Valid

Sumber: Data olahan SPSS 22

d) Validitas Instrumen Variabel Pengambilan Keputusan

Variabel Pengambilan Keputusan terdiri dari 10 butir pertanyaan. Setelah dilakukan analisis hasil uji validitas, diperoleh 9 butir pertanyaan yang dinyatakan valid dan 1 butir pertanyaan dinyatakan tidak valid yaitu butir nomor 3 yang kemudian butir tersebut tidak digunakan atau dihilangkan. Secara rinci hasil uji validitas variabel tingkat pengetahuan ditunjukkan oleh tabel 13 sebagai berikut.

Tabel 13. Hasil Uji Validitas Variabel Pengambilan Keputusan

Indikator	Nomor Butir	Corrected Item – Total Correlation	Keterangan
Pengetahuan masalah/kebutuhan	1	.301	Valid
	2	.616	Valid
Pencarian berbagai informasi	3	.197	Tidak Valid
	4	.484	Valid
Evaluasi alternatif merek produk	5	.553	Valid
	6	.673	Valid
Pilihan atas merek produk untuk dibeli	7	.385	Valid
	8	.661	Valid
Evaluasi pasca pembelian	9	.524	Valid
	10	.659	Valid

Sumber: Data olahan SPSS 22

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Selain mengukur validitas, reliabilitas instrumen juga perlu diketahui. Instrumen dikatakan reliabel jika instrumen tersebut apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama pula (Sugiyono, 2012: 173).

Dalam penelitian ini reliabilitas instrumen diukur menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan program SPSS 22. Instrumen dikatakan reliabel jika koefisien *alpha* $> 0,7$. Rumus *Alpha* digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 1 dan 0, mislanya angket atau bentuk uraian. Uji Reliabilitas menggunakan data yang telah diukur validitasnya, sehingga item yang tidak valid tidak digunakan untuk mengukur reliabilitasnya.

Tabel 14. Skor Reliabilitas *Cronbach's Alpha*

Skor	Reliabilitas
Antara 0,800 sampai dengan 1,000	Sangat Tinggi
Antara 0,600 sampai dengan 0,799	Tinggi
Antara 0,400 sampai dengan 0,599	Sedang
Antara 0,200 sampai dengan 0,399	Rendah
Antara 0,000 sampai dengan 0,199	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono (2013)

Secara rinci hasil uji reliabilitas variabel tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan, tingkat literasi keuangan, dan pengambilan keputusan ditunjukkan oleh tabel 15 berikut.

Tabel 15. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
Tingkat Pengetahuan	.829
Kualitas Layanan	.873
Tingkat Literasi Keuangan	.826
Pengambilan Keputusan	.826

Sumber: Data Olahan *SPSS 22*

Dari tabel 15, hasil uji reliabilitas menunjukkan instrumen memiliki interpretasi reliabilitas yang tinggi hingga sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen tersebut dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data.

Oleh karena hasil uji coba instrumen yang dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas tidak terdapat masalah yang berarti maka instrumen dapat digunakan untuk melakukan pengambilan data di lapangan.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi ganda dengan bantuan program *SPSS 22*.

1. Uji Asumsi Klasik

Sebelum menentukan hipotesis, perlu adanya uji prasyarat dengan menggunakan uji asumsi klasik sebagai berikut.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program *SPSS 22*. Untuk mengetahui normalitas suatu data, bagian yang perlu dilihat adalah bagian *Kolmogorov-Smirnov Z* dan *Asymp. Sig. (2-tailed)*. Kriterianya adalah jika nilai *Asymp Sig* lebih dari atau sama dengan 0,05 maka data berdistribusi normal, jika *Asymp Sig* kurang dari 0,05 maka distribusi data tidak normal. (Ali Muhson, 2015: 33-35).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang sangat kuat atau sempurna antar variabel bebas (X). Uji multikolineritas dilakukan dengan menggunakan uji VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai $VIF < 4$ maka tidak terjadi

multikolinearitas, sedangkan jika nilai $VIF > 4$ maka terjadi multikolinearitas (Ali Muhson, 2015: 39-41).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan/asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Park untuk meregresi nilai *absolut error* atas seluruh variabel bebas. Jika nilai $\text{sig } F < 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas, sedangkan jika $\text{sig } F \geq 0,05$ maka tidak heteroskedastisitas (Ali Muhson, 2015: 43-48).

2. Uji Signifikansi

Untuk menentukan tingkat signifikansi dari masing-masing koefisien regresi variabel bebas terhadap variabel terikat dapat digunakan uji statistik seperti uji koefisien determinasi, uji t, dan uji F.

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menunjukkan ketepatan dari garis regresi. Koefisien determinasi diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Apabila nilai 1, garis regresi dapat menjelaskan 100% varian

pada variabel Y. Sebaliknya apabila bernilai 0, model regresi tersebut tidak dapat menjelaskan variansi sedikitpun pada variabel Y. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau tidak.

b. Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Untuk menguji koefisien garisnya dapat dilihat nilai t_{hitung} dan nilai signifikansinya pada taraf 0,05 (5%). Jika nilai $sig. \leq 0,05$ maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, sebaliknya jika $sig. > 0,05$ maka dapat disimpulkan variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

c. Uji Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai $sig. F < 0,05$ maka hipotesis diterima, begitupun sebaliknya jika nilai $F > 0,05$ maka hipotesis ditolak.

3. Persamaan Model Regresi

Teknis analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda. Regresi berganda bertujuan untuk mengestimasi nilai suatu variabel kriterium atau dependen (Y) dari nilai beberapa variabel prediktor atau independen ($X_1, X_2, X_3, \dots, X_k$) adapun persamaannya adalah sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \hat{\alpha}_1 X_1 + \hat{\alpha}_2 X_2 + \hat{\alpha}_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan Masyarakat Muslim

α : Nilai konstanta

$\hat{\alpha}$: Koefisien regresi

X_1 : Tingkat Pengetahuan

X_2 : Kualitas Layanan

X_3 : Tingkat Literasi Keuangan Syariah

e : *error*

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Daerah Istimewa Yogyakarta atau yang biasa disingkat DIY adalah salah satu provinsi yang terletak di Pulau Jawa. DIY memiliki luas lebih dari 3.000 km² yang terdiri dari Kabupaten Gunung Kidul, Sleman, Bantul, Kulon Progo, dan Kota Yogyakarta. Berdasarkan data BPS tahun 2018, pada tahun 2017 DIY memiliki jumlah penduduk sebesar 3.762.167 jiwa dengan 3.341.946 jiwa penduduk yang beragama islam atau sekitar 88,8% penduduk DIY merupakan masyarakat muslim. Namun dalam hal ini tidak diketahui secara pasti jumlah masyarakat muslim di DIY yang menggunakan produk perbankan syariah seperti yang telah dijelaskan pada Bab 3.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diambil langsung dari masyarakat muslim yang telah menggunakan produk perbankan syariah. Penelitian dilakukan dengan cara responden mengisi kuesioner yang telah disiapkan oleh peneliti. Deskripsi identitas responden dan deskripsi data variabel dependen serta independen disajikan secara rinci, sebagai berikut.

1. Gambaran Umum Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 nasabah bank syariah yang tersebar di berbagai Kabupaten di DIY. Adapun keadaan umum responden tersebut disajikan dalam tabel 16 dan 17 berikut.

Tabel 16. Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	47	47
Perempuan	53	53
Usia		
<15 tahun	0	0
15 - 64 tahun	100	100
> 64 tahun	0	0
Pekerjaan		
Petani	0	0
Buruh	2	2
Pedagang	0	0
Wiraswasta	16	16
Pegawai Swasta	41	41
PNS/TNI/Polri	14	14
Lainnya	27	27

Sumber: Data Primer, diolah

Tabel 17. Gambaran Umum Pendapatan Nasabah

No	Kelas Interval	F	F (%)	Kategori
1	$X < \text{Rp}2.333.333,-$	50	50	Rendah
2	$\text{Rp}2.333.333,- \leq X \leq \text{Rp}4.166.667$	41	41	Sedang
3	$X > \text{Rp}4.166.667$	9	9	Tinggi
		100	100,00	

Sumber: Data Primer, diolah

Berdasarkan tabel 16 nasabah bank syariah yang berjenis kelamin perempuan adalah sebesar 53% dan nasabah yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 47%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas nasabah bank syariah berjenis kelamin perempuan. Apabila dilihat dari usia mayoritas responden berada pada usia 15-64 tahun, ini berarti bahwa mayoritas masyarakat muslim yang menggunakan produk perbankan syariah berada pada golongan usia produktif. Golongan usia produktif merupakan suatu potensi karena

masyarakat yang termasuk dalam usia produktif memiliki kemampuan untuk memiliki pendapatan sendiri atau dalam hal ini menghasilkan uang.

Ditinjau dari pekerjaan masyarakat muslim yang menggunakan produk perbankan syariah mayoritas bekerja sebagai Pegawai Swasta yaitu sebesar 41%, disusul dengan wiraswasta, lain-lain, dan PNS/TNI/Polri. Sedangkan dilihat dari segi pendapatan yang ditunjukkan oleh tabel 17 sebesar 50% masyarakat muslim yang menggunakan produk perbankan syariah memiliki pendapatan kurang dari Rp2.333.333,- dan masyarakat yang berpenghasilan anatar Rp2.333.333,- hingga Rp4.166.666 sebanyak 41%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat muslim yang menggunakan produk perbankan syariah berpenghasilan dengan kategori rendah hingga sedang. Masyarakat muslim dengan pendapatan yang tergolong rendah biasanya akan memilih bank berbasis syariah karena mereka meyakini bahwa akan terbebas dari bunga yang akan memberatkan mereka. Penghasilan yang rendah mengakibatkan jumlah *saving* yang sedikit pula hal itu yang mengakibatkan masyarakat lebih memilih menggunakan Perbankan Syariah agar tidak terjadi pemotongan oleh bunga yang sudah biasa ada pada Bank Konvensional.

2. Deskripsi Variabel

Berikut disajikan data statistik deskriptif dari variabel tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan, tingkat literasi keuangan syariah, dan pengambilan keputusan.

Tabel 18. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Deskripsi	Variabel			
	Tingkat Pengetahuan	Kualitas Layanan	Tingkat Literasi Keuangan Syariah	Pengambilan Keputusan
N	100	100	100	100
Median	28	33	38	28
Mean	28,48	33,56	38,63	27,89
Modus	28	34	38	28
St dev	3,517575	3,701815	4,732554	3,547356
Max	36	44	47	36
Min	19	27	28	20
Range	17	17	19	16

Sumber: Data Primer, diolah

Penelitian ini memiliki tiga variabel bebas yaitu Tingkat Pengetahuan, Kualitas Pelayanan dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah. Selain itu, variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Pengambilan Keputusan. Bersarnya sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Untuk menentukan banyaknya kelas interval dalam penelitian menggunakan rumus *sturges*.

Adapun secara rinci hasil penghitungan jumlah kelas interval sebagai berikut.

$$K = 1 + 3,3 \log n$$

$$K = 1 + 3,3 \log 100$$

$$K = 1 + 7$$

$$K = 8$$

Selanjutnya akan dideskripsikan masing-masing variabel dalam penelitian ini berdasarkan tabel 18 dan jumlah kelas interval.

1) Deskripsi Variabel Tingkat Pengetahuan

Data variabel Tingkat Pengetahuan diperoleh melalui angket tertutup yang telah diisi oleh 100 responden, sehingga diperoleh skor tertinggi sebesar 36 dan skor terendah sebesar 19. Berdasarkan pengolahan data penelitian yang terdapat pada tabel 18, dapat diketahui bahwa Tingkat Pengetahuan memiliki nilai *median* 28. Nilai *mean* yang didapatkan sebesar 28,48 dan besarnya nilai modus adalah 28. Sedangkan standar deviasi memiliki nilai sebesar 3,517575.

Adapun distribusi frekuensinya ditunjukkan oleh tabel 19 berikut.

Tabel 19. Distribusi Frekuensi Variabel Tingkat Pengetahuan

No	Kelas Interval	F	F (%)	FK	FK (%)
1	19-21,125	3	3	3	3
2	21,125-23,25	3	3	6	6
3	23,25-25,375	12	12	18	18
4	25,375-27,5	22	22	40	40
5	27,5-29,625	22	22	62	62
6	29,625-31,75	18	18	80	80
7	31,75-33,875	12	12	92	92
8	33,875-36	8	8	100	100
Jumlah		100	100		

Sumber: Data Primer, diolah

Berdasarkan tabel 19 kemudian ditentukan kategorisasi dari variabel Tingkat Pengetahuan. Pengkategorian variabel ini menggunakan kriteria skor ideal dengan terlebih dahulu menghitung *mean ideal* (Mi) dan standar deviasi ideal (SDi). Adapun secara rinci

hasil penghitungan *mean ideal* (Mi) dan standar deviasi ideal (SDi) adalah sebagai berikut.

$$Mi = \frac{1}{2}(\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah})$$

$$Mi = \frac{1}{2}(36 + 19)$$

$$Mi = 27,5$$

$$SDi = \frac{1}{6}(\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah})$$

$$SDi = \frac{1}{6}(36 - 19)$$

$$SDi = 2,833333$$

$$Mi + SDi = 27,5 + 2,833333$$

$$= 30,33333$$

$$Mi - SDi = 27,5 - 2,833333$$

$$= 24,66667$$

Berdasarkan perhitungan di atas, berikut disajikan tabel pengkategorian variabel Tingkat Pengetahuan.

Tabel 20. Kategori Variabel Tingkat Pengetahuan

No	Kelas Interval	F	F (%)	Kategori
1	$X < 24,66667$	11	11	Rendah
2	$24,66667 \leq X \leq 30,33333$	61	61	Sedang
3	$X > 30,33333$	28	28	Tinggi
		100	100,00	

Sumber: Data primer, diolah.

Dari tabel 20, yang memiliki kategori tinggi pada variabel Tingkat Pengetahuan sebanyak 28 responden (28%), termasuk kategori sedang sebanyak 61 responden (61%) dan kategori rendah sebanyak 11 responden (11%). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa kecenderungan variabel Tingkat Pengetahuan berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah bank memiliki cukup

pengetahuan mengenai perbankan syariah. Seperti yang dituliskan oleh Ahmad (2000) bahwa adanya pengetahuan akan suatu produk Bank Syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan atau tidak menggunakan produk perbankan syariah. Secara umum pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal. Pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah maka akan memacu minat menjadi nasabah. Sebaliknya, jika pengetahuan masyarakat terbatas terhadap perbankan syariah mengakibatkan persepsi yang kurang baik terhadap perbankan tersebut bahkan perbankan harus lebih agresif mengenalkan produknya.

2) Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Data variabel Kualitas Pelayanan yang diperoleh melalui angket dengan skala likert dengan butir soal sebanyak 11 soal dan telah diisi oleh 100 responden, sehingga diperoleh skor tertinggi 44 dan skor terendah 27. Berdasarkan pengolahan data penelitian yang terdapat pada tabel 19, dapat diketahui bahwa Kualitas Pelayanan memiliki nilai *median* 33. Nilai *mean* yang didapatkan sebesar 33,56 dan besarnya nilai modus adalah 34. Sedangkan standar deviasi memiliki nilai sebesar 3,701815.

Adapun distribusi frekuensinya adalah sebagai berikut.

Tabel 21. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan

No	Kelas Interval	F	F (%)	FK	FK (%)
1	27-29,125	15	15	15	15
2	29,125-31,25	16	16	31	31
3	31,25-33,375	20	20	51	51
4	33,375-35,5	19	19	70	70
5	35,5-37,625	16	16	86	86
6	37,625-39,75	8	8	94	94
7	39,75-41,875	4	4	98	98
8	41,875-44	2	2	100	100
Jumlah		100	100		

Sumber: Data Primer, diolah

Berdasarkan tabel 21 tersebut kemudian ditentukan kategorisasi dari variabel Kualitas Pelayanan. Pengkategorian variabel ini menggunakan kriteria skor ideal dengan terlebih dahulu menghitung *mean ideal* (Mi) dan standar deviasi ideal (SDi). Adapun secara rinci hasil penghitungan *mean ideal* (Mi) dan standar deviasi ideal (SDi) adalah sebagai berikut.

$$Mi = \frac{1}{2}(\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah})$$

$$Mi = \frac{1}{2}(44 + 27)$$

$$Mi = 35,5$$

$$SDi = \frac{1}{6}(\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah})$$

$$SDi = \frac{1}{6}(44 - 27)$$

$$SDi = 2,833333$$

$$Mi + SDi = 35,5 + 2,833333$$

$$= 38,33333$$

$$Mi - SDi = 35,5 - 2,833333$$

$$= 32,66667$$

Berdasarkan perhitungan di atas, pengkategorian variabel Kualitas Layanan disajikan dalam tabel 22.

Tabel 22. Kategori Variabel Kualitas Layanan

No	Kelas Interval	F	F (%)	Kategori
1	$X < 32,66667$	41	41	Rendah
2	$32,66667 \leq X \leq 38,33333$	50	50	Sedang
3	$X > 38,33333$	9	9	Tinggi
		100	100,00	

Sumber: Data primer, diolah.

Dari tabel 22, yang memiliki kategori tinggi pada variabel Kualitas Layanan sebanyak 9 responden (9%), termasuk kategori sedang sebanyak 50 responden (50%) dan kategori rendah sebanyak 41 responden (41%). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa kecenderungan variabel Kualitas Pelayanan berada pada kategori rendah ke sedang. Hasil dari penelitian ini tidak pasti menjamin bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh perbankan syariah yang sedang namun juga condong ke rendah tidak mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan produk perbankan syariah. Indikasi ini bisa didasari karena masyarakat muslim sudah terlanjur menjadi nasabah bank syariah sehingga mereka bisa memberikan penilaian tersebut. Namun seharusnya ini bisa menjadi *point* penting yang harus diperhatikan oleh Bank dengan basis syariah bahwa kualitas pelayanan mereka masih dinilai kurang. Peningkatan kualitas pelayanan harus menjadi solusi agar para nasabah tidak lari.

3) Deskripsi Variabel Tingkat Literasi Keuangan Syariah

Data variabel Tingkat Literasi Keuangan Syariah yang diperoleh melalui angket dengan skala likert dengan butir soal sebanyak 12 soal dan telah diisi oleh 100 responden, sehingga diperoleh skor tertinggi 47 dan skor terendah 28. Berdasarkan pengolahan data penelitian yang terdapat pada tabel 19, dapat diketahui bahwa Tingkat Literasi Keuangan Syariah memiliki nilai *median* 38. Nilai *mean* yang didapatkan sebesar 38,68 dan besarnya nilai modus adalah 38. Sedangkan standar deviasi memiliki nilai sebesar 4,732554.

Adapun distribusi frekuensinya adalah sebagai berikut.

Tabel 23 Distribusi Frekuensi Variabel Tingkat Literasi Keuangan Syariah

No	Kelas Interval	F	F (%)	FK	FK (%)
1	28-30,375	5	5	5	5
2	30,375-32,75	4	4	9	9
3	32,75-35,125	19	19	28	28
4	35,125-37,5	15	15	43	43
5	37,5-39,875	10	10	53	53
6	39,875-42,25	24	24	77	77
7	42,25-44,625	10	10	87	87
8	44,625-47	13	13	100	100
Jumlah		100	100		

Sumber: Data Primer, diolah

Berdasarkan tabel 23 tersebut kemudian ditentukan kategorisasi dari variabel Tingkat Literasi Keuangan Syariah. Pengkategorian variabel ini menggunakan kriteria skor ideal dengan

terlebih dahulu menghitung *mean ideal* (Mi) dan standar deviasi ideal (SDi). Adapun secara rinci hasil penghitungan *mean ideal* (Mi) dan standar deviasi ideal (SDi) adalah sebagai berikut.

$$Mi = \frac{1}{2}(\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah})$$

$$Mi = \frac{1}{2}(47 + 28)$$

$$Mi = 37,5$$

$$SDi = \frac{1}{6}(\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah})$$

$$SDi = \frac{1}{6}(47 - 28)$$

$$SDi = 3,166667$$

$$Mi + SDi = 37,5 + 3,166667 \\ = 40,66667$$

$$Mi - SDi = 37,5 - 3,166667 \\ = 34,33333$$

Berdasarkan perhitungan di atas, pengkategorian variabel Tingkat Literasi Keuangan Syariah sebagai berikut.

Tabel 24. Kategori Variabel Tingkat Literasi Keuangan Syariah

No	Kelas Interval	F	F (%)	Kategori
1	$X < 34,33333$	21	21	Rendah
2	$34,33333 \leq X \leq 40,66667$	41	41	Sedang
3	$X > 40,66667$	38	38	Tinggi
		100	100,00	

Sumber: Data primer, diolah

Dari tabel 24, yang memiliki kategori tinggi pada variabel Tingkat Literasi Keuangan Syariah sebanyak 38 responden (38%), termasuk kategori sedang sebanyak 41 responden (41%) dan kategori rendah sebanyak 21 responden (21%). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa kecenderungan variabel Tingkat Literasi Keuangan Syariah berada pada

kategori sedang dan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa seberapa tinggi tingkat literasi keuangan syariah masyarakat muslim akan mempengaruhi keputusannya dalam menggunakan produk perbankan syariah. Menurut Agustianto (2010) memaparkan dalam tulisannya bahwa literasi keuangan syariah juga memberikan manfaat yang besar bagi jasa keuangan syariah pada khususnya dan jasa keuangan pada umumnya mengingat masyarakat adalah pengguna produk dan jasa keuangan. Masyarakat dan Lembaga jasa keuangan syariah saling membutuhkan sehingga semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah masyarakat, maka semakin banyak masyarakat yang akan memanfaatkan produk dan jasa keuangan syariah. Dalam hal ini potensi keuntungan yang akan diperoleh lembaga jasa keuangan syariah juga semakin besar.

Disamping itu, literasi keuangan syariah juga dapat mendorong industri jasa keuangan untuk terus mengembangkan dan menciptakan produk dan jasa keuangan yang lebih inovatif dan lebih terjangkau, sesuai dengan kebutuhan semua golongan masyarakat. Begitupun juga dengan masyarakat agar dapat terhindar dari investasi bodong. Selain itu untuk menjadi tolak ukur majunya perekonomian suatu negara adalah tingginya tingkat melek keuangan warga negaranya. Peran dari Pemerintah serta tokoh-tokoh terkait sangat dibutuhkan dalam pemberian sosialisasi ke setiap wilayah yang ada di Indonesia.

4) Deskripsi Variabel Pengambilan Keputusan

Data variabel Pengambilan Keputusan yang diperoleh melalui angket dengan skala likert dengan butir soal sebanyak 9 soal dan telah diisi oleh 100 responden, sehingga diperoleh skor tertinggi 36 dan skor terendah 20. Berdasarkan pengolahan data penelitian yang terdapat pada tabel 19, dapat diketahui bahwa Kualitas Pelayanan memiliki nilai *median* 22. Nilai *mean* yang didapatkan sebesar 27,89 dan besarnya nilai modus adalah 28. Sedangkan standar deviasi memiliki nilai sebesar 3,547356.

Adapun distribusi frekuensinya adalah sebagai berikut.

Tabel 25. Distribusi Frekuensi Variabel Pengambilan Keputusan

No	Kelas Interval	F	F (%)	FK	FK (%)
1	20-22	7	7	7	7
2	22-24	10	10	17	17
3	24-26	18	18	35	35
4	26-28	23	23	58	58
5	28-30	18	18	76	76
6	30-32	13	13	89	89
7	32-34	8	8	97	97
8	34-36	3	3	100	100
Jumlah		100	100		

Sumber: Data primer, diolah

Berdasarkan tabel 25 kemudian ditentukan kategorisasi dari variabel Pengambilan Keputusan. Pengkategorian variabel ini menggunakan kriteria skor ideal dengan terlebih dahulu menghitung *mean ideal* (Mi) dan standar deviasi ideal (SDi). Adapun secara rinci

hasil penghitungan *mean ideal* (Mi) dan standar deviasi ideal (SDi) adalah sebagai berikut.

$$Mi = \frac{1}{2}(\text{skor tertinggi} + \text{skor terendah})$$

$$Mi = \frac{1}{2}(36 + 20)$$

$$Mi = 28$$

$$SDi = \frac{1}{6}(\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah})$$

$$SDi = \frac{1}{6}(36 - 20)$$

$$SDi = 8$$

$$Mi + SDi = 28 + 8$$

$$= 36$$

$$Mi - SDi = 28 - 8$$

$$= 20$$

Berdasarkan perhitungan di atas, pengkategorian variabel Pengambilan Keputusan sebagai berikut.

Tabel 26. Kategori Variabel Pengambilan Keputusan

No	Kelas Interval	F	F (%)	Kategori
1	$X < 20$	0	0	Rendah
2	$20 \leq X \leq 28$	57	57	Sedang
3	$X > 28$	43	43	Tinggi
		100	100,00	

Sumber: Data primer, diolah.

Seperti yang ditunjukkan oleh tabel 26, yang memiliki kategori tinggi pada variabel Pengambilan Keputusan sebanyak 43 responden (43%), termasuk kategori sedang sebanyak 57 responden (57%) dan kategori rendah sebanyak 0 responden (0%). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa kecenderungan variabel Pengambilan Keputusan berada pada kategori sedang. Hal ini dapat dipengaruhi oleh beberapa

faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen. Menurut E. Sangadji dan Endang Sopiah (2013: 24) faktor penentu keputusan pembelian konsumen antara lain: 1) Faktor Psikologis, 2) Faktor Situasional, dan 3) Faktor Sosial.

B. Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik diperlukan dalam sebuah penelitian untuk mendapatkan model regresi yang tepat. Suatu model dikatakan baik apabila terhindar dari masalah-masalah seperti normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Oleh karena itu penelitian ini juga dilakukan pengujian asumsi klasik.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program *SPSS 22*. Untuk mengetahui normalitas suatu data, bagian yang perlu dilihat adalah bagian *Kolmogorov-Smirnov Z* dan *Asymp. Sig. (2-tailed)*. Kriterianya adalah jika nilai *Asymp Sig* lebih dari atau sama dengan 0,05 maka data berdistribusi normal, jika *Asymp Sig* kurang dari 0,05 maka distribusi data tidak normal. Adapun hasil uji normalitas tersebut disajikan dalam tabel 27 sebagai berikut.

Tabel 27. Ringkasan Hasil Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov	Asymp. Sig. (2-tailed)	Hasil
<i>Unstandarized Residual</i>	.053	.200	Normal

Sumber: Data Primer, diolah

Berdasarkan tabel 27, dapat diketahui bahwa nilai *Asympt. Sig. (2-tailed)* $\geq 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang sangat kuat atau sempurna antar variabel bebas (X). Uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan uji VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai $VIF < 4$ maka tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan jika nilai $VIF > 4$ maka terjadi multikolinearitas. Adapun hasil uji multikolinearitas tersebut disajikan dalam tabel 28 sebagai berikut.

Tabel 28. Ringkasan Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Keterangan
Tingkat Pengetahuan	1.127	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Pelayanan	1.093	Tidak terjadi multikolinearitas
Tingkat Literasi Keuangan Syariah	1.033	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data primer, diolah.

Berdasarkan tabel 28 menunjukkan bahwa nilai VIF yang ditemukan untuk variabel tingkat pengetahuan sebesar 1,127, variabel kualitas pelayanan sebesar 1,093, dan variabel tingkat literasi

keuangan sebesar 1,033 dimana nilai VIF dari semua variabel tersebut kurang dari 4 sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini tidak menimbulkan multikolinearitas antar variabel bebas.

c. Uji Heterosedastisitas

Uji heterosedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan/asumsi klasik heterosedastisitas yaitu ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Pengujian heterosedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Park untuk meregresi nilai *absolut error* atas seluruh variabel bebas. Jika nilai sig F < 0,05 maka terjadi heterosedastisitas, sedangkan jika sig F \geq 0,05 maka tidak heterosedastisitas. Adapun hasil uji heterosedastisitas tersebut disajikan dalam tabel 29 sebagai berikut.

Tabel 29. Ringkasan Hasil Uji Heterosedastisitas

Anova	F	Sig.	Keterangan
<i>Regression</i>	.857	.466	Tidak terjadi heterosedastisitas

Sumber: Data primer, diolah.

Berdasarkan tabel 29, dapat diketahui bahwa nilai F yang ditemukan sebesar 0,857 dengan signifikansi 0,466. Oleh karena nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi heterosedastisitas.

Setelah seluruh uji asumsi klasik terpenuhi maka dilanjutkan dengan metode analisis regresi ganda guna mengetahui seberapa besar variabel terikat (pengambilan keputusan) dipengaruhi oleh variabel bebas (tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan, dan tingkat literasi keuangan syariah) atau yang biasa disebut dengan R^2 . Selain untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas mempengaruhi variabel terikat, analisis regresi ganda juga berfungsi untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas secara simultan maupun parsial. Berikut disajikan tabel 30 hasil uji regresi ganda.

Tabel 30. Hasil Uji Regresi Ganda

Variabel	Koef. Regresi (b)	t hitung	Sig.	Keterangan
Tingkat Pengetahuan	0,205	2,206	0,030	Signifikan
Kualitas Pelayanan	0,353	4,058	0,000	Signifikan
Tingkat Literasi Keuangan Syariah	0,146	2,203	0,030	Signifikan
Konstanta	4,594			
F_{hitung}	12,294			
R	0,527			
R^2	0,278			
Sig.	0,000			

Sumber: Data primer, diolah

2. Uji Signifikansi

Untuk menentukan tingkat signifikansi dalam penelitian ini dari masing-masing regresi variabel bebas terhadap variabel terikat dapat digunakan uji signifikansi seperti uji Koefisien Regresi secara Parsial

(Uji t), uji Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F), dan uji Koefisien Determinasi (R^2).

a. Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Berdasarkan tabel 30 dapat diketahui mengenai pengujian signifikansi dari masing-masing variabel bebas, yaitu sebagai berikut.

1) Pengaruh tingkat pengetahuan terhadap pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di DIY

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial, pengaruh bantuan modal terhadap pengambilan keputusan masyarakat muslim diperoleh nilai koefisien regresi b_1 sebesar 0,205. Pada taraf signifikansi 5% dapat diketahui t_{hitung} sebesar 2,206 dengan nilai signifikansi sebesar 0,030. Karena signifikansi kurang dari 0,05 maka hipotesis pertama yang berbunyi “terdapat pengaruh tingkat pengetahuan terhadap pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di DIY” diterima. Koefisien regresi variabel ini mempunyai nilai positif, artinya semakin tinggi tingkat pengetahuan, maka semakin meningkat pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah, dan sebaliknya.

2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di DIY

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial, pengaruh kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan diperoleh nilai koefisien regresi b_2 sebesar 0,353. Pada taraf signifikansi sebesar 5% dapat dihiung t_{hitung} 4,058 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka hipotesisi kedua yang berbunyi “terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di DIY” diterima. Pengaruh variabel kualitas pelayanan ini positif, artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah maka akan semakin besar pengambilan keputusan masyarakat muslim untuk menggunakan produk perbankan syariah di DIY, dan sebaliknya.

3) Pengaruh tingkat literasi keuangan syariah terhadap pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di DIY

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial, pengaruh tingkat literasi keuangan syariah terhadap pengambilan keputusan diperoleh nilai koefisien regresi b_3 sebesar 0,146. Pada

taraf signifikansi sebesar 5% dapat dihitung t_{hitung} 2,203 dengan nilai signifikansi sebesar 0,030. Karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka hipotesis ketiga yang berbunyi “terdapat pengaruh tingkat literasi keuangan syariah terhadap pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di DIY” diterima. Pengaruh variabel tingkat literasi keuangan syariah ini positif, artinya semakin baik tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki oleh masyarakat muslim maka akan semakin besar pengambilan keputusan masyarakat muslim untuk menggunakan produk perbankan syariah di DIY, dan sebaliknya.

b. Uji Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu variabel tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan, dan tingkat literasi keuangan syariah secara bersama-sama atau biasa disebut secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah. Berdasarkan hasil perhitungan secara simultan pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan, dan tingkat literasi keuangan syariah terhadap pengambilan keputusan masyarakat muslim pada taraf signifikansi 5% diperoleh nilai F_{hitung}

sebesar 12,294 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena signifikansi F kurang dari 0,05 maka hipotesis keempat yang berbunyi “terdapat pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan, dan tingkat literasi keuangan syariah terhadap pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di DIY” diterima. Hal ini berarti tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan, dan tingkat literasi keuangan syariah secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di DIY.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil pengujian menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,278 atau 27,8%. Hal ini berarti bahwa kontribusi/sumbangan yang diberikan variabel tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan, dan tingkat literasi keuangan syariah adalah sebesar 27,8%, sedangkan sisanya yaitu 72,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Estimasi Model Regresi

Berdasarkan tabel 31 dapat dilihat dalam penelitian ini diperoleh hasil persamaan estimasi untuk model Pengambilan Keputusan (Y) sebagai berikut.

$$Y = 4,594 + 0,205 X_1 + 0,353 X_2 + 0,146 X_3 + e$$

Dari hasil persamaan ini menunjukkan bahwa Nilai koefisien beta pada variabel tingkat pengetahuan (X_1) sebesar 0,205 dan bertanda positif yang berarti tingkat pengetahuan memiliki hubungan yang searah dengan pengambilan keputusan masyarakat muslim. Sehingga, setiap kenaikan tingkat pengetahuan maka akan menaikkan pengambilan keputusan masyarakat muslim untuk menggunakan produk perbankan syariah, dengan asumsi X_2 dan X_3 tetap. Sebaliknya jika terjadi penurunan tingkat pengetahuan 1% maka akan terjadi penurunan pengambilan keputusan masyarakat muslim untuk menggunakan produk perbankan syariah sebesar 20,5%.

Nilai koefisien beta pada variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,353 artinya setiap kenaikan variabel kualitas pelayanan sebesar 1% maka akan mengakibatkan peningkatan pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah sebesar 35,3% dengan asumsi X_1 dan X_3 tetap. Sebaliknya, jika terjadi penurunan variabel kualitas pelayanan sebesar 1% maka akan mengakibatkan penurunan pengambilan keputusan sebesar 35,3%.

Nilai koefisien beta pada variabel tingkat literasi keuangan syariah (X_3) sebesar 0,146 yang artinya setiap kenaikan variabel tingkat literasi keuangan syariah sebesar 1% maka akan mengakibatkan peningkatan pengambilan keputusan sebesar 14,6% satuan dengan asumsi X_1 dan X_2 tetap begitu pula sebaliknya.

C. Pembahasan

Setelah dilakukan uji signifikansi dan didapat persamaan estimasi model regresi maka akan dijelaskan lebih lanjut mengenai pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan, dan tingkat literasi keuangan syariah terhadap pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di DIY sebagai berikut.

1. Pengaruh Tingkat Pengetahuan terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah di DIY

Indikator yang tercakup dalam variabel Tingkat Pengetahuan adalah pengetahuan umum, pengetahuan prosedural, dan pengetahuan pembelian produk. Berdasarkan deskripsi data penelitian dapat diketahui bahwa variabel tingkat pengetahuan termasuk dalam kategori sedang dengan frekuensi 61 responden (61%). Hal tersebut menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini telah cukup memiliki pengetahuan terkait bank syariah dan produknya.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan pula bahwa terdapat pengaruh positif dari variabel tingkat pengetahuan terhadap pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 2,206 dengan signifikansi 0,030 dan nilai koefisien b_1 sebesar 0,205. Karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan semakin tinggi tingkat pengetahuan yang dimiliki masyarakat muslim maka akan semakin tinggi pula pengambilan keputusan menggunakan produk perbankan syariah.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aditya Putra Pratama dalam skripsinya yang berjudul “Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Motif Rasional Terhadap Proses Keputusan Dosen Menggunakan Bank Syariah” yang menunjukkan semua variabel tersebut atau dalam hal ini variabel tingkat pengetahuan secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan Dosen menggunakan Bank Syariah.

2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah di DIY

Indikator yang tercakup dalam variabel Kualitas Layanan adalah *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibles*. Berdasarkan deskripsi data penelitian dapat diketahui bahwa variabel

kualitas pelayanan termasuk dalam kategori sedang dengan frekuensi 50 responden (50%). Sedangkan sebanyak 41% berada kategori rendah.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan pula bahwa terdapat pengaruh positif dari variabel kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,058 dengan signifikansi 0,000 dan nilai koefisien b_2 sebesar 0,353. Walaupun berdasarkan hasil penelitian menangkap bahwa Kualitas Pelayanan yang dimiliki Bank Syariah masih sedang dan cenderung ke rendah namun karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan bank syariah maka akan semakin tinggi pula pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah. Ini dapat menjadi pekerjaan rumah tersendiri bagi penyedia jasa keuangan syariah atau dalam hal ini Perbankan Syariah untuk terus meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat mempertahankan nasabah mereka.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Inayah dan Sri Sudiarti dalam jurnalnya yang berjudul “Analisis Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah” yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di Bank Syariah.

3. Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah di DIY

Indikator yang tercakup dalam variabel Tingkat Literasi Keuangan Syariah adalah pengetahuan, kemampuan, sikap, dan kepercayaan. Berdasarkan deskripsi data penelitian dapat diketahui bahwa variabel tingkat literasi keuangan syariah termasuk dalam kategori sedang dengan frekuensi 41 responden (41%).

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan pula bahwa terdapat pengaruh positif dari variabel tingkat literasi keuangan syariah terhadap pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 2,203 dengan signifikansi 0,030 dan nilai koefisien b_3 sebesar 0,146. Karena koefisien regresi mempunyai nilai positif dan signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki masyarakat muslim maka akan semakin tinggi pula pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah.

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aksanul Khosasi dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Pemasaran terhadap Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Mikro di Bank Syariah Bukopin Sidoarjo” yang

menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah melakukan pembiayaan mikro di Bank Syariah Bukopin Sidoarjo.

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan sesuai dengan prosedur ilmiah yang ada, namun masih terdapat kekurangan karena adanya keterbatasan. Pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan, dan tingkat literasi keuangan syariah terhadap pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan perbankan syariah di DIY sebesar 27,8% sedangkan sisanya dari variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini sebesar 72,2%. Hal ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut belum dapat menjelaskan secara menyeluruh faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di DIY. Selain itu jumlah sampel yang diteliti dalam penelitian ini dirasa belum mampu mewakili setiap daerah yang ada DIY dengan jumlah masyarakat muslim lebih dari 3 juta jiwa namun juga tidak diketahui secara pasti berapa jumlah masyarakat muslim yang telah bersinggungan langsung dengan Perbankan Syariah.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Pada bab sebelumnya telah dibahas tentang pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan, dan tingkat literasi keuangan syariah yang kemudian dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh positif Tingkat Pengetahuan terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim menggunakan Produk Perbankan Syariah di DIY. Hal ini dapat ditunjukkan dari nilai koefisien regresi sebesar 0,205. Ditunjukkan pula dari nilai t hitung sebesar 2,206 dengan signifikansi sebesar 0,030 pada taraf signifikansi 5%.
2. Terdapat pengaruh positif Kualitas Layanan terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim menggunakan Produk Perbankan Syariah di DIY yang ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,353. Serta ditunjukkan dari nilai t hitung sebesar 4,058 dengan signifikansi sebesar 0,000 pada taraf signifikansi 5%.
3. Terdapat pengaruh positif Tingkat Literasi Keuangan Syariah terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim menggunakan Produk Perbankan Syariah di DIY. Hal ini dapat ditunjukkan dari nilai koefisien regresi sebesar 0,146 serta dari nilai t hitung sebesar 2,203 dengan signifikansi sebesar 0,030 pada taraf signifikansi 5%.

4. Terdapat pengaruh positif Tingkat Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim menggunakan Produk Perbankan Syariah di DIY. Hal ini dapat ditunjukkan dengan hasil uji F pada taraf signifikansi 5% yang diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 12,294 dengan nilai signifikansi F sebesar 0,000. Selain itu hasil pengujian regresi ganda menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,278 atau 27,8% yang dapat diartikan bahwa variabel tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan, dan tingkat literasi keuangan syariah mempengaruhi 27,8% pengambilan keputusan masyarakat muslim menggunakan produk perbankan syariah di DIY.

B. Saran

Berdasarkan penelitian ini maka peneliti bermaksud memberikan saran sebagai berikut.

1. Tingkat Pengetahuan memiliki pengaruh yang positif sehingga bagi pelaku usaha Perbankan Syariah seharusnya dapat melakukan sosialisasi secara menyeluruh dan jelas kepada masyarakat terkait produk yang ditawarkan serta prosedur penggunaannya atau dalam bahasa yang lebih sederhana yaitu perlu memberikan iklan yang menarik. Iklan dapat dipublikasikan melalui media cetak, media elektronik, serta web perusahaan. Hal tersebut perlu dilakukan agar mempermudah calon nasabah dalam mendapatkan informasi tanpa harus pergi mendatangi kantor cabang Bank Syariah.

2. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan Kualitas Layanan merupakan variabel yang paling berpengaruh. Oleh sebab itu bagi pelaku usaha Perbankan Syariah penting sekali untuk dapat terus meningkatkan kualitas pelayanannya. Karyawan Bank Syariah harus memiliki sikap ramah, ulet, teliti dan penguasaan pengetahuan terkait produknya. Ruang tunggu yang nyaman dan tempat parkir yang luas juga menjadi nilai tambah tersendiri dalam memanjakan nasabah Bank Syariah.
3. Tingkat Literasi Keuangan Syariah setiap masyarakat muslim berbeda-beda dari rendah hingga tinggi. Berdasarkan penelitian seberapa besar tingkat literasi keuangan syariah akan mempengaruhi keputusannya dalam menggunakan Produk Perbankan Syariah. Dalam rangka mewujudkan masyarakat yang melek keuangan, Pemerintah seharusnya mendukung penuh kegiatan terkait pemberian literasi keuangan syariah kepada masyarakat. Selain Pemerintah, pihak Perbankan Syariah serta masyarakat dengan tingkat literasi keuangan syariah tinggi seharusnya dapat bekerjasama dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terkait melek keuangan agar terhindar dari jerat rentenir serta investasi bodong yang marak terjadi.
4. Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah baik secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh yang positif. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lain dalam meneliti faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan masyarakat muslim dalam menggunakan produk Perbankan Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustianto. 2014. "Membangun Literasi Keuangan Syariah". Diakses online pada laman: <http://www.agustiantocentre.com/?p=1674> pada tanggal 7 Agustus 2018.
- Ahmad, A. 2000. *Asas-Asas Hukum Muamalat*. Yogyakarta: UII Pers.
- Antara, P.M., Musa, R., Hassan, F. 2016. "Bridging Islamic Financial Literacy and Halal Literacy: The Way Forward in Halal Ecosystem". *The Journal of Procedia Economics and Finance*, 37, 196-202.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ashad, M., Handono, W. A. 2017. "Urgensi Literasi Keuangan Syariah Pada Pendidikan Dasar". *Jurnal Studi Islam*, Volume 13 Nomor 01.
- Azwar, S. 2015. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Bank Indonesia. 2007. *Panduan Investasi Perbankan Syariah*. Direktorat Perbankan Syariah.
- Bank Indonesia. 2008. *Undang-Undang RI No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah*. Diakses online pada laman: www.bi.go.id pada tanggal 29 Juli 2018.
- Boediono. 2002. *Ekonomi Makro: Pengantar Ilmu Ekonomi*. Yogyakarta: BPEE.
- Chen, H. & Volpe, R. P. An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial Services Review* 7(2). 1998.
- Engel, J., Blackwell, D., & Miniard, P. 1995. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Bina Rupa Aksara
- Hafizah, S. 2016. "Psychosocial Factors and Gender Influencing The Level of Islamic Financial Literacy". Thesis: University Utara Malaysia.
- Inayah, N dan Sudiarti, S. 2017. "Analisis Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah". Skripsi: UIN Sumatra Utara.
- Ismanto, K. 2018. "Literasi Masyarakat dan Dampaknya terhadap Minat Menjadi

- Nasabah Bank Syariah”. Jurnal: Human Falah Volume 5 Nomor 1
- Isnurhadi. 2013. “Kajian Tingkat Literasi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah”. Penelitian: Universitas Brawijaya.
- Karmani, N. 2012. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Berhubungan dengan Bank Syariah di Kota Padang”. Jurnal: Manajemen dan Kewirausahaan, Volume 3 Nomor 1.
- Karim, A. 2013. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Karim, A. 2014. *Ekonomi Makro Islam Edisi Ketiga*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Kasmir. 2002. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Khosasi, A. 2017. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Pemasaran terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Mikro di Bank Syariah Bukopin Sidoarjo”. Skripsi: UIN Sunan Ampel
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kunt., Klapper., Randall. 2013. Islamic Finance and Financial Inclusion Measuring Use of and Demand for Formal Financial Services among Muslim Adults. *Review of Middle East Economics and Financial*, 10.2.
- Lemeshow, S., Hosmer, D.W., Klar, J. 1990. *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. England: John Wiley and Sons Ltd.
- Lupiyodi, R dan Hamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran Asa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lovelock, C. 2017. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Mamang Sangadji, Etta dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Mowen, J., & Minor, M. 2002. *Consumer Behavior* terjemahan. New Jersey: Pentice-Hall, Inc.
- Muhson, Ali. 2015. *Pedoman Penelitian Aplikasi Komputer Lanjut*. Diklat.

Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.

- Munajim, A dan Anwar, S. 2016. “Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah”. *Jurnal Ilmiah Indonesia* Volume 1 Nomor 2.
- Nugraha, S.W. (Februari 22 2016). *Tingkat Pertumbuhan Bank Syariah Yogyakarta Ungguli Nasional*. Diakses 5 Mei 2018, dari Tribun Jogja: <http://jogja.tribunnews.com/2016/02/22/tingkat-pertumbuhan-bank-syariah-yogyakarta-ungguli-nasional>
- Nur Rahmawati, E dkk. 2017. “Analisis Faktor Penyebab Rendahnya Minat Masyarakat Memilih Produk Pembiayaan Pada Bank Syariah”. *Jurnal: Ekonomi Islam Nusantara* Volume 10 Nomor 1
- Otoritas Jasa Keuangan. 2018. “Statistik Perbankan Syariah”. Jakarta: Departemen Perizinan dan Informasi Perbankan.
- Peter, P dan Olson, J. 1999. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Pratiwi Niken, A. 2010. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim untuk Menggunakan Bank Syariah”. Skripsi: Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Purwanto. 2016. *Evaluasi Hasil Belajar*. Yogyakarta; Pustaka Belajar.
- Putra, A. 2017. “Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Motif Rasional terhadap Proses Keputusan Dosen Menggunakan Bank Syariah”. Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah.
- Rabbani, S. “Analisis Pemahaman Nasabah terhadap Kesyariahan Bank BNI Syariah”. Thesis: Universitas Gadjah Mada
- Rahmayanti, N. 2012. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Reksoprayitno. 2004. *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*. Jakarta: Bina Grafika.
- Remund, D.L. 2010. “Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy”. *The Journal of Consumer Affairs*, Volume 44, Nomor 2.
- Ridwansyah. 2012. *Mengenal Istilah-istilah Dalam Perbankan Syariah*. Bandar

Lampung: Aura Anugrah Utama Raharja

- Riskyono, N.I. 2017. “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Iklan, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah”. Skripsi: UIN Sunan Kalijaga.
- Saidani, B., & Arifin, S. 2012. “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9.
- Samsudin, Ahmad. 2017. “Analisis Minnat Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah di Kabupaten Tangerang”. Skripsi: UIN Syarif Hidayatulloh.
- Soekartawi. 2002. *Prinsip-Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Hasil-Hasil Pertanian: Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. 2010. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen teori dan penerepannya dalam pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner, dan Analisis Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sunyoto, Danang. 2015. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Swastha, B., & Handoko, H. 1987. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.

- Tjiptono, Fnady. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Banyumedia
- Undang-Undang No 08 Tahun 1998 tentang Perbankan Syariah.*
- Undang-Undang No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.*
- Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran: Aplikasi Software SPSS*. Malang: Cahaya Press
- Winardi. 2001. *Motivasi dan Permotivasi dalam Manajemen*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Zeithmal, V., & Bitner, M.J. 2003. *Service Marketing*. New York: Tata McGraw-Hill

LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian

Assalamualaikum wr.wb.

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian Tugas Akhir Skripsi (TAS) yang saya lakukan untuk memenuhi gelar Strata 1 (S1) pada program studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta dengan judul “PENGARUH TINGKAT PENGETAHUAN, KUALITAS LAYANAN, DAN TINGKAT LITERASI KEUANGAN SYARIAH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MASYARAKAT MUSLIM MENGGUNAKAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH DI DIY”.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmawati Deylla Handida

NIM : 14804241034

Saya bermaksud memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I masyarakat muslim nasabah Bank Syariah di DIY untuk mengisi angket penelitian ini. Atas perhatian dan kesediaannya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum wr.wb.

Yogyakarta, 10 Oktober 2018

Peneliti

(Rahmawati Deylla Handida)

Petunjuk Pengisian Angket

1. Isilah identitas Anda secara lengkap dan benar
2. Bacalah setiap pernyataan dengan cermat
3. Pilihlah salah satu alternatif jawaban yang menurut Anda paling sesuai dengan keadaan yang dialami dengan memberikan tanda *check list* (✓) pada kolom jawaban yang disediakan.

4. Berikut adalah keterangan alternatif jawaban:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Identitas Responden

- 1) Nama :
- 2) Alamat : (Sleman, Bantul, Kulon Progo, Gunung Kidul, Kota
Yogyakarta)
- 3) Nama Produk Bank
yang digunakan :
- 4) Jenis Kelamin : L/P
- 5) Usia :
- 6) Pekerjaan:
 - a. Petani ()
 - b. Buruh ()
 - c. Pedagang ()
 - d. Wiraswasta ()

e. Pegawai Swasta ()

f. PNS/TNI/Polri ()

g. Lainnya.....

7) Pendapatan per bulan : Rp

Angket Tingkat Pengetahuan

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya mengetahui informasi terkait perbankan syariah				
2	Saya mengetahui produk bank syariah dengan jelas				
3	Sistem bagi hasil pada Bank Syariah dilakukan dengan transparan				
4	Saya mengetahui didalam pelaksanaan Bank Syariah, terdapat Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertugas mengawasi kegiatan operasional dari bank syariah				
5	Saya mengerti alur administrasi untuk menggunakan produk bank syariah				
6	Saya mengetahui berapa biaya administrasi untuk mendaftar menggunakan produk bank syariah				
7	Saya mengetahui akad-akad pada penggunaan produk bank syariah				
8	Saya mengetahui sistem pembagian keuntungan pada produk bank syariah (bagi hasil)				
9	Sistem pembagian keuntungan pada bank syariah tidak berdasarkan besaran bunga				
10	Saya mendapatkan informasi terkait produk bank syariah melalui media cetak				
11	Saya mendapatkan informasi terkait produk bank syariah melalui iklan				
12	Saya mendapatkan informasi mengenai bank syariah dari orang tua/teman/saudara				

Angket Kualitas Layanan

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Kegiatan administrasi pembiayaan pada bank syariah jelas				
2	Kegiatan administrasi pembiayaan pada bank syariah cepat				
3	Karyawan bank syariah memberikan pelayanan yang sama pada semua nasabah				
4	Karyawan bank syariah bersedia meluangkan waktu khusus untuk membantu permasalahan nasabah dalam bertransaksi				
5	Karyawan memberikan tanggapan yang baik terhadap pertanyaan/masalah nasabah				
6	Karyawan memiliki kecakapan dalam bekerja				
7	Karyawan mempunyai pengetahuan yang luas				
8	Bank syariah memiliki <i>e-service</i> yang dapat memudahkan nasabah melakukan transaksi dimanapun sedang berada				
9	Bank syariah memiliki fasilitas ATM yang dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi				
10	Kantor bank syariah memiliki ruang pelayanan yang nyaman				
11	Kantor bank syariah memiliki tempat parkir yang cukup luas				
12	Lokasi kantor bank syariah berada di tempat yang strategis/mudah dijangkau				

Angket Literasi Keuangan Syariah

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya memahami tentang pengetahuan keuangan syariah				
2	Ekonomi syariah bertujuan untuk mengatur kegiatan ekonomi guna mencapai derajat kehidupan yang layak bagi seluruh masyarakat				
3	Saya mengetahui hukum mengenai <i>riba</i> dengan baik				
4	Al-qur'an merupakan dasar hukum ekonomi syariah				
5	Ijma' ijtihad merupakan dasar hukum ekonomi syariah				
6	Saya memahami kebutuhan asuransi diri				
7	Saya mengetahui bahwa produk pasar modal tidak semuanya beresiko tinggi				
8	Saya telah merencanakan masa pensiun yang mandiri				
9	Zakat merupakan kewajiban bagi setiap muslim				
10	Optimalisasi pemanfaatan zakat, sedekah, <i>infaq</i> (ZIS) dapat dijadikan sebagai alternative permasalahan kemiskinan di Indonesia				
11	Saya mengeluarkan uang sesuai kebutuhan				
12	Saya selalu menyisihkan uang untuk di tabung				
13	Saya selalu menyisihkan uang untuk investasi				
14	Saya selalu mempertimbangkan segala sesuatu yang hendak saya beli				
15	Saya memperhatikan aspek halal dan haram atas uang yang saya miliki				
16	Saya selalu membuat anggaran mingguan atau bulanan				
17	Saya merancang keuangan untuk masa depan				

Angket Pengambilan Keputusan Konsumen

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya menggunakan produk Bank Syariah karena sesuai dengan kebutuhan saya				
2	Saya menggunakan produk Perbankan Syariah karena sesuai dengan prinsip hidup saya				
3	Saya menggunakan produk perbankan syariah karena rekomendasi dari orang tua/saudara/teman				
4	Saya menggunakan produk perbankan syariah karena melihat iklan				
5	Bank Syariah memberikan solusi/alternatif atas kebutuhan saya				
6	Produk bank syariah mampu memenuhi kebutuhan saya terkait pengelolaan dana				
7	Bank Syariah mampu memberikan pilihan produk yang sesuai dengan keadaan keuangan saya				
8	Saya menggunakan produk bank syariah karena memiliki kemudahan metode pembayaran				
9	Saya merasa puas menggunakan produk bank syariah				
10	Saya akan terus menggunakan produk bank syariah				

Lampiran 2. Data Uji Coba Instrumen Penelitian

[illegible]

3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	0	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	5	4	3	4	3	3	3	3	4	2	4	4	3	4	0	3	4	4	3	4	3	3	1	
4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	7	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	3	4	3	3	3	4	4	4	4	2	
3	3	3	3	2	3	4	2	4	7	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	7	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	2	4	0	4	3	3	3	3	3	3	3	8	
4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	2	4	1	3	3	3	3	3	4	3	3	3	8

Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.828	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1_1	32.2667	12.271	.435	.706
X1_2	32.5333	11.430	.676	.679
X1_3	32.5667	11.151	.546	.686
X1_4	32.3333	11.057	.438	.701
X1_5	32.5333	12.464	.348	.714
X1_6	32.4000	11.214	.471	.696
X1_7	32.8000	11.476	.481	.696
X1_8	32.6000	12.662	.365	.714
X1_9	32.4000	10.869	.554	.683
X1_10	33.0000	12.138	.245	.730
X1_11	33.1333	13.154	.105	.741
X1_12	32.6667	13.816	-.078	.773

2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.873	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2_1	34.2667	16.064	.451	.846
X2_2	34.3333	15.057	.519	.843
X2_3	33.9000	16.645	.506	.842
X2_4	34.0333	16.240	.529	.840
X2_5	33.8000	16.166	.592	.837
X2_6	34.0000	16.897	.416	.847
X2_7	34.1333	16.189	.662	.834
X2_8	34.0667	15.513	.655	.831
X2_9	34.0000	17.517	.209	.860
X2_10	34.0333	15.757	.652	.832
X2_11	34.4333	14.185	.639	.832
X2_12	34.2000	15.752	.577	.836

3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3_1	50.2333	24.116	.533	.815
X3_2	50.0333	24.792	.531	.816
X3_3	50.2000	23.614	.648	.808
X3_4	49.8333	25.730	.433	.822
X3_5	50.1667	25.385	.504	.819
X3_6	50.4333	27.013	.124	.839
X3_7	50.6000	24.110	.576	.813
X3_8	50.5000	25.776	.266	.833
X3_9	49.7333	27.099	.165	.834
X3_10	49.8333	24.557	.589	.813
X3_11	50.2000	24.441	.642	.811
X3_12	50.1667	25.661	.273	.833
X3_13	50.3667	25.137	.375	.826
X3_14	50.0667	25.926	.397	.824
X3_15	49.7333	25.030	.582	.815
X3_16	50.6000	26.455	.268	.830
X3_17	50.1000	24.576	.540	.815

4. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y_1	28.0000	9.655	.301	.822
Y_2	27.9333	8.961	.616	.785
Y_3	27.9000	10.231	.197	.829
Y_4	28.3667	8.999	.484	.800
Y_5	28.1333	9.361	.553	.793
Y_6	28.1000	8.921	.673	.780
Y_7	28.2333	9.909	.385	.809
Y_8	28.2333	8.599	.661	.778
Y_9	28.1333	8.947	.524	.795
Y_10	28.0667	9.168	.659	.784

Lampiran 4. Data Penelitian

X 1 1	X 1 2	X 1 3	X 1 4	X 1 5	X 1 6	X 1 7	X 1 8	X 1 9	S U M	X 2 1	X 2 2	X 2 3	X 2 4	X 2 5	X 2 6	X 2 7	X 2 8	X 2 0	X 2 1	X 2 2	S U M	X 3 1	X 3 2	X 3 3	X 3 4	X 3 5	X 3 7	S U M	Y 1	Y 2	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 0	S U M				
3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3			
3	3	1	2	3	1	2	2	2	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	
3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	4	2	4	4	3	4	3	2	4	3	3	4	2	3	4	4	2	9	
4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	2	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	1	
3	3	3	3	2	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	6	
4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	5	
3	3	3	3	2	3	4	3	4	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	
3	3	3	3	2	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	7	
3	3	3	3	2	3	4	3	4	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	9
3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	4	3	2	9
3	3	3	3	2	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	9	
3	3	1	2	3	1	3	2	2	2	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	

									0												8											5								7				
4	4	4	4	3	3	3	3	2	3 0	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3 3	3	4	2	4	4	3	4	3	1	3	4	3	3 8	4	4	2	3	3	3	3	3	2 8	
4	4	4	4	3	3	3	3	2	3 0	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3 6	4	4	3	3	3	2	4	3	3	4	4	3	4 0	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3 1
3	3	3	3	2	3	4	3	4	2 8	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3 4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4 4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2 7
4	4	4	4	3	3	4	3	2	3 1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3 3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4 2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3 6
3	3	2	3	3	3	2	3	3	2 5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3 1	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4 2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2 1
4	4	4	4	4	4	3	3	4	3 4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4 1	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4 5	4	4	3	4	3	3	3	2	3	2 9
3	3	3	3	2	3	4	3	4	2 8	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3 9	4	4	4	4	3	2	4	3	3	3	4	3	4 1	3	3	3	2	2	3	2	3	4	2 5
4	4	4	4	3	3	4	3	3	3 2	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3 8	2	2	2	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3 4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2 8
3	3	3	3	2	3	4	3	4	2 8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3 3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	4 4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2 7
3	3	3	3	2	3	4	3	4	2 8	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3 6	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4 2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3 4
4	4	4	4	3	3	4	3	3	3 2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4 1	4	4	4	4	3	2	4	3	3	3	4	3	4 1	2	4	3	3	4	2	3	4	4	2 9
4	4	4	4	3	3	4	3	3	3 2	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3 8	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	2	4 0	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3 2
3	3	3	3	2	3	4	3	4	2 8	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2 9	3	4	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3 3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2 2
3	3	3	3	2	4	4	4	4	3 0	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3 5	4	3	4	3	3	3	3	4	2	4	4	3	4 0	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3 1

4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	7	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	
3	3	3	3	2	3	4	2	4	2	7	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	7	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	2	4	0	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	8
4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	2	4	1	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	8	
4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	9		
3	3	3	3	2	3	4	4	4	2	9	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	7	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	
3	3	3	3	2	3	4	2	3	2	6	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	5	4	4	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	9		
4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4		
4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	6	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	1	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4		
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	7	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	9	2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	
3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	1	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	6	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	3	2	2	3	2	3	4	2	5			
3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	1	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	8	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	0		
3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	6	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	7	4	4	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	4	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	5	
3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	0	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	2	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	2	4	4	2	3	3	3	3	3	3	2	8		
4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	0	4	3	4	3	3	3	3	4	2	4	4	3	4	0	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	2	
3	3	3	3	2	3	4	2	2	2	5	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	9	3	4	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3

4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	9	2	2	2	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	
3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	1	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	5	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4	3	0
3	3	3	3	2	3	4	2	3	2	6	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	4	4	3	4	3	1	3	4	3	3	8	3	4	2	3	4	3	3	4	4	3	0	
3	3	3	3	2	3	4	2	2	2	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	8	3	4	2	4	3	3	3	4	4	3	0	
3	3	3	3	2	3	4	2	4	4	7	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	7	
3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	9	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	1	4	3	4	3	3	3	3	4	2	4	4	3	4	0	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	1	
3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	1	3	2	2	2	2	3	4	3	2	3	2	2	3	0	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	4	
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	1	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	8	4	3	2	4	3	3	3	4	4	3	0	
3	3	3	3	2	3	3	2	4	4	6	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	7	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	0		
4	3	3	2	2	3	4	2	3	3	6	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	4		
3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	9	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	5	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	8		
3	3	3	3	2	3	4	2	2	2	5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	1	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	4	
3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	0	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	1	4	3	4	3	3	3	3	4	2	4	3	4	4	0	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	5	
3	3	3	3	2	3	4	2	2	2	5	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	7	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	
3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	2	3	3	2	4	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	

3	3	3	3	2	3	3	4	2	2 6	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3 2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3 3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3 1
3	3	4	4	3	4	4	4	4	3 3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3 7	4	3	4	3	3	3	3	4	2	4	4	3	4 0	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3 2
3	3	3	4	4	4	4	4	4	3 3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3 7	3	2	2	2	2	3	4	3	2	2	3	3	3 1	4	3	3	4	3	3	3	2	3	2 8
3	3	2	3	2	3	3	2	3	2 4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3 2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3 6	4	3	3	4	3	3	2	3	3	2 8
3	3	3	4	4	4	4	4	4	3 3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2 8	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4 3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2 6
3	3	3	4	4	4	4	4	4	3 3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	1	3 8	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4 4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2 6
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3 6	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3 2	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3 4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2 7
3	3	4	3	2	4	4	4	4	3 1	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3 5	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4 2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2 8
3	3	4	3	2	4	4	4	4	3 1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3 3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4 6	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3 1
3	3	3	3	2	3	3	4	2	2 6	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3 6	3	4	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3 3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2 7
3	3	3	3	2	4	4	4	4	3 0	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3 4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4 6	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2 0
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3 6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3 3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4 3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2 8
3	3	3	3	2	3	3	3	2	2 5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3 1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3 8	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2 9
3	3	4	3	3	4	4	4	4	3 2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2 8	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3 8	4	3	2	3	3	2	2	3	3	2 5
2	3	3	3	3	3	4	4	2	2 7	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3 2	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4 3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2 6

Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas, Multikolinearitas, dan Heterosedastisitas

OUTPUT UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.01512581
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.040
	Negative	-.053
Test Statistic		.053
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

OUTPUT UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.594	3.938		1.166	.246		
	X1	.205	.093	.203	2.206	.030	.887	1.127
	X2	.353	.087	.368	4.058	.000	.915	1.093
	X3	.146	.066	.194	2.203	.030	.968	1.033

a. Dependent Variable: Y

OUTPUT UJI HETEROSKEDASTISITAS

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.155	3	2.718	.857	.466 ^b
	Residual	304.428	96	3.171		
	Total	312.583	99			

a. Dependent Variable: Absolut Residu

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Lampiran 6. Analisis Regresi Ganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X2, X1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.527 ^a	.278	.255	3.062

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	345.783	3	115.261	12.294	.000 ^b
	Residual	900.007	96	9.375		
	Total	1245.790	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.594	3.938		1.166	.246
	X1	.205	.093	.203	2.206	.030
	X2	.353	.087	.368	4.058	.000
	X3	.146	.066	.194	2.203	.030

a. Dependent Variable: Y