

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MASYARAKAT MUSLIM TIDAK MENABUNG DI BANK SYARIAH DI KOTA YOGYAKARTA

Luthfia Hanif Afifah

Program Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan

Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email: nunafiia@gmail.com

Intisari: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menabung Di bank Syariah Di Kota Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim di kota Yogyakarta yang tidak menggunakan bank syariah namun menggunakan bank konvensional dan kriteria-kriteria lain yang telah di tetapkan oleh peneliti. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah keputusan, lokasi, pengetahuan, persepsi dan fasilitas. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling. Alat analisis yang digunakan untuk mengolah data adalah Regresi Linier Berganda. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat dijelaskan bahwa lokasi, persepsi, dan fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim tidak menabung di bank syariah, sedangkan pengetahuan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat muslim tidak menabung di bank syariah. Secara simultan, variabel lokasi, pengetahuan, persepsi, dan fasilitas mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menabung di bank syariah secara positif dan signifikan.

Kata Kunci : Bank Syariah, Lokasi, Pengetahuan, Persepsi, Fasilitas, Keputusan.

Abstract: *This research aims to analyze factors that affect moslem's decision not to save money in Islamic Banks in Yogyakarta City. The subjects of the reseacrh was moslem people in Yogyakarta who did not use Islamic Bank, but they use conventional bank. Variables used in this reseacrh were location, knowledge, perception, and facility. The sample used in the research as many as 100 respondent which were chosen using Purposive Sampling method. The analysis instrument used to analyze the data was multiple linear regression.*

Based on the analysis had been done, the knowledge did not have significant influence toward the decision of moslem people for not saving money in Islamic Banks. Whereas location, perception, and facility had significant influence toward the decision of moslem people for not saving money in Islamic Banks. Simultaneously, the location variables, knowledge variable, perception variable, and facility variable affect the decision of moslem people for not saving money in Islamic Banks.

Key Word: Islamic Bank, Decision, Location, Knowledge, Perception, Facility

I. PENDAHULUAN

Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga yang terhitung baru dalam dunia bisnis keuangan di Indonesia. Meskipun terhitung baru, lembaga keuangan syariah dalam perkembangannya selalu menunjukkan *trend* yang positif semenjak kemunculannya. Perkembangan perbankan syariah memang tidak bisa disamakan dengan negara-negara muslim lainnya seperti Pakistan, Iran dan Sudan yang mulai mendirikan bank Islam sejak 1970-an (Adiwarman,2013), akan tetapi perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia sedang dalam proses merangkak dari titik terendah menuju titik tertinggi.

Bank syariah (*Islamic banking* atau *interest – free banking*) adalah lembaga keuangan berdasarkan etika dan sistem nilai Islam yang bebas dari bunga (riba), kegiatan spekulatif yang non-produktif seperti perjudian, bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan, berprinsip pada keadilan dan hanya membiayai kegiatan usaha yang halal, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam berproduksi (Muhammad, 2005).

Di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), perkembangan perbankan syariah tidak kalah pesatnya dengan kota-kota lain di Indonesia maupun secara nasional. Pangsa pasar perbankan syariah di DIY tercatat mencapai 7,72% yang dapat dipastikan angka ini jauh dari pangsa pasar perbankan syariah secara nasional yang masih dibawah 5% (Koran Sindo 26-09-2015).

Berdasarkan Laporan Perkembangan Perekonomian DIY, pada Triwulan I 2015, perkembangan usaha Perbankan Syariah mengalami penurunan yang diindikasikan oleh penurunan asset dan penyaluran kredit, berbanding terbalik dengan penghimpun dana pihak ketiga yang justru mengalami peningkatan. Dana pihak ketiga yang berhasil dihimpun dari masyarakat mengalami peningkatan dari 0,02% (yoy) pada triwulan sebelumnya menjadi 2,58% (yoy) pada triwulan I 2015 dengan jumlah nominal Rp3,22 triliun. Pertumbuhan dana pihak ketiga perbankan syariah tersebut masih jauh tertinggal dengan pertumbuhan dana pihak ketiga perbankan konvensional yang mencapai 13,59% (yoy) pada triwulan I 2015 dengan nominal Rp45,74 triliun. Total aset perbankan syariah juga jauh tertinggal dengan total aset perbankan konvensional yang mencapai nominal Rp54,7 triliun pada triwulan I 2015.

Perbankan syariah di Yogyakarta seharusnya dapat lebih cepat mengejar ketertinggalannya terhadap perbankan konvensional mengingat tidak sedikit faktor pendukung yang dapat menunjang keberhasilan kemajuan tersebut. Pertama, seperti halnya

Indonesia, penduduk di kota Yogyakarta juga di dominasi oleh penduduk yang beragama muslim, dari data yang diperoleh dalam DIY Dalam Angka (2015) tercatat jumlah penduduk laki-laki dan perempuan sebesar 400.467 jiwa (Data Sensus Penduduk 2010) dengan jumlah penduduk yang beragama Islam sebesar 340.922 jiwa (Kondisi per September 2014). Kedua, fasilitas perbankan syariah di Yogyakarta sudah relatif tersedia

Berdasarkan penjelasan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh Lokasi, Pengetahuan, Persepsi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menabung di Ban Syariah di Yogyakarta.

II. KAJIAN PUSTAKA

BANK

Pengertian Bank

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

BANK SYARIAH

Pengertian Bank Syariah

Dalam buku Sudarsono (2013), yang dimaksud bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu berkaitan dengan masalah uang sebagai dagangan utamanya.

Karakteristik Bank Syariah

Dalam buku Ascarya (2008) karakteristik perbankan syariah di Indonesia dapat dilihat melalui beberapa hal berikut:

1. Sistem Keuangan dan Perbankan

Indonesia menganut sistem ekonomi kapitalis hingga mulai tahun 1992, hingga diperkenalkannya sistem keuangan dan perbankan ganda dengan dikeluarkannya Undang-Undang Perbankan No.7 Tahun 1992. Sistem tersebut mulai terarah semenjak dikeluarkannya Undang-Undang Perbankan No.10 Tahun 1998.

2. Aliran Pemikiran

Mayoritas penduduk Muslim Indonesia menganut mazhab Syafi'i, namun ulama Indonesia mengaplikasikan prinsip syariah dalam dunia perbankan dengan hati-hati dan cenderung memiliki pendapat yang sama dengan ulama Timur Tengah.

3. Kedudukan Bank Syariah dalam Undang-Undang

Bank syariah di Indonesia, baik yang berbentuk bank umum syariah, unit usaha syariah, maupun bank pengkreditan rakyat syariah, berada dibawah Undang-Undang Perbankan (UU No. 10 Tahun 1998) dan sepenuhnya diakomodasi oleh Undang-Undang.

4. Kedudukan Dewan Syariah

Otoritas Syariah tertinggi di Indonesia berada pada Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (DSN – MUI). Tugas DSN – MUI di bidang keuangan dan perbankan pada prinsipnya tidak berbeda dengan tugas NSAC Malaysia yang merupakan satu-satunya badan otoritas yang memberikan saran kepada institusi terkait (Bank Indonesia, Departemen Keuangan, atau Bapepam) berkaitan dengan

operasi perbankan syariah atau lembaga keuangan syariah lainnya, mengkoordinasi isu-isu Syariah tentang keuangan dan perbankan syariah, dan menganalisis dan mengevaluasi aspek-aspek Syariah dari skim atau produk baru yang diajukan oleh institusi perbankan dan lembaga keuangan syariah lainnya.

5. Strategi Pengembangan Perbankan Syariah dan Produknya

Strategi pengembangan perbankan syariah dan produk yang dipilih Indonesia adalah pertama, pendekatan yang bertahap dan berkesinambungan (gradual and sustainable) sehingga memungkinkan perkembangan yang sesuai dengan keadaan dan kesiapan pelaku tanpa dipaksakan serta membentuk sistem yang kokoh dan tidak rapuh. Kedua, yang sesuai syariah (comply to sharia principle) dan tidak mengadopsi akad-akad yang kontroversial, dimaksudkan menjamin produk-produk yang ditawarkan terjamin kemurnian syariahnya dan dapat diterima masyarakat luas dan dunia internasional.

Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Hal mendasar yang membedakan lembaga keuangan non syariah dan syariah adalah terletak pada pengembalian dan pembagian keuntungan yang diberikan oleh nasabah kepada lembaga keuangan dan yang diberikan oleh lembaga keuangan kepada nasabah, maka dari itu muncullah istilah bunga dan bagi hasil (Wahab, 2013).

Tabel 2.1
Perbandingan Bank Konvensional dan Bank Syariah

Bank Syariah	Bank Konvensional
Melakukan investasi-investasi yang halal saja	Investasi yang halal dan haram
Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli, atau sewa	Menggunakan sistem bunga
Profit dan falah oriented	Profiit oriented
Hubungan dengan nasabah dalam bentuk kemitraan	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk debitur-kreditur
Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah	Tidak ada lembaga sejenis

(sumber : Muhammad Syafi'i Antonio, 2001)

Perbedaan Sistem Bagi Hasil dan Sistem Bunga

Dalam sistem bagi hasil, keuntungan dan kerugian ditanggung bersama oleh kedua belah pihak. Sedangkan dalam bank konvensional, sistem riba, fiat money, commodity money, fractional reserve system dalam perbankan, dan pembolehan spekulasi menyebabkan penciptaan uang (kartal dan giral) dan tersedotnya uang di sektor moneter untuk mencari keuntungan tanpa risiko. Akibatnya uang atau investasi yang seharusnya tersalur ke sektor riil untuk tujuan produktif sebagian besar lari ke sektor moneter dan menghambat pertumbuhan bahkan menyusutkan sektor riil (Ascarya, 2008).

Tabel 2.2
Perbedaan Bunga dan Bagi Hasil

Bunga	Bagi Hasil
Penentuan bunga dibuat pada waktu akad dengan asumsi usaha akan selalu menghasilkan keuntungan.	Penentuan besarnya rasio/nisbah bagi hasil disepakati pada waktu akad dengan berpedoman pada kemungkinan untung rugi.
Besarnya persentase didasarkan pada jumlah dana/modal yang dipinjamkan.	Besarnya rasio bagi hasil didasarkan pada jumlah keuntungan yang diperoleh.
Bunga dapat mengambang/variabel, dan besarnya naik turun sesuai dengan naik turunnya bunga patokan atau kondisi ekonomi.	Rasio bagi hasil tetap tidak berubah selama akad masih berlaku, kecuali diubah atas kesepakatan bersama.
Pembayaran bunga tetap seperti yang dijanjikan tanpa pertimbangan apakah usaha yang dijalankan peminjam untung atau rugi.	Bagi hasil bergantung pada keuntungan usaha yang dijalankan. Bila usaha merugi, kerugian akan ditanggung bersama.
Jumlah pembayaran bunga tidak meningkat sekalipun keuntungan naik berlipat ganda.	Jumlah pembagian laba meningkat sesuai dengan peningkatan keuntungan.
Eksistensi bunga diragukan (kalau tidak dikecam) oleh semua agama.	Tidak ada yang meragukan keabsahan bagi hasil.

Sumber : Antonio, 2001 ; diolah kembali

Akad Bank Syariah

Akad-akad dalam perbankan syariah meliputi akad-akad untuk pendanaan, pembiayaan, jasa produk, jasa operasional, dan jasa investasi tersaji dalam tabel 2.3 berikut:

Tabel 2.3
Akad-Akad Bank Syariah di Indonesia

Akad	Pendanaan	Pembiayaan	Jasa Perbankan
Standar	Wadiah, Mudharabah	Murabahah, Salam Mudharabah, Istishna, Musyarakah, Ijarah, Muntahiya, Bittamlik, Qardh, Rahn, Hawalah	Wakalah, Kafalah, Hawalah, Rahn, Sharf, Ujr, Mudharabah Muqayyadah
Khas		Mudharabah wal Murabahah, Musyarakah wal Murabahah	
Kurang Digunakan		Ijarah, Salam, Istishna	
Banyak Digunakan		Murabahah, Mudharabah, Musyarakah	

(Sumber : Ascarya, 2008)

Produk Bank Syariah di Indonesia

Sama seperti bank konvensional, bank syariah juga berperan dalam menghimpun dana dari pihak yang kelebihan dana dan meyalurkannya kepada pihak yang kekurangan dana. Sehingga, bank syariah memiliki produk-produk yang tergolong dalam produk penyaluran dana, produk penghimpun dana dan produk jasa (Sudarsono, 2013).

Teori Perilaku Konsumen

London dan Bitta (1988) dalam buku Simamora (2002) mengungkapkan bahwa perilaku konsumen lebih menekankan sebagai suatu proses pengambilan keputusan. Mereka mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktivitas individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan, atau mengatur barang dan jasa, disamping itu masih dalam buku Simamora (2002) Kotler dan Armstrong (1997) menyebutkan bahwa perilaku konsumen sebagai perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga, yang membeli produk untuk konsumsi personal.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Setiadi (2010) keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan.

Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

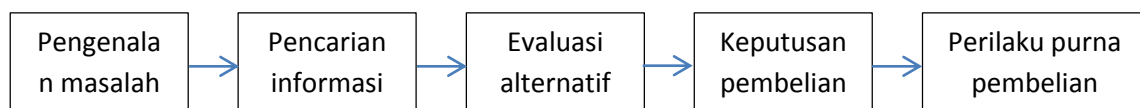
1. Peran Pembelian

Terdapat lima peran yang terjadi dalam keputusan pembelian yang dijelaskan dalam buku Simamora (2002) :

- a. Pemrakarsa (initiator). Orang yang pertama kali menyarankan membeli suatu produk atau jasa tertentu.
- b. Pemberi pengaruh (Influencer). Orang yang pandangannya/nasihatnya memberi bobot dalam pengambilan keputusan akhir.
- c. Pengambil keputusan (decider). Orang yang sangat menentukan sebagian atau keseluruhan keputusan pembelian.
- d. Pembeli (buyer). Orang yang melakukan pembelian nyata.
- e. Pemakai (user). Orang yang mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa.

2. Tahap-Tahap Dalam Proses Pembelian

Dalam melakukan proses pembelian, seorang pembeli biasanya melalui lima tahap seperti yang digambarkan dalam bagan dibawah ini :



Proses Pembelian
(Setiadi, 2010)

Lokasi

Lokasi menurut Lupiyoadi dalam penelitian Tyas (2012) adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Jasa tidak dipasarkan melalui saluran distribusi tradisional seperti halnya barang fisik. Akan tetapi dalam jasa ada dua kemungkinan seperti yang ditulis dalam buku Tjiptono (2000), yaitu pertama, pelanggan mendatangi lokasi fasilitas jasa dan kedua adalah penyedia jasa yang mendatangi pelanggan. Dalam hal pelayanan perbankan, maka terjadi kemungkinan pertama yaitu pelanggan mendatangi lokasi fasilitas, maka dari itu lokasi merupakan salah satu elemen penting dalam pemasaran perbankan.

Pengetahuan

Pengetahuan (knowledge) dalam penelitian Jannah (2014) diartikan sebagai kesan di dalam pikiran manusia sebagai hasil penggunaan panca indra. Pengetahuan bertujuan untuk mendapatkan kepastian hasil prasangka, sebagai akibat dari ketidakpastian tersebut.

Persepsi

Kreitner dan Kinicki (2005) dalam jurnal Abd Wahab (2013) persepsi adalah proses interpretasi seseorang atas lingkungannya. Sedangkan menurut Kotler (1999) dalam bukunya merumuskan persepsi sebagai proses yang dilakukan oleh seseorang untuk memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti.

Fasilitas

Tjiptono (2000) dalam bukunya bahwa fasilitas menurutnya merupakan suatu paket jasa yang diartikan sebagai suatu bundel yang terdiri atas barang dan jasa yang disediakan

dalam lingkungan tertentu. Tjiptono juga menjelaskan bahwa fasilitas penunjang adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen.

III METODOLOGI PENELITIAN

Objek dan Subjek Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini terletak di Kota Yogyakarta dengan fokus penelitian pada masyarakat muslim yang tidak menggunakan bank syariah.

Sumber dan Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan dalam Penelitian ini adalah Data Primer. Data Primer didapatkan melalui sumber pertama yaitu kuesioner yang diisi kepada masyarakat muslim yang tidak menggunakan bank syariah di kota Yogyakarta.

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, digunakan metode lain berupa Studi Kepustakaan.

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, dikarenakan peneliti melakukan penelitian dengan terjun langsung ke masyarakat untuk memperoleh data. Penelitian ini juga bersifat statistik Deskriptif, yang berarti penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu (Zuriah, 2006).

Metode dan Penentuan Ukuran Sampel

Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tercatat sebagai masyarakat yang bermukim di Kota Yogyakarta.

2. Masyarakat yang tidak tercatat sebagai warga di Kota Yogyakarta tetapi sedang menetap di Kota Yogyakarta.
3. Tidak menggunakan jasa perbankan syariah tetapi menggunakan jasa perbankan konvensional.
4. Minimal mengetahui keberadaan perbankan syariah.
5. Berusia minimal 17 tahun.
6. Masyarakat yang menjadi objek peneliti dapat dijangkau oleh peneliti.

IV Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Variabel Tidak Menabung (Y)			
Item	Pearson Correlation	Korelasi Product Moment	Keterangan
A1	0,677	0,3	Valid
A2	0,798	0,3	Valid
A3	0,812	0,3	Valid
A4	0,783	0,3	Valid
Variabel Lokasi (X1)			
Item	Pearson Correlation	Korelasi Product Moment	Keterangan
A5	0,947	0,3	Valid
A6	0,902	0,3	Valid
A7	0,861	0,3	Valid
A8	0,876	0,3	Valid
Variabel Pengetahuan (X2)			
Item	Pearson Correlation	Korelasi Product Moment	Keterangan
A9	0,928	0,3	Valid
A10	0,927	0,3	Valid
A11	0,912	0,3	Valid
A12	0,847	0,3	Valid
Variabel Persepsi (X3)			
Item	Pearson Correlation	Korelasi Product Moment	Keterangan
A13	0,791	0,3	Valid
A14	0,832	0,3	Valid
A15	0,776	0,3	Valid
A16	0,783	0,3	Valid
Variabel Fasilitas (X4)			
Item	Pearson Correlation	Korelasi Product Moment	Keterangan
A17	0,890	0,3	Valid
A18	0,897	0,3	Valid
A19	0,866	0,3	Valid
A20	0,887	0,3	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel pada pengujian validitas, dapat disimpulkan bahwa semua item variabel dinyatakan valid karena semua item pertanyaan pada setiap variabel memiliki nilai perason correlation lebih dari 0,3 ($> 0,3$).

Uji Realibilitas

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0,768	Reliabel
X2	0,917	Reliabel
X3	0,925	Reliabel
X4	0,802	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel X1, X2, X3, X4 memiliki nilai cronbach's alpha lebih dari 0,6 ($> 0,6$) sehingga instrumen yang digunakan dalam penelitian dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

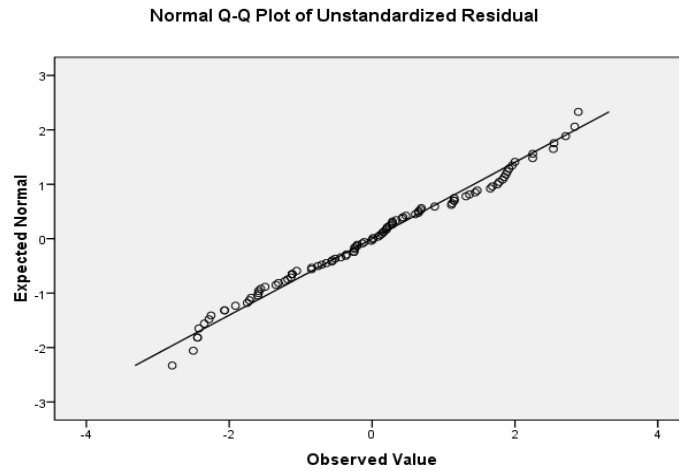
Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas

Kolmogrov-Smirnov ^a		Shapiro-Wilk	
Statistic	Sig.	Statistic	Sig.
0,058	0,200	0,979	0,103

Sumber : Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel 5.4, dapat diamati bahwa nilai signifikansi dari Kolmogrov-Smirnov adalah 0,200 dan lebih besar dari 0,05 sehingga dapat diartikan bahwa data berdistribusi Klasik. Hasil signifikansi dari Sahpiro-Wilk adalah 0,103 dan lebih besar dari 0,05 sehingga dapat diartikan bahwa data berdistribusi normal. Uji normalitas juga dapat dilihat secara visual melalui Normal Q-Q Plot dengan ketentuan jika titik-titik masih berada di sekitar garis diagonal maka residual menyebar normal.

Normal Q-Q Plot



Gambar 4.1

Uji Multikolinieritas

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	Nilai VIF
X1	0,413	2,419
X2	0,478	2,094
X3	0,382	2,614
X4	0,404	2,475

Sumber : Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel 5.5 diatas, dapat diamati bahwa nilai VIF pada setiap variabel independen lebih kecil dari 10 (<10) yaitu 2,419 pada variabel Lokasi (X1), 2,094 pada variabel pengetahuan (X2), 2,614 pada variabel persepsi (X3), dan 2,474 pada variabel fasilitas (X4).

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Sig.	Keterangan
	B	Std. Error		
(Constatnt)	1,349	0,355	0,000	
X1	0,009	0,032	0,784	Tidak terjadi heteroskedastisitas

X2	0,021	0,033	0,521	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X3	-0,019	0,044	0,674	Tidak terjadi heteroskedastisitas
X4	-0,031	0,034	0,362	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel 5.5 diatas, terlihat bahwa setiap variabel tidak berpengaruh signifikan terhadap hasil regresi antara variabel independen dengan variabel residualnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Berdasarkan data diatas, setiap variabel memiliki nilai signifikan diatas 0,05 (>0,05) yaitu 0,784 pada variabel X1, 0,521 pada variabel X2, 0,521 pada variabel X3 dan 0,362 pada variabel X4.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.6
Hasil Uji Regresi Linier

Variabel	B	T Hitung	Sig.	Kesimpulan
Konstanta	4,583	7,431	0,000	
Lokasi (X1)	0,143	2,545	0,013	Signifikan
Pengetahuan (X2)	0,108	1,914	0,059	Tidak Signifikan
Persepsi (X3)	0,322	4,192	0,000	Signifikan
Fasilitas (X4)	0,210	3,577	0,001	Signifikan

Sumber : Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan hasil regresi diatas maka dapat diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 4,583 + 0,143X1 + 0,108X2 + 0,322X3 + 0,210X4 + e$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka hasil koefisien regresi dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Variabel Lokasi (X1) bernilai positif sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif terhadap masyarakat muslim di kota Yogyakarta yang tidak menabung di bank syariah (Y).

2. Variabel pengetahuan (X2) bernilai positif sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif terhadap masyarakat muslim kota Yogyakarta yang tidak menabung di bank syariah (Y).
3. Variabel persepsi (X3) bernilai positif sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel persepsi berpengaruh positif terhadap masyarakat muslim di kota Yogyakarta yang tidak menabung di bank syariah (Y).
4. Variabel fasilitas (X4) bernilai positif sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif terhadap masyarakat muslim di kota Yogyakarta yang tidak menabung di bank syariah (Y).

Uji Signifikansi Variabel Secara Individual (Uji t)

1) Variabel Lokasi

Berdasarkan tabel 5.6, tercatat nilai t hitung variabel lokasi (X1) sebesar 2,545 lebih besar dari t tabel sebesar 1,98552 dan untuk probabilitas pada variabel lokasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,013 kurang dari nilai signifikansi 5 persen ($\alpha = 0,05$). Maka, H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga variabel lokasi secara signifikan berpengaruh terhadap masyarakat muslim yang tidak menabung di bank syariah di kota Yogyakarta.

2) Variabel Pengetahuan

Berdasarkan tabel 5.6, tercatat nilai t hitung variabel pengetahuan (X2) sebesar 1,914 lebih kecil dari t tabel sebesar 1,98552 dan untuk probabilitas pada variabel pengetahuan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,059 lebih dari nilai signifikansi 5 persen ($\alpha = 0,05$). Maka, H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga variabel pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap masyarakat muslim yang tidak menabung di bank syariah di kota Yogyakarta.

3) Variabel Persepsi

Berdasarkan tabel 5.6, tercatat nilai t hitung variabel persepsi (X3) sebesar 4,192 lebih besar dari t tabel sebesar 1,98552 dan untuk probabilitas pada variabel persepsi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari nilai signifikansi 5 persen ($\alpha = 0,05$). Maka, H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga variabel persepsi secara signifikan berpengaruh terhadap masyarakat muslim yang tidak menabung di bank syariah di kota Yogyakarta.

4) Variabel Fasilitas

Berdasarkan tabel 5.6, tercatat nilai t hitung variabel fasilitas (X4) sebesar 3,577 lebih besar dari t tabel sebesar 1,98552 dan untuk probabilitas pada variabel fasilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 kurang dari nilai signifikansi 5 persen ($\alpha = 0,05$). Maka, H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga variabel fasilitas secara signifikan berpengaruh terhadap masyarakat muslim yang tidak menabung di bank syariah di kota Yogyakarta.

Uji Serempak (Uji F)

Tabel 4.7
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	580,131	4	145,033	68,647	0,000
Residual	200,709	95	2,113		
Total	780,840	99			

Sumber : Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan tabel 5.7 diperoleh F hitung sebesar 68,647 dengan nilai probabilitas $0,000 < 0,005$, sehingga dapat diartikan bahwa lokasi, pengetahuan, persepsi, dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap masyarakat muslim yang tidak menabung di bank syariah di kota Yogyakarta.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,862	0,743	0,732	1,454	1,794

Sumber : Data Primer Diolah, 2016

Berdasarkan hasil uji regresi seperti yang tersaji diatas, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang menghasilkan nilai R-Square sebesar 0,743 yang dapat diartikan variabel dependent sebesar 74,3% sedangkan sisanya 25,7 dijelaskan oleh faktor lain diluar model penelitian ini.

V. Penutup

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel lokasi berpengaruh secara Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menabung di Bank Syariah di Kota Yogyakarta. Hal ini menjelaskan bahwa semakin jauh dan sulit ditemui lokasi bank , maka akan meningkatkan keputusan masyarakat muslim untuk tidak menggunakan bank syariah.
2. Variabel pengetahuan berpengaruh secara Positif tetapi tidak Signifikan terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menabung di Bank Syariah di Kota Yogyakarta.
3. Variabel persepsi berpengaruh secara Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menabung di Bank Syariah di Kota Yogyakarta. Hal ini menjelaskan bahwa semakin kurang baik persepsi masyarakat terhadap bank syariah ,

maka akan meningkatkan keputusan masyarakat muslim untuk tidak menggunakan bank syariah.

4. Variabel fasilitas berpengaruh secara Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Masyarakat Muslim Tidak Menabung di Bank Syariah di Kota Yogyakarta. Hal ini menjelaskan bahwa semakin kurang lengkapnya fasilitas bank syariah yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat , maka akan meningkatkan keputusan masyarakat muslim untuk tidak menggunakan bank syariah.
5. Variabel lokasi, pengetahuan, persepsi, dan fasilitas secara bersama-sama mempengaruhi keputusan masyarakat muslim tidak menabung di bank syariah di kota Yogyakarta.

Saran

1. Pihak perbankan atau penyedia jasa perbankan harus mampu memberikan layanan jasa yang sesuai dengan yang diharapkan sebagian besar masyarakat yang paling tidak bisa setara dengan bank konvensional tetapi tetap sejalan dengan ajaran Islam.
2. Masyarakat dalam menitipkan dananya selalu mencari kemudahan dalam mengelola dananya sehingga masyarakat cenderung mencari bank dengan akses baik ke kantor perbankan maupun ke fasilitas fisik yang disediakan yang memudahkan masyarakat. Sehingga, perbankan sebaiknya dengan tanggap dan cepat dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dalam mengelola dananya dengan lebih banyak menyediakan fasilitas seperti ATM, EDC, e-banking dan fasilitas lain yang saat ini sudah umum digunakan perbankan konvensional dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat.
3. Bagi instansi pemerintah maupun swasta untuk melakukan kerjasama dengan bank syariah dalam hal pembayaran gaji sehingga pegawai atau karyawan dapat memilih lembaga perbankan mana yang ingin digunakan yaitu perbankan konvensional atau perbankan syariah. Hal ini disebabkan, banyak masyarakat yang telah memiliki jasa

perbankan dikarenakan pilihan dari tempat kerja yang menggunakan bank konvensional dalam pembayaran gaji sehingga membuat masyarakat malas dan tidak tertarik lagi dengan perbankan syariah.

Daftar Pustaka

- Ascarya. 2008. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Jannah, Nur. 2014. *Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo)*. Semarang: IAIN Walisongo.
- Karim, Adiwirman. 2013. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2009. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip. 1999. *Marketing*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Muhammad. 2005. *Permasalahan Agency dalam Pembiayaan Mudharabah pada Bank Syariah di Indonesia*. Disertasi. Yogyakarta: UII Yogyakarta.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sudarsono, Heri. 2013. *Bank dan Lembaga keuangan Syariah : Deskripsi dan Ilustrasi*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Tjiptono, Fandy. 2000. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: ANDI.
- Tyas, Rizqa Ramadhaning. 2012. *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung Di BMT Sumber Mulia Tuntang*. Salatiga : STAIN.
- Wahab, Abd. 2013. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Masyarakat Muslim Dalam - bMemilih Perbankan Syariah Di Kota Makassar*. Makassar: UIN Alauddin Makassar.
- Zuriah, Nurul. 2006. *Metodologi Penelitian : Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Angka 2015
<http://www.koran-sindo.com/news.php?r=5&n=41&date=2015-09-26>
Kajian Ekonomi dan Keuangan Regional DIY Triwulan IV Tahun 2014.
Kajian Ekonomi Keuangan Regional DIY Triwulan I Tahun 2015.

