SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG BUNGA DAN BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK JASA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH

(Studi Terhadap Masyarakat Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Timur)

Oleh:

Nama : Sri Andriani

NPM : 141273510

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1439 H/2018 M

PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG BUNGA DAN BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK JASA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH

(Studi Terhadap Masyarakat Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Timur)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh Gelar SI Ekonomi Syariah

Oleh:

SRI ANDRIANI

NPM. 141273510

Pembimbing I : Nety Hermawati, SH.,MA.,MH

Pembimbing II : Suraya Murcitaningrum, M.S.I

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

(IAIN) METRO

1439 H/ 2018 M

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : Pengajuan Skripsi untuk Dimunaqosyahkan
Saudari Sri Andriani

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _
Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudari:

Nama : **Sri Andriani**
NPM : 141273510
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG BUNGA DAN BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK JASA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH (Studi Terhadap Masyarakat Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Timur)**

Sudah dapat kami setujui dan dapat dimunaqosyahkan. Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, Juli 2018

Pembimbing I	Pembimbing II
Nety Hermawati, SH., MA., MH	**Suraya Murcitaningrum, M.SI**
NIP. 19740904 200003 2 002	NIP. 19801106 200912 2 001

PERSETUJUAN

Judul Skripsi	: **PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG BUNGA DAN BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK JASA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH (Studi Terhadap Masyarakat Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Timur)**
Nama	: **Sri Andriani**
NPM	: 141273510
Jurusan	: S1 Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah disetujui untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, Juli 2018

Pembimbing I	Pembimbing II
Nety Hermawati, SH., MA., MH	**Suraya Murcitaningrum, M.SI**
NIP. 19740904 200003 2 002	NIP. 19801106 200912 2 001

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507, Faksimili (0725) 47296,
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No. 1605 / In.28.3/D/ PP.00.9/07/2018

Skripsi dengan Judul: PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG BUNGA DAN BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK JASA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH (Studi pada Masyarakat Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Timur), disusun Oleh: SRI ANDRIANI, NPM: 141273510, Jurusan: S1 Perbankan Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Senin/09 Juli 2018.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator	: Nety Hermawati, SH, MA, MH	(.....)
Penguji I	: Hermanita, SE.MM.	(.....)
Penguji II	: Suraya Murcitaningrum, M.SI	(.....)
Seketaris	: Imahada Khoiri Furqon, S.E.,M.Si	(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK

PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT TENTANG BUNGA DAN BAGI HASIL TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK JASA LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
(Studi Terhadap Masyarakat Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Timur)

Oleh
SRI ANDRIANI

Beragamnya persepsi, sikap dan perilaku masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah, diantaranya disebabkan oleh rendahnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah, terutama yang disebabkan dominasi bank konvensional. Perbedaan persepsi atas bagi hasil dan bunga sangat berpotensial mempengaruhi minat masyarakat menggunakan produk lembaga syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi masyarakat tentang bunga dan bagi hasil terhadap keputusan untuk menggunakan produk jasa lembaga keuangan syariah pada Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Timur.

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*Field research)*, sedangkan sifat penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan terhadap Masyarakat Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Timur yang menjadi anggota di Lembaga Keuangan Syariah terdekat yaitu BMT An-naafi' Berkah Mandiri. Sumber data penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Semua data-data tersebut dianalisis secara induktif.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa adanya faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat, yaitu terdiri dari faktor-faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah yang berasal dari diri masyarakat itu sendiri. Faktor internal yang mempengaruhi persepsi masyarakat adalah adanya kebutuhan untuk menabung dan keinginan untuk menghindari riba. Faktor eksternal adalah yang berasal dari objek atau dari BMT An-naafi' Berkah Mandiri. Faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi masyarakat adalah adanya kemudahan pembiayaan yang diberikan oleh BMT, lokasi BMT An-naafi' Berkah Mandiri yang dekat dengan tempat tinggal masyarakat Desa Margamulya yang menjadi anggota, sistem jemput bola yang diterapkan dalam BMT tersebut, dan pegawai yang ramah serta pelayanan yang baik oleh BMT tersebut kepada setiap anggotanya. Hal-hal tersebut yang mempengaruhi persepsi masyarakat yang menjadi anggota di BMT An-naafi' Berkah Mandiri untuk memilih menggunakan produk jasa di LKS tersebut.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : SRI ANDRIANI

NPM : 141273510

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Juli 2018

METERAI TEMPEL

6000

Sri Andriani
NPM. 141273510

MOTTO

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُواْ لَا تَأۡكُلُواْ ٱلرِّبَوٰٓاْ أَضۡعَٰفٗا مُّضَٰعَفَةٗۖ وَٱتَّقُواْ ٱللَّهَ

لَعَلَّكُمۡ تُفۡلِحُونَ ١٣٠

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan."
(Q.s. Al Imran:130)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini peneliti persembahkan kepada:

1. Untuk ibu ku Laminem, yang telah mengajarkanku arti kesabaran dan ketekunan dalam menghadapi semua masalah dan mengajarkan bagaimana bertahan dimasa-masa sulit ketika ingin menyerah dan putus asa. Terimakasih karena selalu mendoakan ku disetiap sujudmu dan selalu menguatkan dan mendukungku dalam hal apapun.
2. Untuk Almarhum ayahku Winarto, yang selalu mengajarkanku kemandirian dalam hal apapun, selalu mengajarkan untuk berbuat baik terhadap siapapun tanpa membeda-bedakan status. Mengajariku untuk tegas dan kuat menghadapi ujian apapun. Terimakasih atas semua yang engkau berikan selama hidupmu untukku.
3. Untuk adikku tercinta Fiza Aulia Andriani yang selalu menyemangatiku dan mengingatkanku disaat aku lelah dan malas.
4. Sahabat-sahabatku Ummi Amrinatul F, Tika Septiana, Safitri Ariyanti, Dwi Lestari, Eti Dwi Lestari dan Sri Astutik Haryati yang telah mendukungku dan membantuku selama ini.
5. Teman-teman seperjuangan mahasiswa/I angkatan 2014 dan khususnya keluarga besar S1 Perbankan Syariah Kelas B.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini. Penulisan Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah di IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Sholawat serta salam penulis curahkan kepada Rasulullah SAW, yang kita nantikan syafa'atnya dihari akhir kelak dengan siizin ALLAH SWT.

Dalam upaya penyelesaian Skripsi ini, penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro
2. Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Ibu Liberty, S.E., M.A. selaku ketua Jurusan Perbankan Syari'ah
4. Ibu Nety Hermawati, SH.,MA.,MH dan Ibu Suraya Murcitaningrum, M.S.I sebagai pembimbing yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi.
5. Seluruh Dosen IAIN Metro terkhusus Dosen Jurusan Ekonomi Syari'ah yang memberikan banyak ilmu baik di dalam perkuliahan maupun di luar perkuliahan.
6. Karyawan IAIN Metro yang meyediakan sarana prasarana untuk menunjang perkuliahan.

7. Masyarakat Desa Margamulya yang telah bersedia menjadi narasumber dan memberikan informasi untuk kelancaran Penelitian ini.
8. Sahabat dan teman-teman Ekonomi Syari'ah angkatan 2014 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
9. Seluruh rekan-rekan Almamater IAIN Metro

Kritik dan saran demi perbaikan Skripsi ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga hasil penelitian yang telah dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan agama Islam.

Metro, 9 Juli 2018
Penulis

Sri Andriani
NPM. 141273510

DAFTAR ISI

Halaman Sampul i

Halaman Judul..... ii

Halaman Persetujuan iii

Halaman Pengesahan..... iv

Abstrak..... v

Halaman Orisinalitas Penelitian vi

Halaman Motto vii

Halaman Persembahan..... viii

Kata Pengantar ix

Daftar Isi xi

Daftar Tabel..... xiii

Daftar Lampiran..... xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Pertanyaan Penelitian 6

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian 6

D. Penelitian Relevan..... 7

BAB II LANDASAN TEORI

A. Persepsi Konsumen 10

1. Persepsi konsumen 10

2. Proses persepsi 11

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi 13

B. Pengambilan Keputusan Konsumen 14

1. Makna Keputusan Konsumen 14

2. Keputusan Pembelian Sebagai Tindakan Konsumen . 16

C. Bunga dan Bagi Hasil..... 18

1. Bunga 18

2. Bagi Hasil..... 19

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian 21

B. Sumber Data..... 23

C. Teknik Pengumpulan Data..... 25

D. Teknik Analisis Data 26

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten lampung Timur 28

B. Keadaan Masyarakat Muslim Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Timur 31

C. Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Bunga dan Bagi hasil Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Jasa Lembaga Keuangan Syariah di Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Timur..... 32

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 45

B. Saran 46

DAFTAR PUSTAKA 47

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel

4.1 Jumlah Pemduduk Desa Margamulya Berdasarkan jenis Kelamin Tahun 2016 dan 2017 30

4.2 Jumlah Penduduk Desa Margamulya Menurut Agama 31

4.3 Jumlah penduduk Desa Margamulya Berdasarkan Usia 32

4.4 Jumlah penduduk Desa Margamulya Menurut Mata Pencaharian..... 32

4.5 Sarana Peribadatan di Desa Margamulya 34

4.6 Bidang Pembangunan Pendidikan di Desa Margamulya..... 34

4.7 Bidang Kemasyarakatan Bagian Keagamaan di desa Margamulya 36

4.8 Data Tingkat Perkembangan Pendidikan di Desa Margamulya..... 37

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan Skripsi
2. Surat Tugas Research
3. Surat Izin Research
4. Surat Keterangan Penelitian
5. Out Line
6. Alat Pengumpul Data (APD)
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Formulir Konsultasi Bimbingan
9. Dokumentasi Foto
10. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehadiran lembaga keuangan syariah di tengah-tengah lembaga keuangan konvensional adalah untuk menawarkan sistem perbankan alternatif bagi umat Islam yang membutuhkan atau ingin memperoleh layanan jasa perbankan tanpa harus melanggar larangan riba. Sebagaimana disinyalir oleh para ekonom muslim, ada dua alasan utama mengenai latar belakang berdirinya bank syariah yaitu:

1. Adanya pandangan bahwa bunga bank pada bank konvensional itu hukumnya haram karena termasuk dalam kategori riba yang dilarang dalam agama, bukan saja pada agama Islam tetapi juga oleh agama Samawi lainnya.
2. Pada aspek ekonomi, penyerahan resiko usaha terhadap salah satu pihak dinilai melanggar norma keadilan dan dapat menimbulkan rasa mementingkan diri sendiri (*selfishness*).

   Dalam jangka panjang sistem perbankan konvensional akan menyebabkan penumpukan kekayaan pada segelintir orang yang memiliki capital besar.[1]

   Sistem bagi hasil merupakan suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana *(shahibul maal)* dan pengelola dana *(mudharib)* yang terjadi antara bank dan nasabah penyimpan dana maupun bank dengan nasabah penerima dana. Dengan demikian, sistem bagi hasil dapat dikatakan sebagai konsep yang mempunyai unsur keadilan, dimana tidak ada suatu pihak yang diuntungkan sementara pihak lain dirugikan antara pemilik dana dan pengelola dana sehingga besarnya bagi hasil yang diperoleh deposan sangat tergantung kepada kemampuan bank dalam menginvestasikan dana-dana.[2]

---

[1] Anita Rahmawaty, "Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syariah Semarang" dalam *Jurnal ADDIN*, (Jawa Tengah: STAIN Kudus), h. 2-3.

[2] Istiqomah Nurul Saputri dan Ayu Noviani Hanum, "Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Terhadap Simpanan Mudharabah: tingkat Religiusitas Sebagai Faktor Moderating (Studi Kasus di BPRS Binama Semarang)" dalam *Jurnal Maksimum*, (Semarang: Universitas Muhammadiyah Semarang), Vol 4, No 1/September 2013-Februari 2014, h. 31

Adapun Larangan Riba dalam ajaran Islam terdapat dalam firman Allah SWT surah *Ali Imran* ayat 130:

يَـٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ لَا تَأْكُلُوا۟ ٱلرِّبَوٰٓا۟ أَضْعَـٰفًا مُّضَـٰعَفَةً ۖ وَٱتَّقُوا۟ ٱللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

Artinya: "*Hai orang-orang yang beriman janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertaqwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.*"[3]

Melalui firman-Nya di atas, Allah melarang hamba-hamba-Nya yang beriman melakukan riba dan memakannya dengan berlipat ganda. Sebagaimana pada masa jahiliyyah dulu mereka mengatakan: "Jika hutang sudah jatuh tempo, maka ada dua kemungkinan; dibayar atau di bungakan. Jika dibayar, maka selesai sudah urusan, dan jika tidak dibayar, maka ditetapkan tambahan untuk jangka waktu tertentu dan kemudian ditambahkan pada pinjaman pokok." Demikian seterusnya pada setiap tahunnya. Mungkin jumlah sedikit bisa berlipatganda menjadi banyak. Dan Allah SWT. memerintahkan hamba-hamba-Nya untuk bertakwa agar mereka beruntung didunia dan akhirat.[4]

Berdasarkan ayat dan tafsir diatas dapat dipahami bahwa Allah SWT. telah melarang hambanya yang melakukan pinjam-meinjam atau utang piutang untuk memakan riba dan dengan berlipat ganda. Sesuatu yang dilarang oleh Allah SWT. maka hukumnya haram bagi umat Islam.

Aktifitas lembaga keuangan syariah berupa bank atau non bank yaitu baitul maal wa tamwil, asuransi syariah, pegadaian syariah dapat dipandang sebagai wahana bagi masyarakat modern untuk membawa kedalam pelaksanaan ajaran Islam dalam bidang ekonomi. Oleh karenanya, operasi lembaga keuangan syariah tersebut harus memegang teguh beberapa prinsip: [5]

1. Tidak ada transaksi keuangan berbasis bunga (riba);
2. Pengenalan pajak religious atau pemberian sedekah, zakat;
3. Pelarangan produksi barang atau jasa yang bertentangan dengan sistem nilai Islam (haram);
4. Penghindaran aktivitas ekonomi yang melibatkan maisir (judi) gharar (ketidakpastian);

---

[3] Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya,* (Surabaya:Pustaka Agung Harapan, 2006).

[4] Ibnu Katsiir, *Tafsir Ibnu Katsir*, diterjemahkan oleh M. Abdul Ghoffar E.M, dari judul asli *Lubaabut Tafsir Min Ibni Katsiir,* (Bogor:Pustaka Imam Asy-syafi'I, 2003) jilid 2, h. 137.

[5] Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2012), h. 11.

5. Penyediaan Takaful (asuransi Islam)

Beragamnya persepsi, sikap dan perilaku masyarakat terhadap bank syariah, diantaranya disebabkan oleh rendahnya pemahaman dan pengetahuan masyarakat terhadap bank syariah, terutama yang disebabkan dominasi bank konvensional. Perbedaan persepsi atas bagi hasil dan bunga sangat berpotensial mempengaruhi minat masyarakat menggunakan produk bank syariah.[6]

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi perilaku masyarakat sebagai konsumen yaitu sebagai berikut:

1. Faktor kebudayaan, yang terdiri dari budaya, sub budaya, dan kelas sosial.
2. Faktor sosial, yang terdiri dari kelompok, keluarga, peran, dan status.
3. Faktor pribadi, yang terdiri dari umur dan tahap daur ulang, pekerjaan, situasi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
4. Faktor psikologis, yang terdiri dari motivasi, persepsi, dan belajar.[7]

Berdasarkan pendapat diatas dapat diketahui bahwa persepsi menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku masyarakat untuk memilih atau menggunakan produk perbankan syariah.

Berdasarkan hasil pra survey, letak Desa Margamulya terhitung jauh dari lokasi lembaga keuangan konvensional dan syariah. Lembaga keuangan syariah terdekat adalah BMT An-naafi' Berkah Mandiri yang berada di Desa Sumberagung Bd. 50 Kecamatan Batanghari, dan bank syariah terdekat adalah BPRS Aman Syariah yang berlokasi di Jalan Raya Sekampung Desa Sumber Gede Kecamatan Sekampung. Sedangkan Bank Konvensional yang

---

[6] Imran dan Bambang Hendrawan, "Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah" dalam *journal of Business,* (Batam: Politeknik Negeri Batam), Vol 1, No 2/ September 2017, h. 64.

[7] Zhenty Rositasari, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keinginan Konsumen untuk Menabung pada Bank Syariah,* Skripsi (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2009), h. 7.

berada dekat dengan desa Margamulya adalah Bank BRI KCP Unit Sekampung yang beralamat di desa Sumber Gede Kecamatan Sekampung.

Pada data kependudukan dapat diketahui bahwa jumlah penduduk Desa Margamulya pada tahun 2017 berjumlah 2559 Orang , Desa Margamulya terbagi menjadi 4 Dusun dan seluruh masyarakat Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Timur menganut Agama Islam.

Wawancara yang pertama dilakukan kepada Bapak Nur Kholil selaku masyarakat Desa Masyarakat. Menurut beliau tidak ada perbedaan antara bunga dan bagi hasil, keduanya sama, yang membedakannya adalah namanya saja. Dalam kegiatan ekonomi sehari-hari, beliau menggunakan produk jasa bank konvensional, baik dalam pembiayaan maupun penyimpanan dana, dikarenakan beliau merasa lebih mudah menggunakan bank konvensional dari pada bank syariah.[8]

Wawancara yang kedua kepada Bapak Supingi, beliau adalah masyarakat Desa Margamulya. persepsi beliau tentang bunga dan bagi hasil adalah hal yang berbeda secara teorinya, namun dalam praktiknya beliau merasa bahwa terdapat persamaan antara bunga dan bagi hasil, beliau menjadi nasabah di bank syariah maupun konvensional untuk mendukung kegiatan ekonominya, namun untuk hal pembiayaan beliau memilih menggunakan produk bank konvensional, karena menurut beliau bunga yang

[8] Wawancara dengan Bapak Nur Kholil pada tanggal 06 April 2018

di tawarkan bank konvensional lebih rendah dibandingkan bagi hasil di bank syariah.[9]

Wawancara yang ketiga yaitu dengan Ibu Naning Astuti, beliau adalah masyarakat di Desa Margamulya. Beliau berpendapat bahwa memang ada perbedaan dengan bunga dan bagi hasil, karena pada bunga sudah ditetapkan jumlahnya dari pihak bank, sedangkan bagi hasil bisa berbeda nominalnya dari setiap nasabah tergantung kesepakatan dan jumlah nominal uang yang dipinjam oleh nasabah. Beliau mengaku pernah menggunakan produk dan jasa bank konvensional, namun untuk saat ini beliau hanya menggunakan produk dan jasa lembaga keuangan syariah yaitu di BMT An-naafi' Berkah Mandiri. Alasan beliau memilih BMT tersebut adalah karena sistem marketing jemput bola yang sangat mempermudah nasabah untuk menabung setiap minggunya, sehingga tidak perlu datang langsung ke lokasi BMT tersebut untuk melakukan transaksi.[10]

Selain itu masyarakat Desa Margamulya masih banyak yang menggunakan produk dan jasa bank konvensional. Sebagian sudah beralih pada lembaga keuangan syariah yaitu BMT An-naafi' Berkah Mandiri. Namun masih sedikit masyarakat yang murni hanya menggunakan produk jasa Lembaga Keuangan Syariah saja .[11]

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang "Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Bunga dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Untuk Menggunakan Produk Dan Jasa

[9] Wawancara dengan Bapak Supingi pada tanggal 06 April 2018.
[10] Wawancara dengan Ibu Derawati pada tanggal 26 April 2018.
[11] Hasil pra survey di Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Lampung Timur

Perbankan Syariah (Studi Terhadap Masyarakat Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Timur).

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang diatas maka yang menjadi pertanyaan penelitian yaitu bagaimana pengaruh persepsi masyarakat tentang bunga dan bagi hasil terhadap keputusan untuk menggunakan produk dan jasa Lembaga Keuangan Syariah pada Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Timur?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

   Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi masyarakat tentang bunga dan bagi hasil terhadap keputusan untuk menggunakan produk dan jasa Lembaga Keuangan Syariah pada Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Timur

2. Manfaat Penelitian

   a. Secara Teoritis penelitian ini diharapkan mampu menambah khazanah keilmuan kepada pembaca dan peneliti sendiri yang berkaitan dengan teori pengaruh persepsi masyarakat tentang bunga dan bagi hasil terhadap keputusan untuk menggunakan produk dan jasa perbankan syariah.

   b. Secara Praktis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi kepada masyarakat dan pihak bank mengenai pengaruh

persepsi masyarakat tentang bunga dan bagi hasil terhadap keputusan untuk menggunakan produk dan jasa perbankan syariah.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan merupakan penjelasan singkat mengenai penelitian terdahulu (*prior research*) yang berisi tentang uraian persoalan yang akan dikaji. Terdapat beberapa penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam pembahasan atau penelitian ini. Oleh karena itu, dalam kajian ini, peneliti memaparkan karya ilmiah terkait dengan pembahasan peneliti:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Yosi Susanti, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Tahun 2017, yaitu Persepsi Nasabah Dalam Memilih Produk Bank Syariah Mandiri Belitang (Studi pada Bank Syariah Mandiri Belitang Kabupaten Oku Timur). Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah nasabah kurang berminat dalam memilih produk-produk lain yang ada di BSM karena kurangnya pengetahuan dan pemahaman nasabah terhadap produk-produk yang ada di bank syariah, dan produk yang paling banyak diminati nasabah BSM belitang adalah hanya Tabungan BSM karena menurut mereka produk tersebut sesuai dengan syariah, halal dan aman.[12]

   Perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah pada skripsi tersebut lebih di tekankan pada persepsi nasabah tentang produk-produk yang ada pada Bank Syariah Mandiri Belitang, sehingga nasabah

[12] Yosi Susanti, *Persepsi Nasabah dalam Memilih Produk Bank Syariah Mandiri Belitang*, Skripsi, (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017).

menentukan pilihan untuk memilih produk yang ada didalam bank syariah tersebut.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Umi Wahyu Annisa, IAIN Salatiga Tahun 2016, yaitu Analisis Pengaruh Persepsi, Preferensi dan Sikap Masyarakat Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus di Kecamatan Mungkid Kabupaten Magelang). Hasil yang di peroleh dari penelitian ini adalah hasil uji t_{test} menunjukkan bahwa variable persepsi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa perbankan syariah, variable preferensi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa perbankan syariah, dan variable sikap tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa perbankan syariah. Hasil uji F_{test} menunjukkan bahwa Persepsi, preferensi dan sikap secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa perbankan syariah.[13]

   Perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah pada skripsi ini lebih ditekankan pada pengaruh atas persepsi, preferensi dan sikap masyarakat muslim. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan lebih fokus pada pengaruh persepsi masyarakat terhadap keputusan untuk menggunakan produk jasa lembaga keuangan syariah.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Diah Tri Kumalasari, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2016, yaitu Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Santri Tentang Perbankan Syariah Terhadap Niat Menggunakan Produk Bank Syariah di Yogyakarta. Hasil yang

[13] Umi Wahyu Annisa, *Analisis Pengaruh Persepsi, Preferensi dan Sikap Masyarakat Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Perbankan Syariah,* Skripsi, (IAIN Salatiga, 2016).

diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa pengetahuan dan persepsi santri tentang bank syariah mempengaruhi niat santri menggunakan produk menabung bank syariah secara signifikan. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variable independen yang terdiri dari pengetahuan dan persepsi santri tentang perbankan syariah berpengaruh positif signifikan terhadap niat santri menggunakan produk menabung bank syariah.[14]

Perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah pada skripsi tersebut meneliti pengaruh persepsi santri, dimana para santri mengetahui prinsip dan syariat Islam dan larangan riba. sedangkan penelitian yang peneliti lakukan yaitu dilakukan kepada masyarakat yang tidak semuanya memiliki pengetahuan tentang larangan riba dan mengetahui bahwa bunga bank adalah riba.

Berdasarkan penelitian yang dikemukakan di atas, dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti ini memiliki kajian yang berbeda, walaupun memiliki fokus kajian yang sama pada tema-tema tertentu. Penelitian yang dikaji oleh peneliti lebih ditekankan pada pengaruh persepsi masyarakat tentang bunga dan bagi hasil terhadap keputusan untuk menggunakan produk dan jasa perbankan syariah..

---

[14] Diah Tri Kumalasari, *Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Santri Tentang Perbankan Syariah terhadap Niat Menggunakan Produk Bank Syariah di Yogyakarta,* Skripsi, (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016).

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Persepsi Konsumen

1. Persepsi Konsumen

Persepsi konsumen adalah proses seorang konsumen untuk mengorganisasikan dan mengartikan kesan dari pancaindra dalam tujuan untuk memberi arti dalam lingkungan mereka. Persepsi konsumen penting dipelajari karena perilaku konsumen didasarkan oleh persepsinya tentang kenyataan dan bukan kenyataan.[1]

Persepsi terhadap sesuatu berasal dari interaksi antara dua faktor berikut:

a. Faktor Stimulus
   Yaitu karakteristik secara fisik, seperti ukuran, berat, warna, atau bentuk. Tampilan suatu produk, baik kemasan maupun karakteristik akan mampu menciptakan rangsangan pada indra kemanusiaan sehingga mampu menciptakan suatu persepsi mengenai produkn yang dilihatnya.
b. Faktor Individu
   Yaitu termasuk proses di dalamnya bukan hanya pada pancaindra, melainkan juga pada proses pengalaman yang serupa dan dorongan utama serta harapan dari individu.

Persepsi seseorang juga melalui proses seleksi. Seleksi adalah proses memilih dan menentukan *marketing stimuli* karena setiap individu adalah unik dalam kebutuhan, keinginan, pengalaman, sikap, dan karakter pribadi masing-masing.[2]

---

[1] Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 111.

[2] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Galia Ind, 2014), h. 134.

Dalam seleksi terdapat beberapa proses, yaitu sebagai berikut:

a. *Selective exposure*
   Konsumen secara efektif mencari pesan menemukan kesenangan atau simpati secara aktif menghindari kesakitan atau ancaman pada sisi lainnya. Secara efektif, ia membuka dirinya pada iklan yang menenteramkan hatinya mengenai kebijaksanaan tentang kepuasan pembeliannya.
b. *Selective attention*
   Konsumen mengadakan transaksi pemilihan yang bagus dengan tujuan perhatian mereka diberikan pada rangsangan komersial. Ia mempunyai kesadaran tinggi terhadap rangsangan yang sesuai dengan miat dan kebutuhannya. Dengan demikian konsumen dapat mengingat iklan untuk produk yang dapat memuaskan kebutuhannya dan mengabaikan yang tidak mereka butuhkan.
c. *Perceptual defense*
   Konsumen secara bawah sadar menyaring rangsangan yang ia temukan sebagai ancaman psikologikal meskipun telah terdapat pembukaan. Jadi, ancaman atau sebaliknya, rangsangan yang merusak mungkin lebih sedikit diterima secara sadar daripada rangsangan netral pada level pembukaan yang sama.
d. *Perceptual blocking*
   Konsumen melindungi dirinya dari rangsangan yang mereka anggap negatif dan mempunyai pengaruh buruk bagi dirinya.[3]

Berdasarkan beberapa pendadapat diatas dapat dipahami bahwa persepsi adalah suatu proses seorang konsumen dalam memahami dan mengartikan sesuatu. Dalam proses persepsi dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor stimulus dan faktor individu. Selain itu dalam proses persepsi juga melalui proses seleksi dalam diri seorang individu tersebut.

2. Proses Persepsi

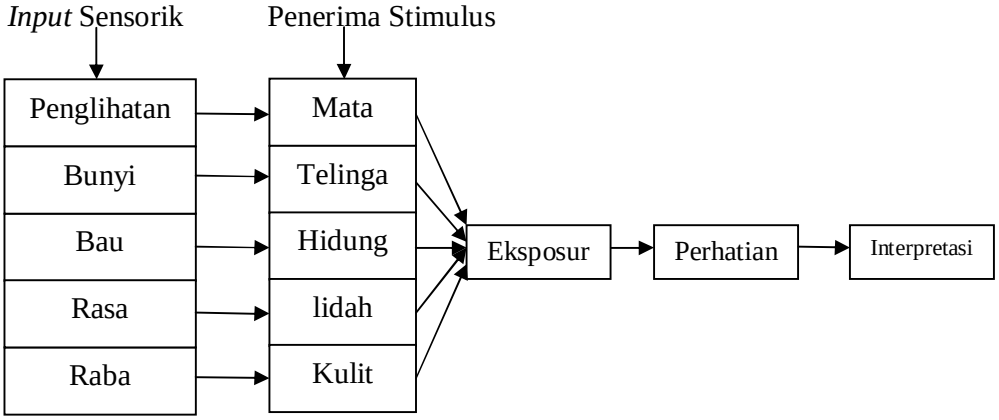
Persepsi timbul karena adanya stimulus (rangsangan) dari luar yang akan mempengaruhi seseorang melalui kelima alat indranya, yaitu penglihatan, pendengaran, penciuman, perasaan, dan sentuhan. Stimulus tersebut diseleksi, diorganisasi, dan diinterpretasikan oleh setiap orang dengan cara masing-masing.

---

[3] *Ibid.*, h. 75.

Proses persepsi diawali dengan adanya stimuli yang mengenai pancaindra yang disebut sebagai sensasi. Stimuli ini beragam bentuknya dan akan selalu membombardir indra konsumen. jika dilihat dari asalnya, stimuli pada konsumen ada yang berasal dari individu (seperti aroma, iklan, dan lain-lain) serta yang berasal dari dalam diri individu, seperti harapan, kebutuhan, dan pengalaman.[4]

Proses persepsi dapat digambarkan seperti gambar berikut ini:



Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa, input sensorik yang diterima manusia merupakan data mentah yang kemudian diolah/diinterpretasikan menjadi persepsi. Iklan di televise, misalnya, mengandung stimulus yang bermacam-macam. Keseluruhan penampakannya, termasuk selebritis bintang iklan, warna, latar belakang pengambilan gambar, dan sebagainya, diterima oleh mata sedangkan stimulus suara diterima oleh telinga. Stimulus ini membangkitkan pengalaman sensorik orang tersebut dalam menggunakan produk yang serupa, maka walaupun dia tidak bisa membaui wewangian yang ada di iklan, dia ingat akan wewangian yang dikenakan oleh pacarnya (mungkin) dan juga kelembutan rambutnya yang tergerai, sensasi yang pernah dialami pada waktu pertemuan dengan sang pacar diwaktu yang lalu. Dengan demikian, iklan tersebut telah mempunyai makna dibenak si pemirsa. Jelas terlihat bagaimana pentingnya pemahaman proses persepsi ini bagi pemasar.[5]

---

[4] Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen.*, h. 113.

[5] Ristiayanti Prasetijo dan John JOI Ihalauw, *Perilaku Konsumen,* (Yogyakarta: Andi, 2005), h. 68.

Berdasarkan pendapat diatas dapat dipahami bahwa proses persepsi terjadi ketika beberapa input sensorik yang ditangkap oleh seseorang di terima oleh indra stimulus kemudian di eksposur dan dipaparka lalu mendapat perhatian oleh individu tersebut sehingga dapat diinterpretasikan. Proses persepsi ini tidak lepas dari panca indra manusia.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor yang memengaruhi persepsi adalah penglihatan dan sasaran yang diterima dan situasi persepsi terjadi penglihatan. Tanggapan yang timbul atas rangsangan di pengaruhi sifat-sifat individu yang melihatnya. Sifat yang dapat mempengaruhi persepsi, yaitu sebagai berikut:

a. Sikap
   Yaitu memengaruhi positif atau negatifnya tanggapan yang akan diberikan seseorang.
b. Motivasi
   Yaitu hal yang mendorong seseorang mendasari sikap tindakan yang dilakukannya.
c. Minat
   Yaitu faktor lain yang membedakan penilaian seseorang terhadap suatu hal atau objek tertentu, yang mendasari kesukaan ataupun ketidaksukaan terhadap objek tersebut.
d. Pengalaman masa lalu
   Yaitu dapat memengaruhi persepsi seseorang karena akan menarik kesimpulan yang sama dengan yang pernah dilihat dan didengar.
e. Harapan
   Yaitu memengaruhi persepsi dalam membuat keputusan, akan cenderung menolak gagasan, ajakan, atau tawaran yang tidak sesuai dengan yang kita harapkan.
f. Sasaran
   Yaitu memengaruhi penglihatan yang akhirnya akan memengaruhi persepsi.
g. Situasi atau keadaan sekitar
   Situasi atau keadaan sekitar kita atau sekitar sasaran yang turut memengaruhi persepsi. Sasaran atau benda yang sama yang kita lihat dalam situasi yang berbeda akan menghasilkan persepsi yang berbeda pula. [6]

[6] Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen.*, h. 113.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi adalah faktor internal individu seseorang dan faktor eksternal atau objek persepsi. Setelah rangsangan atau informasi diterima, rangsangan atau data itu diseleksi. Faktor-faktor internal yang mempengaruhi seleksi persepsi adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan psikologis.
   Kebutuhan psikologis seseorang mempengaruhi persepsinya. Kadang-kadang ada hal yang "kelihatan" (yang sebenarnya tidak ada) karena kebutuhan psikologis jadi tidak kelihatan.
2. Latar belakang
   Latar belakang yang mempengaruhi hal hal yang dipilih dalam persepsi. Contoh orang yang pendidikannya lebih tinggi yang memmilki cara tertentu untuk menyelesaikan sebuah informasi.
3. Pengalaman
   Hal yang sama dengan latar belakang ialah faktor pengalaman, pengalaman mempersiapkan seseorang untuk mencari orang-orang, hal-hal, dan gelaja-gelaja yang mungkin serupa dengan pengalaman pribadinya.
4. Kepribadian
   Seseorang yang tertutup mungkin akan tertarik pada orang-orang yang serupa. Berbagai faktor dalam kepribadian mempengarhui seleksi dalam persepsi.
5. Nilai dan kepercayaan umum
   Orang-orang yang memiliki sikap tertentu terhadap karyawan wanita data karyawan yang termasuk kelompok bahasa tertentu besar kemungkinan akan melihat kecil yang tidak diperlihatkan orang lain.
6. Penerimaan diri
   Penerimaan diri Merupakan sifat penting yang mempengaruhi persepsi.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi seleksi rangsangan secara eksternal data dari luar objek persepsi adalah:

1. Intensitas
   Umumnya, rangsangan yang lebih intensif, mendapatkan lebih banyak tangggapan dari pada rangsangan yang kurang intens. Ini yang dimanfaatkan oleh marketer dengan memasang iklan yang menarik dan diberi kepercayaan yang penuh sehingga orang akan intensif melihatnya.
2. Ukuran
   Benda-benda yang lebih besar umumnya lebih menarik perhatian. Dengan membuat iklan yang besar akan menarik perhatian seseorang.

3. Gerakan
   Benda yang bergerak lebih menarik perhatian daripada yang diam. Kebanyakan iklan yang ditampilkan di televise menggunakan prinsip ini dengan menciptakan ilusi gerak melalui berbagai pengaturan.
4. Keakraban
   Suatu yang akrab atau dikenal lebih menarik perhatian. Ini bagian dari tabiat manusia, dia lebih mudah memahami dan memilih yang sudah akrab dengannya.

Pemahaman atau persepsi bisa salah, bisa benar, bisa sempit, bisa luas dan ini sangat mempengaruhi oleh faktor-faktor yang terkait dengan proses terjadinya persepsi itu sendiri.[7]

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat dipahami bahwa ada sifat-sifat yang dapat mempengaruhi persepsi yaitu sikap, motivasi, minat, pengalaman masa lalu, harapan, sasaran, situasi atau keadaan sekitar. Selain itu ada faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi ada dua yaitu faktor internal dan eksternal.

B. Pengambilan Keputusan Konsumen

1. Makna Keputusan Konsumen

Keputusan adalah pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan harus memiliki pilihan alternatif.[8] Contohnya, seorang konsumen yang ingin membeli sebuah *smartphone*, ia dihadapkan pada beberapa merek *smartphone*, misalnya *Apple, Samsung, Asus, Sony, Xiomi, Oppo*. Dengan demikian, ia harus mengambil keputusan merek yang akan dibelinya atau harus memilih satu dari beberapa pilihan merek.

Keputusan konsumen merupakan urut-urutan proses yang lazim dijalani oleh setiap individu konsumen ketika mengambil keputusan membeli. Urut-urutan tersebut meliputi masukan *(input)*, proses *(process)* dan luaran *(output)*. Pengambilan keputusan konsumen merupakan proses interaksi antara sikap efektif, sikap kognitif, sikap behavioral dengan faktor lingkungan dimana

---

[7] Udai Pareek, *Perilaku Organisasi*, (Jakarta: Pustaka Binaan Pressindo), h. 79-78
[8] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen.*, h. 357.

manusia melakukan pertukaran dalam semua aspek kehidupannya. Sikap kognitif merefleksikan sikap pemahaman, sikap efektif merefleksikan sikap keyakinan dan sikap behavioral merefleksikan sikap tindakan nyata. Keputusan untuk membeli atau tidak membeli merupakan bagian dari unsur yang melekat pada diri individu konsumen yang disebut *behavior* dimana ia merujuk kepada tindakan fisik yang nyata yang dapat dilihat dan dapat diukur oleh orang lain.[9]

Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran. Pemecahan masalah konsumen sebenarnya merupakan suatu aliran tindakan timbale balik yang berkesinambungan diantara faktor lingkungan, proses kognitif dan efektif, serta tindakan perilaku.[10] Pengambilan keputusan konsumen meliputi semua proses yang di lalui konsumen dalam mengenali masalah, mencari solusi, mengevaluasi alternatif, dan memilih diantara pilihan-pilihan pembelian mereka.[11]

Dari bagan diatas dapat dilihat bahwa alur seorang konsumen dalam mengambil suatu keputusan untuk membeli atau menggunakan suatu produk. Seorang konsumen akan mengenali kebutuhan yang ia miliki, apakah ia membutuhkan atau tidak produk yang ditawarkan. Lalu ia akan mencari informasi mengenai produk terkait, selanjutnya konsumen akan mengevaluasi alternatif atau menilai atau mengukur serta mempertimbangkan mengenai produk tersebut mulai dari harga kualitas dan selera. Selanjutnya konsumen akan menentukan keputusan apakah akan membeli produk tersebut atau tidak.

---

[9] Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen (Dalam Perspektif Kewirausahaan),* (Bandung: Alfabeta, 2013, h. 195.

[10] Aditya Huriartanto dan Djamhur Hamid, " Pengaruh Motivasi dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat" dalm *Jurnal Administrasi Bisnis,* (Malang: Universitas Brawijaya), Vol 28 No. 1/ November 2015, h. 160.

[11] *Ibid.*

Jika konsumen memilih untuk membeli produk tersebut maka konsumen akan menunjukan sikap atau perilaku pasca pembelian, jika produk dirasa bermanfaat atau sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan melanjutkan dan meneruskan untuk menggunakan produk tersebut.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat dipahami bahwa tanpa kita sadari dalam kegiatan sehari-hari kita selalu dikelilingi oleh pilihan dan kita selalu mengambil sikap dan memutuskan untuk memilih diantara banyaknya pilihan yang kita hadapi setiap harinya. Pengambilan keputusan merupakan akhir dari proses dimana konsumen dapat memecahkan permasalahan dan dapat membeli produk tersebut atau mengambil keputusan untuk menunda pembelian atau memilih untuk tidak membeli sama sekali.

2. Keputusan Pembelian Sebagai Tindakan Konsumen

Keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi. Penjelasannya sebagai berikut:[12]

a. Faktor Budaya

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Anak-anak mendapatkan kumpulan nilai, persepsi preferensi, dan perilaku dari keluarganya, serta lembaga-lembaga penting lainnya. Selain itu ada faktor sub budaya dan kelas sosial.

b. Faktor sosial

Kelompok acuan terdiri atas semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atas perilaku individu. Selain itu keluarga dan peran status juga memegang peranan penting dalam faktor sosial.

[12] Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen.*, h. 215.

c. Faktor pribadi

Usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri masuk ke dalam faktor sosial yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

d. Faktor psikologi

Dalam faktor spikologi terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, keyaninan dan sikap. Adapun yang dimaksud dengan persepsi adalah bagaimana seseorang yang termotivasi bertindak dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu.

Berdasarkan pendapat diatas dapat dipahami bahwa dalam pengambilan keputusan seorang konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi. Faktor-faktor tersebut mempunyai peranan masing-masing yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen tersebut dalam memutuskan sesuatu untuk membeli suatu produk.

C. Bunga dan Bagi Hasil

Dalam dunia lembaga keuangan tidak lepas dari istilah bunga dan bagi hasil, pada lembaga keuangan konvensional menerapkan sistem bunga sedangkan pada lembaga keuangan syariah menerapkan sistem bagi hasil, berikut ini penjelasan mengenai bunga dan bagi hasil.

1. Bunga

Bunga secara leksikal sebagai terjemahan dari *interest*. Sebagaimana diungkapkan dalam suatu kamus dinyatakan bahwa, "*Interest is a charge for a financial loan, usually a percentage of the amount loaned*". Bunga adalah

tanggungan pada pinjaman uang yang biasanya dinyatakan dengan presentase dari uang yang dipinjamkan[13]

Sampai saat ini bunga dapat diartikan sebagai "buah" dari modal yang digunakan atau dipinjamkan, sedangkan modal adalah "buah" dari hasil kerja para pekerja dimasa yang lalu yang digunakan dimasa depan untuk keperluan produksi. Ketika seseorang meminjamkan modalnya dia mengharapkan akan adanya imbalan tertentu sebagai kompensasinya. Menurut pandangan "Liberal" bunga bukanlah apa-apa selain merupakan imbalan yang tepat bagi modal dan tingkat suku bunga yang ada di tentukan oleh keadaaan ekonomi yang bebas seperti layaknya penentuan harga dari barang-barang yang ada yang ditentukan oleh permintaan dan penawaran.[14]

Persepsi masyarakat tentang bunga bank adalah persepsi masyarakat tentang hukum bunga bank. Hukum bunga bank sampai saat ini masih menimbulkan kontroversi pendapat tentang keabsahannya. Sebagian besar fuqaha dan ekonom muslim berpendapat bahwa bunga bank itu bertentangan dengan ajaran agama Islam.[15]

Berdasarkan beberapa pendapat diatas tentang riba dan bunga dapat dipahami bahwa hakikatnya antara riba dan bunga adalah sama. Keduanya berarti tambahan uang dan umumnya dalam bentuk persentase. Dan tingkat suku bunga besarnya bisa berubah-ubah setiap waktunya sesuai dengan tingkat permintaan dan penawaran, dan kedua hal tersebut sudah jelas hukumnya di dalam agama Islam yaitu Haram.

2. Bagi Hasil

Istilah bagi hasil dalam kamus Inggris dikenal dengan *profit sharing*, yaitu pembagian laba. Secara definitif dalam kamus ekonomi, profit sharing diartikan sebagai distribusi beberapa bagian dari laba kepada para pegawai dari suatu perusahaan. Hal ini dapat berbentuk suatu bonus uang tunai tahunan

---

[13] Sumar'in, *Konsep Kelembagaan.*, h. 29.

[14] Veithzal Rival dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking,*. H. 341.

[15] Anita Rahmawaty, " Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syariah Semarang" dalam Jurnal *ADDIN*, (Jawa Tengah: STAIN Kudus), Vol 8, No 1/ Februari 2014, h. 10.

yang didasarkan pada laba yang diperoleh pada tahun-tahun sebelumnya atau dapat berbentuk pembayaran mingguan atau bulanan.[16]

Pada mekanisme perbankan dan lembaga keuangan syariah, pendapatan bagi hasil ini berlaku untuk produk-produk kerjasama seperti mudharabah. Inti mekanisme investasi bagi hasil terletak pada kerja sama yang baik antara *shahibul mal* dan *mudhorib*. Kerjasama ini merupakan karakter dari masyarakat ekonomi Islam, yang harus dilakukan dalam semua lini kegiatan ekonomi, yaitu produksi, distribusi dan konsumsi.[17]

Dalam penerapan sistem bagi hasil di bank syariah ini menggunakan nisbah bagi hasil. Nisbah bagi hasil merupakan faktor yang cukup penting dalam menentukan bagi hasil di bank syariah. Sebab, aspek nisbah bagi hasil merupakan aspek yang disepakati bersama antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi. Untuk menentukan nisbah bagi hasil itu perlu diperhatikan aspek-aspek seperti: data usaha, kemampuan angsuran, hasil usaha yang dijalankan, nisbah pembiayaan, dan ditribusi pembagian hasil.[18] Masing-masing pihak yang melakukan kerjasama dalam sistem bagi hasil akan berpartisipasi dalam kerugian dan keuntungan. Hal yang demikian ini menunjukkan keadilan dalam distribusi pendapatan.[19]

Masyarakat pada umumnya masih banyak yang belum memahami perbedaan antara bunga dan bagi hasil, berikut adalah perbedaan antara bunga dan bagi hasil:[20]

No	BUNGA	BAGI HASIL
1	Penentuan bunga dibuat pada saat permulaan akad dengan asumsi selalu mendapatkan keuntungan	Penentuan besarnya rasio atau nisbah bagi hasil pada saat akad dengan memperhatikan kemungkinan terjadinya untung rugi.

[16] Muhamad, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah,* (Yogyakarta: UII Press, 2004), h. 18.
[17] Anita Rahmawaty, *Pengaruh Persepsi*., h. 14.
[18] Muhamad, *Teknik Perhitungan.*, h. 86.
[19] *Ibid.*, h. 25-26.
[20] Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah* ., h. 37.

2	Besarnya persentase (%) keuntungan ditentukan sepihak berdasrkan pada jumlah uang (modal) yang dipinjamkan dikali dengan tingkat suku bunga yang berlaku.	Besarnya nisbah bagi hasil ditentukan berdasarkan pada jumlah keuntungan atau hasil usaha yang diperoleh sesuai dengan kesepakatan.
3	Penarikan bunga dilakukan tanpa memperhatikan apakah usaha yang dijalankan oleh pihak nasabah untung dan rugi.	Pembagian hasil dilakukan berdasarkan keuntungan dari usaha yang dijalankan. Namun bila terjadi kerugian akan ditanggung bersama oleh kedua belah pihak.
4	Pemberian bunga kepada nasabah bersifat tetap meskipun tingkat keuntungan bank mengalami peningkatan.	Bagi hasil dengan nasabah meningkat sesuai dengan peningkatan jumlah keuntungan yang diperoleh pihak bank.
5	Bunga (riba) bertentangan dengan prinsip syariah.	Bagi hasil sesuai dengan prinsip syariah.

Berdasarkan tabel di atas dapat dipahami bahwa terdapat beberapa perbedaan yang harus kita ketahui antara bunga dan bagi hasil, yaitu dari awal penentuan nominal persentase bunga yang berbeda dengan penentuan nisbah bagi hasil. Penerapan sistem bunga yang tidak memperdulikan nasabah apakah mereka sedang untung atau rugi berbeda dengan sistem bagi hasil yang lebih fleksibel yaitu memperhatikan nasabah dan usahanya apakah untung atau merugi, sehingga nominal bagi hasil yang diberikanpun akan disesuaikan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah *field research*, atau penelitian lapangan. Penelitian lapangan adalah suatu pemeriksaan atau pengujian yang teliti dan kritis dalam mencari fakta, atau prinsip-prinsip penyelidikan yang tekun guna memastikan suatu hal.[1]

Dengan demikian penelitian lapangan ini bertujuan menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala suatu kelompok tertentu atau untuk mengetahui frekuensi penyebaran suatu gejala-gelaja lain dalam masyarakat. Adapun sasaran dan lokasi yang akan dijadikan sebagai tempat penelitian adalah masyarakat Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Lampung Timur.

2. Sifat Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gelaja, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang. Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Melalui penelitian deskriptif peneliti berusaha mendeskripsikan peristiwa dan kejadian yang menjadi pusat perhatian tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap peristiwa tersebut.[2]

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat atau memiliki karakterisrik bahwa datanya dalam keadaan kewajaran atau

---

[1] Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis,* (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), h. 3.

[2] Juliansyah Noor, *Metodologi Peneitian Skripsi, Tesis, dan Karya Ilmiah,* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), h. 34.

sebagaimana adanya (*natural setting*) dengan tidak dirubah dalam bentuk simbol atau bilangan, sedangkan perkataan penelitian pada dasarnya berarti rangkaian kegiatan atau proses pengungkapan rahasia sesuatu yang belum diketahui dengan mempergunakan cara bekerja atau metode yang sistematik, terarah dan dapat dipertanggung jawabkan.[3]

Berdasarkan penjelasan diatas, maka sifat penelitian dalam penulisan skripsi ini adalah deskriptif kualitatif yaitu mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis fakta dan fenomena mengenai pengaruh persepsi masyarakat tentang bunga dan bagi hasil terhadap keputusan untuk menggunakan produk dan jasa perbankan syariah di Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Lampung Timur.

B. Sumber Data

Sumber data adalah subjek darimana suatu data dapat diperoleh.[4] Sedangkan data diartikan sebagai hasil pencatatan peneliti, baikitu berupa fakta maupun angka,[5] jadi, dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data primer dan sekunder. Hal ini dilakukan untuk memperoleh sebuah data yang dapat mendukung penelitian.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.[6] Jadi, untuk memperoleh data primer peneliti melakukan wawancara kepada para informan guna memperoleh informasi terkait dengan penelitian. Karena penelitian ini

---

[3] Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif-kuantitatif,* (Malang: UIN Maliki Press, 2010), h. 176.

[4] Suharsimi Arikunto, *Prosedur, Penelitian suatu Pendekatan Praktik,* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), h. 118.

[5] *Ibid*

[6] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D,* (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 39.

dilakukan di sebuah desa yang memiliki jumlah penduduk yang cukup padat penduduknya, peneliti menggunakan teknik *snowball sampling*. Yaitu memilih sumber informasi mulai dari sedikit kemudian makin lama makin besar jumlah sumber informasinya, sampai pada akhirnya benar-benar dapat diketahui sesuatu yang ingin diketahui.[7] Penggunaan teknik *snowball sampling* ini karena sumber data primer penelitian ini adalah masyarakat di Desa Margamulya, melihat banyaknya jumlah masyarakat muslim di Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Lampung Timur mencapai 2559 Orang, apabila dilakukan wawancara secara keseluruhan masyarakat tentunya akan menghabiskan banyak waktu, tentunya dengan menggunakan teknik *snowball sampling*, selain akan menghemat waktu juga mempermudah peneliti dalam menggali informasi.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder, yaitu sumber data yang diteliti untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Data sekunder diperoleh atau berasal dari bahan kepustakaan.[8] Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu berupa buku-buku tentang perilaku konsumen yang terdiri dari, Bimo Walgito, *Pengantar Psikolog Umum*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1990), Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Galia Ind, 2014).

---

[77] A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2017), h. 369.

[8] Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h. 88.

Karena dalam buku-buku tersebut menjelaskan bagaimana persepsi seorang konsumen dan bagaimana cara konsumen menentukan suatu keputusan. Teori tentang persepsi dan keputusan konsumen ini dibutuhkan dalam menyelesaikan penelitian yang hendak di teliti yakni pengaruh persepsi masyarakat di Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Lampung Timur tentang bunga dan bagi hasil terhadap keputusan untuk menggunakan produk dan jasa perbankan syariah.

C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian lapangan ini peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, antara lain:

1. Wawancara (*interview)*

Wawancara (*interview)* adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai.[9]

Bentuk wawancara yang akan peneliti gunakan yaitu wawancara semiterstruktur. Pelaksanaan wawancara ini lebih bebas jika dibandingkan dengan wawancara tersetruktur. Tujuan wawancara jenis ini adalah untuk menetukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diwawancarai diminta pendapat dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara ini pendengar secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh narasumber.[10]

---

[9] *Ibid.,* h. 133.
[10] Sugiyono, *Metode Penelitian.,* h. 317.

2. Dokumentasi

Merupakan cara yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variable yang berupa catatan, transkip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya.[11]

Dalam penelitian ini data yang dicari berbentuk dokumentasi dari Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Lampung Timur, hasil wawancara dengan masyarakat desa setempat guna memperoleh data mengenai persepsi masyarakat tentang bunga dan bagi hasil dan pengaruhnya terhadap keputusan untuk menggunakan produk dan jasa perbankan syariah.

Berdasarkan teknik pengumpulan di atas, dengan demikian peneliti akan menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi sebagai alat untuk mengumpulkan data-data dalam penelitian mengenai persepsi masyarakat di Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Lampung Timur Tentang bunga dan bagi hasil.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, menemukan pola, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain.[12] Data yang diperoleh dari wawancara dan dokumentasi dari Masyarakat Desa Margamulya akan diolah dengan mengadakan teori yang ada dengan kenyataan yang terjadi

---

[11] Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian.*, h. 274.

[12] Lexy J Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009), h. 248.

dilapangan guna mengambil sesuatu kesimpulan dari penelitian ini terhadap pelaksanaan teori dan praktik dilapangan.

Metode berfikir yang penulis gunakan dalam merumuskan kesimpulan akhir adalah cara berfikir induktif yaitu pengambilan kesimpulan dimulai dari pernyataan atau fakta-fakta khusus, menuju kesimpulan yang bersifat umum, tetapi dari data atau fakta khusus didasarkan pengamatan dilapangan atau pengalaman empiris disusun, diolah, dan dikaji, kemudian untuk ditarik maknanya dalam bentuk pernyataan atau kesimpulan yang bersifat umum. [13]

[13] Nana Sudjana, *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*, (Bandung: Sinar Baru, 2011), h. 7.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Timur

1. Sejarah Berdirinya Desa Margamulya

Pada zaman dahulu Desa Margamulya adalah pemekaran wilayah menurut cerita penduduk desa, yaitu sebelum berdirinya desa difinitif, Desa Margamulya terdiri dari 3 dusun antara lain:

a. Dusun I tergabung dengan Desa Sukacari Kecamatan Sukadana
b. Dusun II tergabung dengan Desa Gunung Tiga Kecamatan Sukadana
c. Dusun III tergabung dengan Desa Negara Nabung Kecamatan Sukadana.

Dengan hasil usaha bersama dari para tokoh masyarakat yang terdiri dari 3 dusun mengajukan untuk berdirinya desa sendiri di Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Tengah.

Bertepatan dengan 18 Agustus 1983 dari tiga dusun tergabung menjadi satu desa, yang disyahkan oleh Bapak Camat Sukadana, yaitu Bapak Agus Alfian Saleh menjadi desa definitif dan diberi nama Desa Margamulya Kecamatan Sukadana Lampung Tengah.[1]

[1] Dokumentasi Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Timur Tahun 2017, dicatat tanggal 3 Juni 2018

Dengan berdirinya Desa Margamulya Kecamatan Sukadana Kabupaten Lampung Tengah, untuk jabatan kepala Desa Margamulya dijabat oleh Bapak Supani (Purnawirawan TNI AD) sampai Tahun 1992.

Kurun waktu masa jabatan Kepala Desa Bapak Supani sampai dengan Tahun 1992. Pada tahun 1993 dilaksanakan pemilihan kepala desa yang terpilih adalah Bapak Saeroji, masa jabatan beliau sampai tahun 2001, pada saat kepala Desa dijabat oleh Bapak Saeroji Desa Margamulya tergabung dengan Kecamatan Batanghari Nuban.

Pada tahun 2001 terjadi peralihan, yakni Desa Margamulya menginduk ke Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Timur. Pada tahun 2001 untuk jabatan Kepala Desa Bapak Saeroji berakhir.

Pada tahun 2002 dilaksanakan pemilihan Kepala Desa dan yang terpilih adalah Bapak Kemari sampai tahun 2007. Pada tahun 2007 dilaksanakan pemilihan Kepala Desa dan yang terpilih adalah Bapak Kemari sampai akhir jabatan tahun 2012

Pada tahun 2013 dilaksanakan pemilihan Kepala Desa dan yang terpilih adalah bapak Tulistiono sampai Tahun 2014. Pada tahun 2014 kepala desa di jabat oleh Bapak Hartoyo (PLH) sampai tahun 2017. Pada juli 2017 sampai Desember 2017 Kepala Desa dijabat Bapak Paisal AS'ari. S.H (PJS). Pada Tahun 2017 dilaksanakan pemilihan Kepala Desa PAW dan yang terpilih adalah Bapak Kemari sampai sekarang.[2]

---

[2] *Ibid.,*

2. Luas dan Batas Wilayah

Desa Margamulya memiliki luas 973 hektar. Sebelah utara Desa Margamulya berbatasan dengan Desa Sukacari, sebelah selatan Desa Margamulya berbatasan dengan Desa Mataram Marga. Sebelah timur Desa Margamulya berbatasan dengan Desa Gunung Tiga, dan sebelah Barat Desa Margamulya berbatasan dengan Desa Sribasuki. Kondisi geografis Desa Margamulya yaitu berada pada ketinggian tanah dari permukaan laut sekitar kurang lebih 30 m, dan termasuk daerah dataran tinggi dengan suhu rata-rata 27° C.

Jarak Desa Margamulya dari pemerintahan Kecamatan adalah ±10 km, jarak Desa Margamulyadari pemerintahan Kabupaten adalah ±18 km, jarak Desa Margamulya dari Pemerintahan Propinsi adalah ±66 km, dan jarak Desa Margamulya dari Ibukota Negara adalah 285 km.[3]

3. Data Kependudukan

Tabel 4.1
Jumlah Penduduk Desa Margamulya Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2016 dan 2017[4]

No.	Jenis Kelamin	Tahun 2016	Tahun 2017
1	Laki-laki	1126 Orang	1263 Orang
2	Perempuan	1284 Orang	1296 Orang
	Jumlah	2410 Orang	2559 Orang

Sumber: Dokumentasi Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Tahun 2017 disalin tanggal 3 Juni 2018

[3] *Ibid.,*
[4] *Ibid.,*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah penduduk Desa Margamulya setiap tahunnya mengalami peningkatan, dan jumlah penduduk berdasarkan data kependudukan Desa Margamulya tahun 2017 adalah 2559 Orang.

4. Jumlah Perangkat Desa/Kelurahan

Perangkat desa yang bertugas di Desa Margamulya pada tahun 2017 adalah sebagai berikut:

a. Kepala Urusan : 3 Orang
b. Kasi : 3 Orang
c. Kepala Dusun/Lingkungan : 4 Orang
d. Staf : 0 Orang

Sedangkan pada pembinaan RT/RW melibatkan perangkat Desa sebagai berikut:

a. Jumlah RT : 13 Orang
b. Jumlah RW : 5 Orang

B. Keadaan Masyarakat Muslim Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Timur

Masyarakat Desa Margamulya adalah yang terdiri dari beberapa suku yang berbeda-beda, ada yang berasal dari suku Jawa, Batak, Lampung, Banten, Sunda, tetapi mayoritas masyarakat di Desa Margamulya adalah bersuku Jawa.

Walaupun berasal dari suku yang berbeda-beda namun masyarakat Desa Margamulya menganut agama yang sama yaitu Agama Islam. oleh karena itu di Desa Margamulya banyak didirikan tempat peribadatan yaitu 4 buah masjid dan 8 mushola yang tersebar di beberapa titik, sehingga

masyarakat tidak kesulitan untuk menjangkau tempat peribadatan tersebut guna menunaikan ibadah kepada Allah SWT ataupun urusan lainnya yang berhubungan dengan bidang keagamaan.

C. Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Bunga dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Jasa Lembaga Keuangan Syariah di Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Timur

Persepsi konsumen adalah proses seorang konsumen untuk mengorganisasikan dan mengartikan kesan dari pancaindra dalam tujuan untuk memberi arti dalam lingkungan mereka. Persepsi konsumen penting dipelajari karena perilaku konsumen didasarkan oleh persepsinya tentang kenyataan dan bukan kenyataan.[5]

Oleh karena hal tersebut maka suatu persepsi seseorang tentang sesuatu dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam memilih dan melakukan sesuatu.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi persepsi seseorang yaitu sikap, motivasi, minat, pengalaman masa lalu, harapan, sasaran, situasi atau keadaan sekitar. Selain hal tersebut ada faktor internal dan eksternal juga yang mampu mempengaruhi persepsi seseorang.

Untuk mengetahui apakah persepsi masyarakat Desa Margamulya tentang bunga dan bagi hasil dapat mempengaruhi keputusan menggunakan produk jasa Lembaga Keuangan Syariah, dapat peneliti sampaikan sebagai berikut:

---

[5] Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h. 111.

Ibu Dera Rahmawati adalah anggota di Lembaga Keuangan Syariah BMT An-naafi' Berkah Mandiri, beliau sudah menjadi anggota di BMT tersebut selama kurang lebih 3 tahun. Beliau paham bahwa bunga bank itu adalah riba, namun menurut beliau sistem bagi hasil yang ada di LKS tidak jauh berbeda dengan bunga bank, bedanya adalah pada penentuan nisbahnya bisa di lakukan negosiasi. Walaupun beliau memiliki pendapat tentang bunga bank dan bagi hasil adalah sesuatu yang tidak jauh berbeda, namun beliau tetap memilih BMT tersebut karena sistem jemput bola yang dirasa mempermudah anggotanya untuk menabung dan pengambilan simpanan. Selain itu beliau merasakan kemudahan pada saat melakukan pinjaman pembiayaan dengan jumlah nominal dibawah 2 juta rupiah, karena pinjaman dengan jumlah nominal dibawah 2 juta hanya memerlukan agunan KTP dan kartu identitas peminjam tersebut.[6]

Ibu Hariyati adalah anggota di Lembaga Keuangan Syariah BMT An-naafi' Berkah Mandiri. Beliau telah menjadi anggota di LKS tersebut selama kurang lebih 2 tahun, alasannya karena beliau ingin menabung guna memenuhi kebutuhan dimasa yang akan datang dan LKS tersebut mempermudah proses beliau untuk menabung setiap minggunya karena sistem jemput bola yang dilakukan oleh bagian marketing di LKS tersebut. Ibu Hariyanti mengatakan bahwa ia mengetahui tentang bunga bank yang termasuk dalam kategori riba yang dilarang oleh agama Islam. Namun beliau menyatakan bahwa belum mengetahui sistem bagi hasil yang diterapkan pada

[6] Wawancara dengan Ibu Dera Rahmawati, selaku Anggota di LKS BMT An-naafi' Berkah Mandiri, pada Tanggal 12 Juni 2018.

LKS tersebut. Adapun beliau persepsi tentang bunga dan bagi hasil tidak mempengaruhi keputusan beliau untuk memilih menggunakan produk jasa di LKS tersebut, karena memang tujuan utama beliau adalah menabung untuk kebutuhan dimasa yang akan datang dan BMT An-naafi' Berkah Mandiri menawarkan solusi untuk kebutuhannya tersebut.[7]

Ibu Sutami adalah anggota di Lembaga Keuangan Syariah BMT An-naafi' Berkah Mandiri. beliau sudah menjadi nasabah di BMT tersebut selama kurang lebih 3 Tahun. Alasan beliau memilih LKS tersebut adalah karena beliau ingin menghindari riba, persepsi beliau tentang bunga bank adalah sama dengan riba dan memberatkan salah satu pihak yaitu nasabah yang melakukan peminjaman. Beliau mengatakan bahwa sistem bagi hasil yang ditawarkan lembaga keuangan syariah memberikan kemudahan untuk setiap anggotanya, yaitu menggunakan pertimbangan besarnya keuntungan usaha yang dijalankan, apabila usaha yang dilakukan memperoleh keuntungan yang kecil maka bagi hasil yang diberikan kepada pihak bank juga kecil, dan semakin besar keuntungan hasil usaha maka semakin besar bagi. Adapun persepsi tentang bunga bank dan bagi hasil mempengaruhi keputusan beliau untuk menggunakan produk jasa lembaga keuangan syariah karena alasan beliau memilih Lembaga Keuangan Syariah adalah untuk menghindari riba.[8]

---

[7] Wawancara dengan Ibu Hariyati, selaku Anggota di LKS BMT An-naafi' Berkah Mandiri, pada Tanggal 12 Juni 2018

[8] Wawancara dengan Ibu Sutami, selaku Anggota di LKS BMT An-naafi' Berkah Mandiri, pada Tanggal 12 Juni 2018

Ibu Komariah adalah anggota di Lembaga Keuangan Syariah BMT An-naafi' Berkah Mandiri. Beliau telah menjadi anggota di BMT An-naafi' Berkah Mandiri selama kurang lebih 3 tahun, alasan beliau memilih LKS tersebut dikarenakan lokasi yang cukup dekat dan sistem jemput bola yang memudahkan beliau untuk menabung setiap minggu. Beliau mengaku mengetahui tentang bunga bank yang terdapat pada bank konvensional, persepsi beliau tentang bunga bank adalah sesuatu yang pada awalnya memang membantu nasabahnya, namun ketika dirasakan ternyata sedikit menyusahkan. Persepsi beliau tentang sistem bagi hasil yang diterapkan pada Lembaga Keuangan Syariah adalah hampir sama dengan bunga bank, tetapi lebih ringan atau tidak terlalu memberatkan anggotanya. Menurut beliau persepsi tentang bunga bank dan bagi hasil tidak terlalu mempengaruhi keputusan untuk menggunakan produk jasa lembaga keuangan syariah.[9]

Ibu Sri Wahyuni adalah anggota di Lembaga Keuangan Syariah BMT An-naafi' Berkah Mandiri, beliau telah menjadi anggota di BMT tersebut selama kurang lebih 4 tahun, alasan beliau memilih BMT tersebut karena para pegawai yang ramah dan selalu memberikan pelayanan yang baik kepada beliau setiap melakukan transaksi di BMT tersebut. Beliau mengatakan bahwa baliau mengetahui tentang bunga bank dan sistem bagi hasil. Persepsi beliau tentang bunga bank adalah riba yang dilarang Allah SWT dan hanya memberikan keputusan sepihak saja, sedangkan persepsi beliau tentang bagi hasil adalah suatu yang berbeda dengan bunga karena dalam sistem bagi hasil keputusan diperoleh berdasarkan keputusan bersama

[9] Wawancara dengan Ibu Komariahi, selaku Anggota di LKS BMT An-naafi' Berkah Mandiri, pada Tanggal 12 Juni 2018

antara kedua belah pihak. Menurut beliau persepsi tentang bunga bank dan sistem bagi hasil tidak terlalu mempengaruhi keputusan beliau untuk menggunakan produk jasa Lembaga Keuangan Syariah. [10]

Ibu Risnawati adalah anggota di Lembaga Keuangan Syariah BMT An-naafi' Berkah Mandiri. Beliau telah menjadi anggota di BMT tersebut selama kurang lebih 2 tahun. Alasan beliau memilih LKS tersebut adalah karena sistem jemput bola yang memudahkan proses menabung setiap minggunya. Beliau mengatakan bahwa sudah mengetahui tentang bunga bank dan sistem bagi hasil. Persepsi beliau tentang bunga bank adalah sesuatu yang hanya menguntungkan salah satu pihak dan bunga bank termasuk dalam riba. Sedangkan sistem bagi hasil adalah suatu yang tidak hanya menguntungkan pihak LKS saja namun juga memberikan solusi yang mudah bagi para anggotanya. Menurut beliau persepsi tentang bunga bank dan bagi hasil tidak mempengaruhi keputusan beliau untuk memilih menggunakan produk jasa Lembaga Keuangan Syariah. [11]

Ibu Sulistiani adalah anggota di Lembaga Keuangan Syariah BMT An-naafi' Berkah Mandiri. Beliau telah menjadi anggota di BMT tersebut selama kurang lebih 4 tahun. Alasan beliau memilih LKS tersebut adalah sistem jemput bola yang diterapkan oleh BMT tersebut. Beliau mengatakan bahwa telah mengetahui tentang bunga bank dan bagi hasil. Persepsi beliau tentang bunga bank adalah memberatkan nasabah dengan bunga yang besar,

---

[10] Wawancara dengan Ibu Sri Wahyuni, selaku Anggota di LKS BMT An-naafi' Berkah Mandiri, pada Tanggal 12 Juni 2018

[11] Wawancara dengan Ibu Risnawati, selaku Anggota di LKS BMT An-naafi' Berkah Mandiri, pada Tanggal 12 Juni 2018

sedangkan bagi hasil adalah tidak jauh berbeda dengan bunga bank, hanya berbeda namanya saja namun dalam penerapannya tidak jauh berbeda dengan bunga bank. Adapun persepsi tentang bunga bank dan bagi hasil tidak mempengaruhi keputusan beliau untuk menggunakan produk jasa Lembaga Keuangan Syariah.[12]

Ibu Mujiah adalah anggota di Lembaga Keuangan Syariah BMT An-naafi' Berkah Mandiri. Beliau telah menjadi anggota di BMT tersebut selama kurang lebih 3 Tahun. Alasan beliau memilih LKS tersebut karena lokasi BMT tersebut adalah lokasi yang paling dekat dari tempat tinggal beliau saat ini, sehingga beliau mudah untuk melakukan transaksi di BMT tersebut. Beliau mengaku mengetahui tentang bunga bank dan sistem bagi hasil. Persepsi beliau tentang bunga bank adalah suatu yang menguntungkan salah satu pihak. Persepsi beliau tentang sistem bagi hasil adalah berbeda dengan bunga bank, bagi hasil adalah pembagian hasil dari usaha yang dijalankan, nominalnya sesuai dengan hasil atau keuntungan yang diperoleh dari usaha yang dibiayai tersebut, sedangkan bunga bank, walaupun usahanya untung atau rugi maka angsuran pokok hutang dan bunganya tetap diberikan kepada bank sesuai dengan nilai suku bunga yang berlaku. Menurut beliau persepsi tentang bunga bank dan bagi hasil tidak terlalu mempengaruhi keputusan menggunakan produk jasa Lembaga Keuangan Syariah.[13]

---

[12] Wawancara dengan Ibu Sulistiani, selaku Anggota di LKS BMT An-naafi' Berkah Mandiri, pada Tanggal 12 Juni 2018

[13] Wawancara dengan Ibu Mujiah, selaku Anggota di LKS BMT An-naafi' Berkah Mandiri, pada Tanggal 12 Juni 2018

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa dari 8 (Delapan) anggota BMT yang peneliti wawancarai memiliki persepsi yang berbeda-beda tentang bunga dan bagi hasil, dan tidak semuanya mengetahui atau paham tentang bunga bank dan bagi hasil, ada beberapa anggota yang belum paham tentang bunga bank dan bagi hasil sehingga mempersepsikan kedua hal tersebut adalah suatu hal yang sama atau tidak jauh berbeda. Selain itu dapat kita ketahui pula bahwa setiap anggota memiliki alasan yang berbeda-beda tentang mengapa mereka memilih LKS tersebut.

Untuk menganalisa pengaruh persepsi masyarakat tentang bunga dan bagi hasil terhadap keputusan menggunakan produk jasa Lembaga Keuangan Syariah di Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Timur, maka peneliti telah mengadakan wawancara dengan masyarakat Desa Margamulya yang menjadi anggota di BMT An-naafi' Berkah Mandiri sebanyak 8 anggota. Berikut adalah analisis dari hasil wawancara diatas.

Teori tentang persepsi adalah proses seorang konsumen dalam memahami dan mengartikan sesuatu. Dalam proses memahami dan mengartikan sesuatu tersebut persepsi seorang konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah faktor internal dan eksternal.

Faktor internal yang dapat mempengaruhi persepsi adalah:

1. Kebutuhan psikologis.

   Kebutuhan psikologis seseorang mempengaruhi persepsinya. Kadang-kadang ada hal yang "kelihatan" (yang sebenarnya tidak ada) karena kebutuhan psikologis jadi tidak kelihatan.

2. Latar belakang

   Latar belakang yang mempengaruhi hal hal yang dipilih dalam persepsi. Contoh orang yang pendidikannya lebih tinggi yang memmilki cara tertentu untuk menyelesaikan sebuah informasi.

3. Pengalaman

   Hal yang sama dengan latar belakang ialah faktor pengalaman, pengalaman mempersiapkan seseorang untuk mencari orang-orang, hal-hal, dan gelaja-gelaja yang mungkin serupa dengan pengalaman pribadinya.

4. Kepribadian

   Seseorang yang tertutup mungkin akan tertarik pada orang-orang yang serupa. Berbagai faktor dalam kepribadian mempengarhui seleksi dalam persepsi.

5. Nilai dan kepercayaan umum

   Orang-orang yang memiliki sikap tertentu terhadap karyawan wanita data karyawan yang termasuk kelompok bahasa tertentu besar kemungkinan akan melihat kecil yang tidak diperlihatkan orang lain.

6. Penerimaan diri

   Penerimaan diri Merupakan sifat penting yang mempengaruhi persepsi.

Sedangkan faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi adalah adalah:

1. Intensitas

   Umumnya, rangsangan yang lebih intensif, mendapatkan lebih banyak tangggapan dari pada rangsangan yang kurang intens. Ini yang

dimanfaatkan oleh marketer dengan memasang iklan yang menarik dan diberi kepercayaan yang penuh sehingga orang akan intensif melihatnya.

2. Ukuran

   Benda-benda yang lebih besar umumnya lebih menarik perhatian. Dengan membuat iklan yang besar akan menarik perhatian seseorang.

3. Gerakan

   Benda yang bergerak lebih menarik perhatian daripada yang diam. Kebanyakan iklan yang ditampilkan di televise menggunakan prinsip ini dengan menciptakan ilusi gerak melalui berbagai pengaturan.

4. Keakraban

   Suatu yang akrab atau dikenal lebih menarik perhatian. Ini bagian dari tabiat manusia, dia lebih mudah memahami dan memilih yang sudah akrab dengannya.

Banyak alasan yang mendasari anggota BMT An-naafi' Berkah Mandiri memilih LKS tersebut, diantaranya yaitu karena sistem jemput bola, kemudahan pembiayaan, kebutuhan menabung, ingin menghindari riba, jarak lokasi yang cukup dekat, dan pegawai yang ramah serta pelayanan yang baik yang di berikan LKS tersebut.

Alasan-alasan tersebut dapat dikelompokan dalam faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi, yaitu faktor internal dan eksternal diatas, penggolongan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan menabung

Kebutuhan menabung termasuk kedalam faktor internal yaitu kebutuhan psikologis, dalam teori di jelaskan bahwa kebutuhan psikologis mempengaruhi persepsinya, terkadang ada hal yang “kelihatan” karena kebutuhan psikologis jadi tidak kelihatan. Hal tersebut dirasakan oleh Ibu Haryanti yang memilih LKS tersebut karena faktor kebutuhan menabung.

2. Ingin menghindari riba

Ingin menghindari riba termasuk dalam faktor internal yaitu faktor kepribadian. Dalam teori faktor kepribadian dijelaskan bahwa seseorang yang tertutup mungkin akan tertarik pada orang-orang yang serupa. Karena ia ingin menghindari riba oleh sebab itu ia tertarik pada LKS yang ia anggap bebas dari riba. Hal tersebut yang dirasakan oleh Ibu Sutami sehingga memilih BMT tersebut karena menurut beliau bmt tersebut bebas dari riba.

Yang termasuk dalam faktor eksternal yang dapat mempengaruhi persepsi adalah sebagai berikut:

1. Kemudahan Pembiayaan

Kemudahan pembiayaan termasuk dalam faktor eksternal yaitu faktor intensitas, umumnya rangsangan yang lebih intensif, mendapatkan lebih banyak tanggapan dari pada rangsangan yang kurang intens. Pelaksanaan pembiayaan yang dirasakan memudahkan anggotanya menjadi alasan mengapa anggota tersebut memilih BMT tersebut, seperti halnya Ibu Dera Rahmawati yang memilih BMT tersebut karna Kemudahan pembiayaan.

2. Jarak lokasi yang dekat

Jarak lokasi dapat digolongkan kedalam faktor ekternal yaitu faktor Ukuran, dalam teori faktor ukuran yang dapat mempengaruhi persepsi yaitu benda-benda yang lebih besar umumnya lebih menarik perhatian. Sehingga dapat dipersamakan bahwa ukuran sesuatu seperti jarak lokasi yang dekat juga dapat menarik perhatian anggota untuk memilih BMT tersebut, hal tersebut dirasakan oleh Ibu Komsiani dan Ibu Mujiati yang memilih BMT tersebut karena alasan lokasi yang dekat dengan tempat tinggal.

3. Sistem jemput bola

Sistem jemput bola dapat di golongkan kedalam faktor eksternal yaitu faktor Gerakan, benda yang bergerak lebih menarik perhatian daripada yang diam. Sistem jemput bola yang diterapkan di BMT tersebut sangat menarik perhatian masyarakat sehingga banyak yang memilih menjadi anggota di BMT tersebut karena sistem jemput bola yang dirasakan memudahkan anggotanya untuk menabung atau pengambilan simpanan. Hal tersebut dirasakan oleh Ibu Derawati, Ibu Hariyanti, Ibu Komsiani, Ibu Risna Wati, dan Ibu Sulisdiana yang memilih BMT tersebut karena sistem jemput Bola yang memudahkan beliau untuk menabung setiap minggunya tanpa harus datang langsung ke kantor BMT tersebut.

4. Pegawai yang ramah dan pelayanan yang baik

Pegawai yang ramah dan pelayanan yang baik juga termasuk kedalam faktor eksternal yaitu faktor Keakraban, suatu yang akrab atau dikenal lebih menarik perhatian. Teori tersebut sesuai dengan pelayanan yang diterapkan di BMT tersebut, karena dengan adanya pelayanan yang baik serta pegawai yang ramah, maka anggota BMT tersebut akan merasakan kenyamanan dan secara otomatis akan terjalin hubungan keakraban diantara kedua pihak tersebut. Hal tersebut dirasakan oleh Ibu Sri Wahyuni yang memilih BMT tersebut karena faktor keakraban.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat dipahami bahwa banyak faktor yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat Desa Margamulya untuk menggunakan produk jasa lembaga keuangan syariah, faktor yang lebih banyak mempengaruhi masyarakat adalah faktor eksternal yaitu sistem jemput bola yang temasuk kedalam faktor Gerakan, karena sistem jemput bola sangat memudahkan anggotanya dalam transaksi menabung atau pengambilan simpanan.

Berdasarkan hal tersebut dapat dikaitkan dengan teori pengambilan keputusan konsumen dimana persepsi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen. Persepsi termasuk kedalam faktor psikologis yang dapat mempengaruhi seseorang dalam bertindak terhadap situasi tertentu. Persepsi masyarakat Desa Margamulya tentang bunga dan bagi hasil dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan ekternal, yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan masyarakat Desa Margamulya sebagai konsumen.

Delapan anggota yang telah peneliti wawancarai , tujuh diantaranya menyatakan bahwa persepsi tentang bunga dan bagi hasil tidak mempengaruhi keputusan mereka untuk memilih BMT tersebut karena banyak faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi persepsi mereka, sehingga walaupun mereka ada yang belum paham tentang sistem bagi hasil, ataupun ada yang mempersamakan antara bunga dan bagi hasil, mereka tetap memilih BMT tersebut karena persepsi mereka dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa analisis pengaruh persepsi masyarakat tentang bunga dan bagi hasil terhadap keputusan menggunakan produk jasa Lembaga Keuangan Syariah di Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Timur adalah bahwa ada faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat, yaitu terdiri dari faktor-faktor internal dan eksternal.

Faktor internal adalah yang berasal dari diri masyarakat itu sendiri. Faktor internal yang mempengaruhi persepsi masyarakat adalah adanya kebutuhan untuk menabung dan keinginan untuk menghindari riba.

Faktor eksternal adalah yang berasal dari objek atau dari BMT An-naafi' Berkah Mandiri. Faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi masyarakat adalah adanya kemudahan pembiayaan yang diberikan oleh BMT, lokasi BMT An-naafi' Berkah Mandiri yang dekat dengan tempat tinggal masyarakat Desa Margamulya yang menjadi anggota, sistem jemput bola yang diterapkan dalam BMT tersebut, dan pegawai yang ramah serta pelayanan yang baikoleh BMT tersebut kepada setiap anggotanya. Hal-hal tersebut yang mempengaruhi persepsi masyarakat yang menjadi anggota di BMT An-naafi' Berkah Mandiri untuk memilih menggunakan produk jasa di LKS tersebut.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka peneliti akan menyampaikan saran-saran agar lebih baik kedepannya:

1. Masyarakat Desa Margamulya Kecamatan Bumi Agung Kabupaten Lampung Timur sebaiknya mulai beralih dari Lembaga Keuangan konvensional ke Lembaga Keuangan Syariah guna menghindari riba dan mendapatkan keuntungan yang halal.
2. Lembaga Keuangan Syariah yang berada dekat dengan Desa Margamulya yaitu BMT An-naafi' Berkah Mandiri, sebaiknya melakukan sosialisasi tentang sistem bagi hasil yang diterapkan oleh BMT tersebut agar masyarakat yang awam pun dapat mengetahui apa itu sistem bagi hasil dan apa perbedaannya dengan bunga bank, serta meningkatkan pelayanan yang prima danprofesional.

Akhirnya, semoga Skripsi ini dapat menambah pengetahuan bagi peneliti khususnya dan bagi masyarakat umumnya. Semoga Allah SWT. melimpahkan rahmat dan selalu memberikan petunjuk bagi umat-Nya menuju jalan yang lurus dan diridhoi. Peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana, 2017.

Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Surabaya:Pustaka Agung Harapan, 2006.

Ibnu Katsiir. *Tafsir Ibnu Katsir*. diterjemahkan oleh M. Abdul Ghoffar E.M, dari judul asli *Lubaabut Tafsir Min Ibni Katsiir*. Bogor:Pustaka Imam Asy-syafi'I, 2003. jilid 2.

Husein Umar. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers, 2009.

Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2011.

Juliansyah Noor. *Metodologi Peneitian Skripsi, Tesis, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.

Lexy J Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2009.

Moh. Kasiram. *Metodologi Penelitian Kualitatif-kuantitatif*. Malang: UIN Maliki Press, 2010.

Muhamad. *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah*. Yogyakarta: UII Press, 2004.

Mulyadi Nitisusastro. *Perilaku Konsumen (Dalam Perspektif Kewirausahaan)*. Bandung: Alfabeta, 2013.

Nana Sudjana, *Tuntunan Penyusunan Karya Ilmiah*. Bandung: Sinar Baru, 2011

Ristiayanti Prasetijo dan John JOI Ihalauw. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi, 2005.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.

Suharsimi Arikunto. *Prosedur, Penelitian suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.

Sumar'in. *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*. Yogyakarta:Graha Ilmu, 2012

Udai Pareek. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Pustaka Binaan Pressindo

Ujang Sumarwan. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Galia Ind, 2014.

Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin. *Islamic Banking*. Jakarta: Bumi Aksara, 2010.

Vinna Sri Yuniarti. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.

Aditya Huriartanto dan Djamhur Hamid. " Pengaruh Motivasi dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat" dalm *Jurnal Administrasi Bisnis*. Malang: Universitas Brawijaya. Vol 28 No. 1/ November 2015.

Anita Rahmawaty. " Pengaruh Persepsi Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk di BNI Syariah Semarang" dalam Jurnal *ADDIN*. Jawa Tengah: STAIN Kudus. Vol 8, No 1/ Februari 2014.

Diah Tri Kumalasari. *Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Santri Tentang Perbankan Syariah terhadap Niat Menggunakan Produk Bank Syariah di Yogyakarta.* Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016.

Imran dan Bambang Hendrawan. "Pengaruh Persepsi Masyarakat Batam Tentang Bank Syariah terhadap Minat Menggunakan Produk Bank Syariah" dalam *journal of Business.* Batam: Politeknik Negeri Batam. Vol 1, No 2/ September 2017.

Istiqomah Nurul Saputri dan Ayu Noviani Hanum. "Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Terhadap Simpanan Mudharabah: tingkat Religiusitas Sebagai Faktor Moderating (Studi Kasus di BPRS Binama Semarang)" dalam *Jurnal Maksimum.* Semarang: Universitas Muhammadiyah Semarang., Vol 4, No 1/September 2013-Februari 2014.

Umi Wahyu Annisa. *Analisis Pengaruh Persepsi, Preferensi dan Sikap Masyarakat Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Perbankan Syariah.* Skripsi. IAIN Salatiga, 2016.

Yosi Susanti. *Persepsi Nasabah dalam Memilih Produk Bank Syariah Mandiri Belitang*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017.

Zhenty Rositasari. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keinginan Konsumen untuk Menabung pada Bank Syariah,* Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2009.

RIWAYAT HIDUP

Sri Andriani dilahirkan di Medan pada tanggal 01 Oktober 1996, anak pertama dari pasangan Almarhum Bapak Winarto dan Ibu Laminem, dan memiliki 1 orang adik bernama Fiza Aulia Andriani. Memiliki hobi di bidang seni musik, rupa dan keterampilan.

Pendidikan dasar penulis ditempuh di SD Negeri 1 Margamulya dan selesai pada tahun 2008, kemudian melanjutkan di Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Batanghari dan selesai pada tahun 2011. Sedangkan pendidikan Menengah Kejuruan pada SMK Negeri 3 Metro, dan selesai pada tahun 2014, kemudian melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah dimulai pada semester I TA 2014/2015, kemudian menyelesaikan pendidikan jenjang sarjana di Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro tahun 2018.