

ANALISIS PERSEPSI, PREFERENSI, SIKAP DAN PERILAKU DOSEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIS SAMBAS TERHADAP PRODUK PERBANKAN SYARIAH

Munawir

Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas, Indonesia
Email: munawir.88@yahoo.com

Maskupah

Institut Agama Islam Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas, Indonesia
Email: maskupah.usu@gmail.com

ABSTRACT

The objectives of this study were 1) to determine the effect of perceptions on the attitudes of the IAIS Sambas Faculty of Economics and Business lecturers towards Islamic banking, 2) to determine the effect of preferences on the attitudes of the IAIS Sambas Faculty of Economics and Business lecturers in using Islamic banking services, 3) to knowing the effect of attitudes on the behavior of lecturers at the Faculty of Economics and Islamic Business, IAIS Sambas, towards Islamic banking

This research is quantitative in nature and the data collection method in this study uses a questionnaire distribution technique. The subject uses a population of 28 respondents. The collected data were analyzed using regression analysis, which consisted of three dependent variables and one independent variable. The analysis tool used is regression analysis with the moderating variable, namely attitude, using the classical assumption method, the coefficient of determination and partial t test.

Based on the analysis used, it shows that there is an effect of perception on attitudes, it is known that the significance level value of 0.049 is smaller than 0.05, which means that the hypothesis is accepted. The results also showed that there was an influence between preference for attitudes and the results of the calculations performed obtained a significance level of 0.000. This significance level is less than 0.05, which means that the hypothesis is accepted and the results of the study indicate that there is an influence between attitudes towards behavior and the calculation results obtained by a significance level of 0.000 which is smaller than 0.05, which means that the hypothesis is accepted.

Keywords: Perception, Preference, Attitude, Behavior

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui pengaruh persepsi pada sikap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIS Sambas terhadap perbankan syariah, 2) untuk mengetahui pengaruh preferensi terhadap sikap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIS Sambas dalam menggunakan jasa perbankan syariah, 3) untuk mengetahui pengaruh sikap pada perilaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIS Sambas terhadap perbankan syariah.

Penelitian ini bersifat kuantitatif dan metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik penyebaran angket. Subjek menggunakan populasi sebanyak 28 responden. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi, yang terdiri dari tiga variabel dependen dan satu variabel independen. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi dengan variabel moderating yaitu sikap, dengan menggunakan metode asumsi klasik, koefisien determinasi dan uji t parsial.

Berdasarkan pada analisis yang digunakan, menunjukkan bahwa adanya pengaruh persepsi terhadap sikap, diketahui bahwa nilai taraf signifikansi 0.049 lebih kecil dari 0.05 yang berarti hipotesis diterima. Hasil penelitian juga menunjukkan ada pengaruh antara preferensi terhadap sikap dengan hasil perhitungan yang dilakukan diperoleh nilai taraf signifikansi 0.000. Taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0.05, yang berarti hipotesis diterima dan pada hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh antara sikap terhadap perilaku dengan hasil perhitungan yang diperoleh nilai taraf signifikansi 0.000 yang lebih kecil dari 0.05, yang berarti hipotesis diterima.

Kata kunci : Persepsi, Preferensi, Sikap, Perilaku

PENDAHULUAN

Pada awal mulanya, kata kampus hanya ditujukan untuk daerah yang luas atau lapangan. Disinilah paradigma pusat peradaban kehidupan menampakkan bentuknya. Paradigma kampus sebagai peradaban masyarakat menghendaki manajemen kampus menjadi sebuah manajemen yang rapih dan bisa menjalankan tujuan-tujuannya secara efektif dan efisien. Paradigma peradaban masyarakat modern juga menghendaki kampus sebagai sebuah sistem dengan segala dinamikanya yang mencerminkan vitalitas dan gairah dalam membangun karakter mahasiswanya dengan sungguh-sungguh. Pendidikan yang dijalankan adalah pendidikan dengan basis pembangunan karakter. Sementara karakter yang dibangun adalah religious dan humanis. Paradigma ini juga menuntut adanya maksimalisasi peran kampus dalam pengkajian produk-produk akademis dengan orientasi pembangunan kesejahteraan masyarakat. Paradigma ini menekankan kampus sebagai sebuah

sistem yang menampilkan kesungguh-sungguhan serta profesionalitas tingkat tinggi dalam segala aspeknya.

Kampus sebagai pusat peradaban masyarakat modern menjunjung tinggi integritas dan menjaga nilai-nilai *Good Governance* jauh dari korupsi dan keculasan lainnya. Budaya korup baik itu dipraktikkan oleh mahasiswanya melalui nyontek saat ujian atau menitiptkan absen atau juga pemalsuan data skripsi maupun oleh birokrat kampusnya yang menyelewengkan dana mahasiswa nya adalah cerminan gagalnya proses pendidikan di kampus. Belum lagi bentuk-bentuk pelanggaran nilai integritas yang lain. Sepatutnya kampus adalah lembaga yang sangat menjunjung tinggi integritas.”*Knowledge is power but character is more*” kata sebuah ungkapan. Pengembangan karakter melalui penjagaan integritas merupakan harga mati bagi sebuah institusi pendidikan, sebab bila kondisinya *antithesis* akan menyebabkan proses ini berbalik hingga menjadikan kampus pencetak koruptor-koruptor pintar dan penjahat-penjahat canggih.

Dunia kampus, berisi orang-orang “hebat” baik dari kalangan dosen, alumni ataupun mahasiswa yang rasanya sangat sayang jika tidak menimba ilmu dari mereka. Setidaknya kecipratan dan ketularan. Untuk bertanya tentang berbagai hal, tidak susah untuk mengakses karena banyak pakar yang bisa dijadikan rujukan. Dunia kampus tidak hanya mengajarkan kita dalam mengejar target-target nilai (belajar) tetapi juga secara tersirat mengajarkan kita bagaimana berinteraksi dengan masyarakat luar secara langsung. Oleh karena itu, dalam kehidupan kampus peluang bagi seluruh civitas akademika khususnya mahasiswa untuk mengembangkan kepribadiannya menjadi begitu besar. Mahasiswa dituntut untuk bisa mengembangkan kreatifivitas dan inovasi untuk menjadi pribadi yang lebih baik.

Maka dari itu kampus IAIS Sambas Dalam pengembangan potensi tersebut dibutuhkan tenaga pengajar/dosen yang mahir di bidangnya. Dosen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam memiliki peranan penting dalam peradaban perguruan tinggi yaitu IAIS Sambas. IAIS Sambas saat ini sudah memiliki 4 Fakultas, yaitu Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Fakultas Syariah dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Perkembangan IAIS Sambas begitu pesat. Termasuk adanya penambahan fakultas baru. Seiring peningkatan mutu, dilakukan pemekaran Fakultas yaitu dari Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam menjadi Fakultas Syariah dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki Program Studi Perbankan Syariah sebagai penyedia sumber

daya manusia pelaku perbankan dengan alasan kebaruannya tersebut perbankan syariah mulai di kembangkan oleh perguruan tinggi. (<https://id.wikipedia.org>.IAIS akses pada 21 Februari 2021).

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIS Sambas memiliki dosen Non PNS sebanyak 27 orang, dan 1 orang PNS dengan latar belakang pendidikan yang berbeda, baik itu berlatar belakang pendidikan umum maupun pendidikan Islam, masing-masing dosen memiliki pandangan yang berbeda terhadap perbankan. Dosen IAIS Sambas khususnya pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam sudah banyak mengetahui tentang perbankan syariah karena sering mengkaji tentang produk-produk perbankan syariah, jadi dengan adanya pengetahuan tentang perbankan syariah tersebut sangat mempengaruhi sikap dosen terhadap produk-produk perbankan syariah sehingga akan menjadi sangat wajar apabila sebagian dosen mampu mensikapi produk-produk perbankan syariah. Perilaku dosen pada perbankan syariah dapat dilihat dari 2 aspek yaitu aspek tabungan dan aspek pembiayaan, apakah bersedia menabung di bank syariah tanpa ragu sedikitpun atau tidak berhubungan dengan perbankan syariah sedikitpun. Pada sisi tabungan dan pembiayaan nantinya akan terlihat pemahaman tentang perbankan syariah yang bersifat komprehensif.

Persepsi konsumen berkaitan erat dengan kesadarannya sehingga apa yang dilakukan oleh konsumen merupakan kenyataan yang obyektif yang akan mempengaruhi tindakannya seperti keputusan membeli, sehingga antara persepsi dan perilaku itu sangat berkaitan dengan keputusan memilih atau menggunakan suatu barang atau jasa, jadi apabila persepsi dan perilaku terhadap perbankan syariah baik maka preferensinya cenderung terhadap perbankan syariah (Kasmir, 2004).

Berkaitan dengan preferensi pelanggan sering diberi batasan sebagai aktivitas manusia secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang-barang ataupun jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan untuk memilih pada persiapan penentuan dari kegiatan tersebut, mengandung maksud bahwa aktivitas tersebut meliputi kegiatan mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan lain sebagainya. Sikap pelanggan yang menginginkan suatu barang atau jasa berdasarkan kemampuan yang dimiliki untuk memberikan nilai kepuasan terhadap apa yang dibeli atau yang ditawarkan, sehingga orang yang menginginkan barang atau jasa telah mempunyai sikap perilaku pembelian (Marwan dan Asri, 1990:12). Harapan dosen dalam memilih suatu produk pun memprioritaskan pada kepuasannya. Jadi dalam konteks preferensi konsumen

umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan di terimanya karena preferensi merupakan hasil dari evaluasi. Melalui observasi yang peneliti lakukan secara langsung dengan salah satu dosen yang kebetulan dosen tersebut tidak menggunakan sama sekali produk perbankan syariah dengan beranggapan bahwa sama saja antara perbankan syariah dan perbankan konvensional. Maka dari itulah bahwa peneliti langsung akan membahas tentang permasalahan yakni Apakah persepsi berpengaruh pada sikap dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIS Sambas terhadap perbankan syariah, Apakah preferensi berpengaruh pada sikap dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIS Sambas dalam menggunakan jasa perbankan syariah, Apakah sikap berpengaruh pada perilaku dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIS Sambas terhadap perbankan syariah.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Menurut Sekaran (2006) penelitian deskriptif sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan, subyek atau objek penelitian yang diteliti yaitu penelitian yang mendasarkan pada perhitungan angka-angka atau statistik dari suatu variabel untuk dikaji secara terpisah-pisah kemudian dihubungkan dengan menggunakan rumus regresi. Penelitian ini bertempat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIS SAMBAS, Data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh dari penyebaran daftar pertanyaan atau koesioner secara langsung (Hermawan, 2006 : 168). Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode penelitian lapangan (*field research*), yaitu metode yang dilakukan dengan cara terjun langsung ke tempat diadakannya penelitian untuk mendapatkan data yang konkrit (Supardi, 2005: 34).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data penelitian dikumpulkan dengan cara membagikan angket secara langsung kepada seluruh responden. Angket diperoleh peneliti dengan cara memberikan langsung kepada responden untuk diisi yang mana responden merupakan dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIS Sambas. Dengan memberikan langsung angket kepada responden di harapkan hasilnya lebih efektif dalam penelitian ini. Penyebaran angket mulai pada tanggal 07 Februari

– 28 Februari 2021 bertempat di kampus IAIS Sambas. Adapun teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan menggunakan teknik sampel jenuh yaitu mengambil seluruh populasi yang ada untuk dijadikan sampel dikarekan jumlah populasinya dibawah 30 (Sugiyono, 2014:85). Adapun jumlah sampelnya sebanyak 28 orang. Dengan demikian syarat pengelolaan data dengan alat analisis SPSS dapat terpenuhi.

1) Persepsi

Data pada tabel di atas menunjukkan bahwa pada variabel persepsi, item pertanyaan persepsi 1, 53,6% menyatakan setuju bahwa sistem dan produk-produk perbankan syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, sedangkan 25% menjawab netral, dan 10,7% menjawab sangat setuju. Item pertanyaan persepsi 2, 57,1% menyatakan setuju bahwa kegiatan dan oprasional yang dijalankan bank syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, sedangkan 25% menjawab Netral, dan 14,3% menjawab tidak setuju. Item pertanyaan persepsi 3, menunjukkan bahwa 67,9% Setuju bahwa promosi Bank Syariah menarik untuk menjadi nasabah pada Bank Syariah, 25% menyatakan netral dan 7,1% menyatakan sangat setuju. Item pertanyaan persepsi 4, menyatakan 50% tidak setuju bahwa produk-produk perbankan syariah sama dengan produk-produk perbankan konvensional, 35,7% menjawab netral dan 14,3% menjawab setuju.

2) Preferensi

Data pada tabel 4.6 diatas menunjukkan pada item pertanyaan preferensi 1, 39,3% menyatakan netral bahwa produk-produk perbankan syariah lebih disukai dibanding dengan perbankan konvensional, 28,6% menyatakan setuju dan, 21,4% menyatakan tidak setuju. Pada item pertanyaan preferensi 2, menyatkan 53,6% setuju bahwa sistem perbankan syariah lebih cocok dibandingkan dengan perbankan konvensional, 21,4% menyatakan netral dan 17,9% menyatakan sangat setuju. Pada item pertanyaan preferensi 3, 46,4% menyatakan setuju bahwa lebih senang berhubungan dengan perbankan syariah dibanding dengan perbankan konvensional, sedangkan 39,3% menyatakan netral dan 21,4% menyatakan tidak setuju. Item pertanyaan preferensi 4, menyatakan bahwa 42,9% menjawab netral bahwa produk-produk perbankan syariah lebih bagus dan menguntungkan dibanding bank konvensional, 28,6% menyatakan setuju dan 17,9% menyatakan tidak setuju.

3) Sikap

Data pada variabel sikap menunjukkan bahwa, pada item pertanyaan sikap 1, 46,4% menyatakan setuju bahwa lebih suka menabung di bank syariah dibanding dengan menabung di bank konvensional, sedangkan 21,4% menyatakan sangat setuju dan 21,4% menyatakan netral. Item pertanyaan sikap 2, menyatakan bahwa 53,6% setuju lebih senang melakukan pembiayaan di bank syariah dibandingkan melakukan pembiayaan di bank konvensional, sedangkan 25% menyatakan netral dan 14,3% menyatakan sangat setuju. Item pertanyaan sikap 3, 35,7% menjawab setuju bahwa lebih mantap menggunakan produk atau jasa perbankan syariah dibanding produk atau jasa bank konvensional, sedangkan 35,7% juga menjawab netral dan 17,9% menjawab sangat setuju. Item pertanyaan sikap 4, menunjukkan bahwa 42,9% menyatakan setuju bahwa lebih suka membuka rekening di bank syariah daripada membuka rekening di bank konvensional, sedangkan 32,1% menyatakan netral dan 17,9% menyatakan sangat setuju.

4) Perilaku

Data variabel perilaku pada item pertanyaan perilaku 1, 75% menyatakan setuju bahwa responden menabung di bank syariah, sedangkan 21,4% menyatakan sangat setuju dan 3,6% menyatakan tidak setuju. Item pertanyaan perilaku 2, 60,7% menyatakan setuju responden melakukan pembiayaan di bank syariah, sedangkan 17,9% menyatakan sangat setuju dan 17,9% juga menyatakan netral. Item pertanyaan perilaku 3, menyatakan 78,6% setuju responden menggunakan jasa atau produk perbankan syariah, sedangkan 14,3% menyatakan sangat setuju, dan 7,1% menyatakan netral. Item pertanyaan perilaku 4, 78,6% responden menyatakan setuju mempunyai rekening di bank syariah, sedangkan 17,9% menyatakan sangat setuju dan 3,6% menjawab netral.

Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

Pada pengujian validitas dan realibilitas instrumen, penulis analisis dengan menggunakan SPSS. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut. Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk *degree of freedom* (df) = $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada penelitian ini besarnya df dapat dihitung $28-2$ atau $df = 26$ dengan $\alpha 0,05$ didapat r tabel 0,374, jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Hasil Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen.

b. Uji Heteroskedasitas

Uji Heteroskedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian

c. Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling memengaruhi.

d. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

2. Uji Regresi

a. Koefisien Korelasi dan Determinasi

Analisis Koefisien korelasi dan determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar nilai presentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari hasil perhitungan melalui alat ukur statistik SPSS 16.0 *for Windows* didapatkan nilai koefisien korelasi dan determinasi sebagai berikut:

1. Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R^2) untuk Variabel Independen persepsi (X1) dan preferensi (X2) terhadap variabel dependen sikap (X3)
2. Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R^2) untuk Variabel Independen Sikap (X3) terhadap dependen Perilaku (Y).

b. Uji Parsial (Uji statistik t)

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial. Pengolahan data menggunakan SPSS *for windows* versi 16.0. Berdasarkan data-data yang diperoleh dari 28 responden di dapat hasil sebagai berikut:

Untuk mengetahui apakah hipotesa yang diajukan adalah signifikan atau tidak, maka dapat dilihat dari besarnya nilai

signifikan. Jika signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0.05 (≤ 0.05) maka hipotesis diterima. Jika signifikansi lebih besar dari 0.05 (> 0.05) maka hipotesis ditolak.

1) Hipotesis 1 yang berbunyi: persepsi berpengaruh positif terhadap sikap

Dari tabel 4.16, diketahui bahwa variabel persepsi memiliki nilai t_{hitung} adalah sebesar -2,073 dan nilai signifikan sebesar 0.049. ketentuan pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikan. Jika nilai signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0.05 (≤ 0.05) maka hipotesis diterima. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.049 < dari 0.05, maka disimpulkan bahwa hipotesis (H1) yang berbunyi persepsi berpengaruh terhadap sikap, diterima.

2) Hipotesis 2 yang berbunyi: preferensi berpengaruh positif terhadap sikap

Dari tabel 4.16 di atas, diketahui bahwa variabel preferensi memiliki nilai t_{hitung} adalah sebesar 5,673 dan nilai signifikan sebesar 0.000. . Jika signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0.05 (≤ 0.05) maka hipotesis diterima. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.000 < dari 0.05, maka disimpulkan bahwa hipotesis (H2) yang berbunyi preferensi berpengaruh terhadap sikap, diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh Persepsi (X1) Terhadap sikap (X3)

Berdasarkan hasil dari penelitian di atas kemudian dilakukan analisis yang merupakan pengolahan lebih lanjut dari hasil uji hipotesis. Dalam analisis ini akan dibuat seperti penjelasan dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus regresi yang telah diproses dari hasil pengolahan data statistik analisis regresi linier sederhana menggunakan alat bantu SPSS *for windows* 16.00.

Dari hasil pengujian hipotesis 1 menyatakan bahwa persepsi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap yang mana dapat dilihat dari taraf nilai signifikansi variabel persepsi 0.049 < dari 0.05 dengan demikian bahwa hipotesis ini diterima.

Dari nilai signifikansi terlihat bahwa nilai taraf signifikansi untuk variabel persepsi (X1) adalah signifikan terhadap sikap (X3). Dengan demikian

setiap terjadi peningkatan variabel persepsi (X1) maka sikap (X3) dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIS SAMPAS terhadap perbankan syariah akan mengalami peningkatan.

Hal ini dapat terjadi karena sikap (X3) dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIS SAMPAS terhadap perbankan syariah masih dikatakan cukup baik. Dalam memberikan sikap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIS SAMPAS terhadap perbankan syariah, hal itu dikarekan respon yang diberikan terhadap pertanyaan persepsi 4 (informasi yang menyatakan bahwa produk-produk perbankan syariah sama dengan perbankan konvensional) ditanggapi dengan sebagian besar menjawab tidak setuju.

Pengaruh Preferensi (X2) Terhadap Sikap (X3)

Pada pengujian hipotesis 2 menyatakan bahwa preferensi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap yang mana dapat dilihat dari hasil pengujian t hitung yang di hasilkan dalam uji regresi berganda nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,673 > 1.705$) dan pada nilai taraf signifikansi variabel preferensi $0.000 <$ dari 0.05 dengan demikian bahwa hipotesis ini di terima.

Dari nilai koefisien regresi variabel preferensi (X2) adalah positif terhadap sikap (X3) dan menunjukkan hasil taraf nilai yang signifikan . Dengan demikian, setiap terjadi peningkatan variabel preferensi (X2) maka sikap (X3) dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIS SAMPAS terhadap perbankan syariah akan mengalami kenaikan.

Disamping itu pula, preferensi 1 (responden lebih menyukai produk-produk perbankan syariah dibanding dengan perbankan konvensional), preferensi 2 (informasi yang saudara terima dari promosi berbagai bank syariah maupun bank konvensional menarik saudara untuk menjadi nasabah bank syariah), dan preferensi 3 (produk-produk perbankan syariah lebih bagus dan menguntungkan dibanding bank konvensional) masih ditanggapi dengan netral.

Adapun persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Dimana :
$$X_3 = 8,853 - 0,543 X_1 + 0,962 X_2$$

X_3 = Variabel Terikat (Sikap)

X_1 = Variabel Bebas 1 (Persepsi)

X_2 = Variabel Bebas 2 (Preferensi)

Pengaruh Sikap (X₃) Terhadap Perilaku (Y)

Berdasarkan hasil dari analisis data di atas, diketahui bahwa hasil koefisien regresi besarnya koefisien variabel sikap (X₃) terhadap variabel terikatnya perilaku (Y) sebesar 0,438 dengan konstanta sebesar 9,785. Dari persamaan regresi terlihat bahwa koefisien regresi untuk variabel sikap adalah positif terhadap perilaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIS SAMPAS terhadap perbankan syariah. Dengan demikian terjadi peningkatan variabel sikap maka dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIS SAMPAS terhadap perbankan syariah juga akan mengalami kenaikan sehingga sikap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku, ini dapat dilihat pada pengujian t hitung yang dihasilkan dalam uji regresi sederhana nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,338 > 1,705$) dan nilai taraf signifikansi $0.000 < 0.05$ dengan demikian pengujian hipotesis 3 diterima dan besarnya pengaruh langsung sikap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIS SAMPAS terhadap perbankan syariah adalah 0,779. Sikap dikatakan cukup jika dikorelasikan dengan perilaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIS SAMPAS terhadap perbankan syariah.

Hal tersebut dikarenakan respon yang diberikan responden terhadap pertanyaan yang diberikan ditanggapi dengan sebagian besar dijawab setuju. Dengan demikian, jika sikap berbanding lurus dengan perilaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIS SAMPAS terhadap perbankan syariah.

Adapun persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 9,785 + 0,438 X_3$$

Y = Variabel Terikat (Perilaku)

X₃ = Variabel Bebas (Sikap)

PENUTUP

Berdasarkan penjelasan dari pembahasan bab-bab sebelumnya, dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengujian yang dilakukan terhadap hipotesis 1 yaitu persepsi berpengaruh signifikan terhadap sikap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIS SAMPAS terhadap perbankan syariah. Dapat dilihat nilai taraf signifikan $0.049 < 0.05$ sehingga membuktikan pula jika hipotesis 1 ini diterima.

2. Pengujian hipotesis 2 yaitu preferensi berpengaruh signifikan terhadap sikap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIS SAMBAS. Nilai signifikansi antara variabel preferensi dengan dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIS SAMBAS dapat dilihat pada nilai taraf signifikan $0.000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 ini diterima.
3. Pengujian hipotesis 3 yaitu sikap berpengaruh terhadap perilaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIS SAMBAS terhadap perbankan syariah. Dapat dilihat nilai taraf signifikan $0.049 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 ini diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, Machmud dan Rukmana, 2010. *Bank Syariah, Teori, Kebijakan, Dan Studi Empiris di Indonesia*, Jakarta : Erlangga.
- Antonio, Muhammad Syafi'i. 2001. *Bank Syariah :Dari Teori ke Peraktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Asep, Hermawan. 2006. *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta : PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Asri, Marwan. *Marketing*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 1991.
- Azwar, Saifuddin, 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajaran
- Azwar, S. 2007. *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*, edisi 2, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Bimo, Walgito, 2004. *Pengantar Psikologi Umum*, Andi, Jakarta.
- Edi Wibowo dan Untung Hendi Widodo. 2005. *Mengapa Memilih Bank Syariah?*, Ghalia Indonesia, Bogor : 2005
- F. Engel, James. Dkk. 1994. *Perilaku Konsumen*, Jakarta : Binarupa Aksara.
- Ghozali, Imam, 2006. *Analisis Multivariate*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Isnaini, Nur Latifah. *Pengaruh Persepsi, Sikap dan Perspektif Pengambilan Keputusan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah (Studi Kasus pada Pegawai IAIN Salatiga)*, 2016
- Jeffrey, Cynthia, et. Al. 1996. *Ethical Development, Professional Commitment and Role Observance Attitudes : A Study of Auditors in Taiwan. The International Journal of accounting*, 31 (03), 365-379.
- Khoiruddin, *Preferensi Nasabah terhadap Produk Pembiayaan Mudharabah, Musyarakah dan Murabahah Bank Syariah*, 2005
- Mowen, Jhon C dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga
- Pindyck, R. S. dan Rubinfeld, D. L. 2012. *Microeconomi*. (Mikroekonomi, alih bahasa: Devri Barnadi Putera). Edisi Kedelapan. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Metode Penelitian Komunikasi, Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

- Sekaran, Uma. 2006. *Research Method For Business 4Th Edition*. New York. Jhon Willey & Sons Inc.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Pengambilan Keputusan Pemasaran*. Jakarta : Kencana, 2003.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung : Alfa Beta, CV.
- Sumarman, Ujang. 2010. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Supardi. 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta : UII Press
- Susanto, Burhanuddin. 2008. *Hukum Perbankan Syariah di Indonesia*. Yogyakarta : UII Press
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Swastha, Basu dan Handoko T. Hani, 2000, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*, BPFE-UGM, Jogjakarta.
- Umar, Husein. 2002. *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran*, edisi II, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.