

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan analisis mengenai pengaruh persepsi, pendapatan, pemahaman kesyariahan terhadap preferensi dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menjadi nasabah bank syariah. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik penyebaran angket. Subyek penelitian menggunakan sampel sebanyak 50 responden, jumlah tersebut diambil dari dosen UMY yang menjadi nasabah bank syariah. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis regresi, yang terdiri dari tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi dengan variabel independen yaitu persepsi, pendapatan, pemahaman kesyariahan dan variabel dependen preferensi dosen UMY.

Hasil penelitian ini menunjukkan, bahwa variabel persepsi, pendapatan, pemahaman kesyariahan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap preferensi dosen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menjadi nasabah bank syariah. Adapun variabel yang paling berpengaruh yaitu variabel pendapatan.

Key-words : Perbankan syariah, persepsi, pendapatan, pemahaman kesyariahan, preferensi, nasabah bank syariah.

ABSTRACT

This research is an analysis of the influence of perception, income, understanding about Shari'a Law toward and the preference of UMY lecturer to be Islamic Bank customer. This is a quantitative research and the data collecting method used questionnaire. The samples of the research are 50 respondents. The respondents are UMY lecturers who are the customers of Islamic Banks. The data gathered was then analyzed using regression analysis that consists of three independent variables and one dependent variable. The means of analysis used was regression analysis with independent variables namely perception, income, understanding about Shari'a Law and dependent variable namely the preference of UMY lecturer.

The result of the research indicates that perception, income, understanding about Shari'a Law have significant influence toward the preference of UMY lecturer to be Islamic Bank customer. The most influential variable is income.

Keyword: Islamic Banking, Perception, income, understanding about Shari'a Law, preference, Islamic Bank customer.