

**PENGARUH PREFERENSI DAN KARAKTERISTIK NASABAH  
TERHADAP PENGGUNAAN PRODUK DAN JASA BANK SYARIAH  
INDONESIA KANTOR CABANG PALU M. YAMIN**



**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu*

**Oleh :**

**ARUM RAHMA SHALEHA**

**19.5.15.0021**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) DATOKARAMA PALU  
2023**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 06 Maret 2023 M

06 Sya'ban 1444 H

Penyusun



**ARUM RAHMA SHALEHA**

**NIM : 19.5.15.0021**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Preferensi dan Karakteristik Nasabah Terhadap Penggunaan Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palu M. Yamin**”. Oleh mahasiswa atas nama Arum Rahma Shaleha, Nim : 19.5.15.0021. Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat ilmiah untuk diujikan.

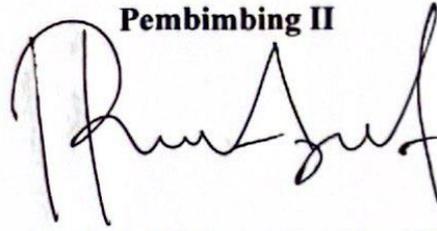
Palu, 6 Maret 2023 M  
6 Sya'ban 1444 H

**Pembimbing I**



Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag  
NIP. 19770331/200312 2 002

**Pembimbing II**



Noor Riefma Hidayah, SE., AK., M.Sc  
NIP. 19900624 201903 2 016

**Menyetujui,**  
**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**  
**Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu**

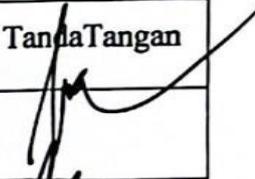
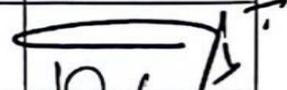
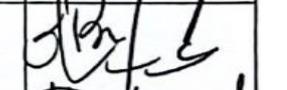
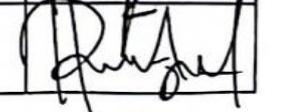


Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I  
NIP. 19650505 199903 1 002

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

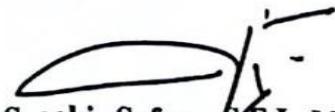
Skripsi Saudara (i) Arum Rahma Shaleha NIM. 19.5.15.0021 dengan judul **“Pengaruh Preferensi Dan Karakteristik Nasabah Terhadap Penggunaan Produk Dan Jasa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palu M. Yamin”** yang telah diujikan di hadapan dewan penguji UIN Datokarama Palu pada tanggal 6 Maret 2023 M. yang bertepatan dengan tanggal 6 Rajab 1444 H. Dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Jurusan Perbankan Syariah dengan beberapa perbaikan.

### DEWAN PENGUJI

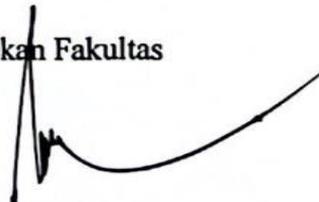
Jabatan	Nama	TandaTangan
Ketua	Dr. Hilal Malarangan., M.H.I.	
Munaqisy I	Prof. H. Nurdin, S.Pd., S.Sos., M.Com, Ph.D.	
Munaqisy II	Dr. Syaakir Sofyan., S.E.I., M.E.I	
Pembimbing I	Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag.	
Pembimbing II	Noor Riefma Hidayah, SE., AK., M.Sc	

### Mengetahui :

Ketua Jurusan

  
**Dr. Syaakir Sofyan, S.E.I., M.E.I**  
NIP. 19860204 201403 1 002

Dekan Fakultas

  
**Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I**  
NIP. 19650505 199903 1 002

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. Karena berkat rahmat dan hidayah-Nyalah, skripsi ini dapat diselesaikan sesuai target waktu yang telah direncanakan. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad Saw, beserta segenap keluarga dan sahabatnya yang telah mewariskan berbagai macam hukum sebagai pedoman umatnya. Penulis menyadari tidak mungkin terwujud tanpa dorongan, bantuan, dukungan, dari berbagai pihak. Penulis berkeyakinan “bahwa tidak ada yang dapat menolong tanpa izin dan kehendak Allah SWT”, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini guna untuk melengkapi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu.

Patutnya penulis mengucapkan rasa terima kasih yang ikhlas secara khusus dan penuh hormat kepada orang tua saya terkasih yang begitu banyak berkorban, mendoakan, memberikan motivasi dan mendidik penulis dari jenjang pendidikan dasar sampai perguruan tinggi. Ayahanda **Sumarno** yang sangat saya sayangi dan saya banggakan telah banyak berkorban untuk pendidikan saya, dan ibunda **Eko Mugi Astuti** yang sangat kucintai melebihi apapun, dan juga untuk adik saya **Ummu Zahra Kinasih** dan **Rangga Baktiar Ihsan**, insha Allah kita semua selalu berada dalam keridhaan Allah SWT.

Melalui kesempatan ini pula penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan bantuan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sagaf S. Pettalongi., M.Pd. selaku Rektor UIN Datokarama Palu. Bapak Prof. Dr. H. Abidin, M.Ag selaku Warek I Bidang Akademik dan

Pengembangan Lembaga UIN Datokarama Palu. Bapak Dr. H. Kamarudin, M.Ag selaku Warek II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan UIN Datokarama Palu. Bapak Dr. Mohammad Idhan S.Ag., M.Pd selaku Warek III Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama UIN Datokarama Palu.

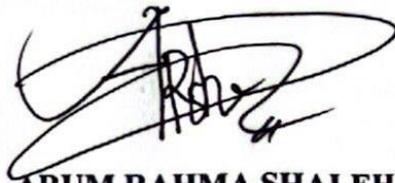
2. Bapak Dr. H. Hilal Malarangan., M.H.I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu. Dr. Ermawati., S.Ag, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu. Bapak Drs. Sapruddin, M.H.I., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi, Perencanaan, dan Keuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu. Bapak Dr. Malkan, M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu. Ibu Raodhah, S.Ag., M.Pd.I selaku Kabag Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu.
3. Bapak Syaakir Sofyan, S.E.I., M.E selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu. Bapak Abdul Jalil, S.E., M.M selaku Wakil Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu.
4. Ibu Dr. Ermawati., S.Ag, M.Ag selaku Dosen Penasehat Akademik, yang selalu ikhlas meluangkan waktunya untuk membantu dan mengarahkan dalam penulisan skripsi.
5. Ibu Dr. Ermawati., S.Ag, M.Ag. selaku Pembimbing I dan Ibu Noor Riefma Hidayah, SE., AK., M.Sc selaku Pembimbing II yang dengan ikhlas telah membimbing penulis dalam menulis skripsi ini hingga selesai sesuai harapan.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu, yang dengan setia, tulus dan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan serta nasehat kepada penulis selama kuliah.
7. Seluruh Staf Akademik dan Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama kuliah.
8. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah 2019 yang selalu memberikan semangat kepada penulis hingga selesainya penelitian ini dan sama-sama menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi.
9. Seluruh teman-teman KKN Petapa yang selalu setia membantu, mendorong, dan menyemangati penulis, terima kasih atas dukungan dan bantuannya.
10. Kak Fitriani Dwi Wahyunengsih yang telah meluangkan waktu untuk membantu dan mengarahkan penulis selama dalam penyusunan skripsi.
11. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan, namun sama sekali tidak mengurangi rasa hormat dan terima kasih, atas kebaikan dan keikhlasan kalian.
13. *Last but not least, i wanna thank me, i wanna thank me for believing in me, i wanna thank me for doing all this hard work, i wanna thank me for having no days off, i wanna thank me for, for never quitting, i wanna thank me for always being a giver and tryna give more than i receive, i wanna thank me for tryna do more right than wrong, and i wanna thank me for just being me at all times.*

Semoga seluruh dukungan yang telah diberikan kepada penulis menjadi amal Shaleh, mendapatkan balasan kebaikan dan pahala dari Allah SWT. Penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang ada, dan apabila terdapat kesalahan dalam penulisan ini, untuk itu penulis mengharapkan koreksi, saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi kita dan dapat berguna bagi perkembangan Ilmu Pengetahuan, khususnya dibidang Perbankan Syariah.

Palu, 6 Maret 2023 M

**Penyusun**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Arum Rahma Shaleha', written over a large, stylized circular flourish.

**ARUM RAHMA SHALEHA**

**NIM : 19.5.15.0021**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	8
D. Garis-garis Besar Isi .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	10
B. Kajian Teori .....	13
1. Preferensi .....	13
2. Karakteristik Nasabah .....	23
3. Produk dan Jasa Bank Syariah .....	29
4. Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia .....	44
C. Kerangka Pemikiran .....	53
D. Hipotesis .....	53
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>54</b>
A. Pendekatan dan Desain Penelitian .....	54
B. Populasi dan Sampel Penelitian .....	55
C. Variabel Penelitian .....	57
D. Definisi Operasional .....	58
E. Instrumen Penelitian .....	60
F. Teknik Pengumpulan Data .....	61
G. Teknik Analisa Data .....	62
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>67</b>
A. Sejarah BSI KC Palu M. Yamin .....	67
B. Hasil Penelitian .....	70
C. Pembahasan dan Hasil Penelitian .....	101
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>107</b>
A. Kesimpulan .....	107
B. Saran.....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>109</b>

**LAMPIRAN-LAMPIRAN .....**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	
Tabel 3.1 Definisi Oprasional Variabel .....	
Tabel 3.2 Contoh Kategori Petanyaan .....	
Tabel 4.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	
Tabel 4.2 Deskripsi Responden berdasarkan Usia .....	
Tabel 4.3 Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan .....	
Tabel 4.4 Deskripsi Responden berdasarkan Lama Penggunaan .....	
Tabel 4.5 Resume Hasil Survei variabel X1, X2, X3 dan Y .....	
Tabel 4.6 Presentasi Pernyataan pertama X1 .....	
Tabel 4.7 Presentasi Pernyataan kedua X1 .....	
Tabel 4.8 Presentasi Pernyataan ketiga X1 .....	
Tabel 4.9 Presentasi Pernyataan keempat X1 .....	
Tabel 4.10 Presentasi Pernyataan kelima X1 .....	
Tabel 4.11 Presentasi Pernyataan pertama X2 .....	
Tabel 4.12 Presentasi Pernyataan kedua X2 .....	
Tabel 4.13 Presentasi Pernyataan ketiga X2 .....	
Tabel 4.14 Presentasi Pernyataan keempat X2 .....	
Tabel 4.15 Presentasi Pernyataan pertama X3 .....	
Tabel 4.16 Presentasi Pernyataan kedua X3 .....	
Tabel 4.17 Presentasi Pernyataan ketiga X3 .....	
Tabel 4.18 Presentasi Pernyataan keempat X3 .....	
Tabel 4.19 Presentasi Pernyataan pertama Y .....	
Tabel 4.20 Presentasi Pernyataan kedua Y .....	
Tabel 4.21 Presentasi Pernyataan ketiga Y .....	
Tabel 4.22 Item Total Correlation X1 .....	
Tabel 4.23 Item Total Correlation X2 .....	
Tabel 4.24 Item Total Correlation X3 .....	
Tabel 4.25 Item Total Correlation X4 .....	
Tabel 4.26 Tingkat Kendalan Cronbach's Alpa .....	
Tabel 4.27 Uji Reliabelitas .....	
Tabel 4.28 Uji Normalitas .....	
Tabel 4.29 Uji Multikolinieritas .....	
Tabel 4.30 Uji Heteroskedastisitas .....	
Tabel 4.31 Analisis Regresi Linear Berganda .....	
Tabel 4.32 Coefficients (Uji T) .....	
Tabel 4.33 ANOVA (Uji F) .....	
Tabel 4.34 Uji Koefisien Determinasi (R Square) .....	

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	

## DAFTAR LAMPIRAN

### ABSTRAK

**Nama Penulis** : Arum Rahma Shaleha  
**NIM** : 19.5.15.0021  
**Judul Skripsi** : **Pengaruh Preferensi dan Karakteristik Nasabah Terhadap Penggunaan Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palu M. Yamin**

---

Preferensi nasabah dalam memilih produk dan jasa bank syariah semakin selektif dan bervariasi, karena setiap individu yang dalam hal ini adalah nasabah memiliki keinginan yang berbeda-beda. Oleh karena itu bank-bank tentu saja berlomba-lomba untuk memperbaiki diri dalam pelayanan perusahaannya. Bank yang ingin berkembang, atau paling tidak bertahan hidup dalam persaingan saat ini harus bisa mendapatkan dan meningkatkan jumlah nasabahnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Preferensi Dan Karakteristik Nasabah Terhadap Penggunaan Produk Dan Jasa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palu M. Yamin. Penelitian ini adalah penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh melalui observasi dan pembagian kuesioner. Semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Sampel dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 25 *for windows* dalam melakukan teknik analisis data, asumsi klasik dan MRA.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial melalui uji T variabel preferensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia, variabel karakteristik nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia. Sedangkan secara uji F preferensi dan karakteristik nasabah berpengaruh secara serempak terhadap penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia, persentase yang dihasilkan oleh adjusted r square sebesar 0,961, ini diartikan sebagai persentase atau variasi kontribusi variabel preferensi, dan karakteristik nasabah, terhadap variabel penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia sebesar 9,61%. Sedangkan sisanya sebesar ( 100% - 9,61% = 8,61% ). Jadi sebesar 8,61% merupakan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia yang mana variabel tersebut tidak diteliti pada penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Preferensi, Karakteristik Nasabah, Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia.*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### ***A. Latar Belakang***

Pada zaman globalisasi seperti sekarang ini, perkembangan dan praktek ekonomi Islam secara internasional maupun nasional semakin membumi. Perkembangan ekonomi Islam di Indonesia ditandai dengan pesatnya pertumbuhan lembaga-lembaga keuangan berbasis syariah seperti perbankan syariah. Hal ini dibuktikan dengan munculnya bank-bank baru. Pada tanggal 27 Januari 2021 otoritas jasa keuangan (OJK) mengeluarkan surat dengan nomor : SR-3/PB.1/2021 perihal pemberian izin penggabungan PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank BNI Syariah, dan PT Bank BRI syariah menjadi PT Bank Syariah Indonesia.<sup>1</sup> Keberhasilan sistem keuangan syariah hingga sekarang ini tidak semata-mata atas adanya dukungan regulasi pemerintah, namun juga didukung oleh produk dan jasa yang ada di dalam lembaga tersebut.<sup>2</sup>

Pada tanggal 1 Februari 2021 dimana lembaga perbankan syariah mengalami merger. Awal mula sebelum dilakukannya merger, bank tempat peneliti masih bernama PT Bank BNI Syariah Cabang Palu Muhammad Yamin, namun sekarang telah berganti nama menjadi PT. BSI KC Palu M. Yamin. Bank ini salah satu hasil merger dari anak perusahaan BUMN dalam bidang perbankan yakni diantaranya: PT

---

<sup>1</sup> Nurudin, Hida Alfathin Mila Ulwiya. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Persepsi Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia Cabang Semarang)”* (Palu, Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah Vol. 3, 2 Tahun 2021)

<sup>2</sup> Fathnun Ashar, Siti Aisyah, Muhammad Syafaat *“Pengaruh Atribut Produk Tabungan Faedah Terhadap Minat Menabung Nasabah”* (Palu, Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah Vol. 1, 2 2019)

Bank Syariah Mandiri Tbk, PT Bank BNI Syariah Tbk, dan PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi intensitas baru yang diberi nama yaitu PT Bank Syariah Indonesia. PT Bank Syariah Indonesia mengadopsi produk Bank Syariah dengan menyediakan beberapa produk dan layanan guna membantu untuk meningkatkan pertumbuhan perekonomian masyarakat menengah ke bawah, layanan yang diberikan yaitu tabungan, deposito, pembiayaan dan dana pihak ketiga (DPK), pembiayaan meliputi pembiayaan konsumen (mitraguna, oto, griya), pembiayaan mikro (pembiayaan usaha mikro dan pembiayaan serbaguna mikro), Pawning (tabungan emas, gadai emas dan cicil emas).

Dengan adanya merger 3 bank syariah di Indonesia tentu menjadi momen untuk terus memberikan layanan dan kemudahan bagi nasabah dan juga memberikan nilai jual bagi masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Karena kepuasan dan perilaku nasabah mempengaruhi kualitas layanan dan fitur penggunaan produk dan jasa. Maka Bank Syariah Indonesia sebagai bagian dari industri perbankan syariah harus terus berupaya untuk meningkatkan penggunaan produk dan jasa bank syariah.<sup>3</sup>

Preferensi nasabah dalam memilih produk dan jasa bank syariah semakin selektif dan bervariasi, hal ini karena setiap individu yang dalam hal ini adalah nasabah memiliki keinginan yang berbeda-beda. Namun secara umum, tingkat preferensi nasabah tersebut dapat diperoleh berdasarkan faktor-faktor (internal dan eksternal) yang menjadi dasar pertimbangan dalam pemilihan suatu penggunaan produk

---

<sup>3</sup> Elsandro Yoga Pranantha, *“Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fitur Produk Bsi Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Sleman”*, (Jakarta: Skripsi, 2021), 3

perbankan syariah. Hal ini tentu saja akan meningkatkan kompetisi di dunia perbankan di Indonesia. Bagi seorang nasabah keberadaan dan penggunaan produk dan jasa ini sangatlah penting dalam memperlancar kegiatan bisnis maupun kegiatan sehari-hari. Bank-bank tentu saja berlomba-lomba untuk memperbaiki diri dalam pelayanan perusahaannya. Bank yang ingin berkembang, atau paling tidak bertahan hidup dalam persaingan saat ini harus bisa mendapatkan dan meningkatkan jumlah nasabahnya. Oleh karena itu, bank harus mengetahui sifat nasabah atas suka tidak sukanya yang mempengaruhi dalam memilih penggunaan produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank tersebut terkhusus pada Bank Syariah Indonesia (BSI) kantor cabang Palu M. Yamin<sup>4</sup>

Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan jasa yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas produk dan jasa menjadi utama bagi perbankan. Produk yang ditawarkan oleh perbankan Syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian besar, yaitu: Produk penyaluran dana (*financing*), Produk penghimpunan dana (*funding*), dan Produk jasa (*service*).<sup>5</sup> Kegiatan penghimpunan dana dalam bank syariah tersebut bisa dalam bentuk tabungan, giro, maupun bentuk lainnya dan disajikan dalam produk *wadiah*, *mudharabah*, simpanan berjangka, dll. Bank syariah juga melakukan kegiatan penyaluran dana dalam aspek jual beli, sewa, maupun investasi. Selain itu, bank syariah juga menyediakan fasilitas untuk jasa layanan.

Salah satu bentuk produk pada bank syariah yang diminati nasabah ataupun calon nasabah adalah penghimpunan dana, atau yang lebih dikenal dengan istilah

---

<sup>4</sup> Khairul Amri, Intan Qurratul'aini, Julianti, "Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah Di Kota Banda Aceh", Jurnal, Samudra Ekonomi Dan Bisnis Islam, Vol.9, No.1, Januari (2018), 3

<sup>5</sup> Adiwarmanto A. Karim, "Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan Edisi kelima", (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2014), 97

tabungan. Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syariat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan/atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Dengan kata lain, tabungan adalah salah satu bentuk simpanan yang diperlukan masyarakat untuk menyimpan kekayaannya.<sup>6</sup>

Bank Syariah Indonesia sendiri memiliki 2 produk tabungan sehari-hari, yaitu BSI *Easy Wadiah* dan BSI *Mudharabah*. Masing-masing tabungan tersebut memiliki kekurangan dan kelebihan, sehingga masyarakat bisa memilih untuk memutuskan tabungan mana yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Diantaranya, untuk tabungan *wadiah* tidak dikenakan biaya administrasi tiap bulan, tetapi tabungan *wadiah* hanya berupa titipan sehingga setiap bulan tidak mendapatkan bagi hasil. Sedangkan, untuk tabungan *mudharabah* tiap bulannya mendapat bagi hasil dari uang yang ditabungkan, tetapi ada biaya administrasi untuk setiap bulannya.

*Branch Office Service Manajer (BOSM) Bank Syariah Indonesia KCP Basuki Rahmat Palu, Desi Maharani* mengatakan bahwa jumlah nasabah yang membuka rekening tabungan *mudharabah* lebih banyak dibandingkan nasabah yang membuka rekening tabungan *wadiah*. Sedangkan, untuk akhir-akhir ini, nasabah cenderung lebih banyak yang memilih tabungan *wadiah*, dibandingkan tabungan *mudharabah*. Adapun jumlah nasabah yang membuka tabungan *wadiah* berjumlah 16.788 orang, dan nasabah yang memilih tabungan *mudharabah* ada 15.317 orang, serta aktivasi

---

<sup>6</sup> Ismail, "Akuntansi Bank: Teori Dan Aplikasi Dalam Rupiah Edisi Revisi", (Jakarta: Prenada Media Group, 2015), 48

BSI Mobile berjumlah 26.912 orang sejak 1 tahun PT. BSI KCP Basuki Rahmat Palu ini berdiri.<sup>7</sup>

Peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa nasabah dan pegawai mengenai produk dan jasa Bank Syariah Indonesia KC Palu M. Yamin, yaitu sebagai berikut:

1. Menurut Mutmainah, nasabah tabungan *mudharabah* Bank Syariah Indonesia KC Palu M. Yamin, ia memutuskan untuk memilih tabungan *mudharabah* karena tertarik oleh benefit “bagi hasil” dari tabungan *mudharabah* yang dijelaskan oleh Dewi Indah Sari *Branch Office Service Manajer* (BOSM) PT. BSI KC Palu M. Yamin.<sup>8</sup>
2. *Customers Service* Bank Syariah Indonesia KC Palu M. Yamin, ia juga mengatakan bahwa sistem menabung di bank konvensional bisa dikatakan malah membuat nasabah rugi, karena selalu dipotong biaya administrasi tiap bulan dan tidak mendapat benefit apapun.<sup>9</sup>
3. Menurut Ummu Zahra Kinasih, nasabah tabungan *wadiah* Bank Syariah Indonesia KC Palu M. Yamin, ia memilih tabungan *wadiah* karena banyak mendapatkan informasi dan edukasi bahwa menabung di bank syariah itu tidak terdapat bunga. Beliau menambahkan bahwa setelah mendengar penjelasan dari *customers service*, untuk tabungan *wadiah* itu tidak ada biaya administrasi tiap

---

<sup>7</sup> Hasil wawancara dengan Desi Maharani, *Branch Office Service Manajer* (BSOM), PT. Bank Syariah Indonesia KCP Basuki Rahmat Palu, 23 Agustus 2022.

<sup>8</sup> Hasil wawancara dengan Mutmainah, nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KC Palu M. Yamin, 5 Oktober 2022.

<sup>9</sup> Hasil wawancara dengan Indira Fatika Suhri, *Customers Service*, PT. Bank Syariah Indonesia KC Palu M. Yamin, 5 Oktober 2022.

bulannya. Sehingga beliau lebih tenang dalam menabung karena tabungan beliau tidak mendapatkan potongan tiap bulannya.<sup>10</sup>

4. Menurut Mira Wahda Lestari nasabah BRI, beliau belum berminat untuk beralih ke bank syariah khususnya BSI di karenakan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) BSI yang ada di sekitar kota Palu masih minim dan susah di jangkau. Apalagi pengguna kartu ATM BSI dikenakan biaya ketika transaksi dimesin ATM bank lain.<sup>11</sup>

Dengan adanya wawancara tersebut dapat dilihat bahwa karakter dan preferensi nasabah dalam memilih dan memutuskan tabungan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya, dengan mempertimbangkan hal-hal yang menjadi kelemahan dan kelebihan, serta fasilitas apa saja yang didapat apabila mereka memilih salah satu produk dan jasa tersebut.

Oleh karenanya sebuah bank perlu memahami mengapa nasabah memilih bank tersebut untuk menjadi tempat transaksi dan menabung. Dengan memahami karakteristik nasabah-nasabah yang ada, suatu bank syariah dapat menentukan strategi pengembangan produk dan layanan jasa bank sesuai dengan karakteristik masing-masing nasabah. Karena faktor tersebut merupakan dasar keberhasilan sebuah bank. Jika Bank Syariah kurang serius terhadap salah satunya saja, maka jangan berharap akan berhasil mendapatkan atau mempertahankan nasabah.<sup>12</sup> Untuk itu, bank harus lebih jeli dalam mempelajari perilaku nasabahnya. Tiap-tiap karakter

---

<sup>10</sup> Hasil wawancara dengan Ummu Zahra Kinasih, nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KC Palu M.Yamin, 5 Oktober 2022

<sup>11</sup> Hasil wawancara dengan Mira Wahda Lestari, nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Tbk. Cabang Palu, 9 Oktober 2022

<sup>12</sup> Ahmad Yusup, "*Karakteristik Nasabah Dalam Pembiayaan Usaha Mikro Di Bank Syariah Mandiri Cabang Karawang*". (Jurusan Manajemen Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah, Jakarta: Skripsi, 2022)

nasabah perlu disikapi secara berbeda. Artinya, jika segmen pasar yang dituju berbeda maka strategi marketing juga harus memiliki persiapan yang lebih matang.

Rasionalisasi dalam memilih Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palu M. Yamin sebagai tempat penelitian adalah karena BSI adalah perusahaan BUMN yang berkutik dalam bidang produk tabungan, pembiayaan dan jasa. Apalagi BUMN yang dikelola langsung oleh pemerintah ini mengalami merger 3 bank, tentu tidak perlu dipertanyakan lagi bahwa seharusnya jumlah nasabah terus menerus mengalami peningkatan. Namun, fakta dilapangan berkata sebaliknya. Oleh karena itu, menjadi topik penelitian yang sangat menarik untuk mengetahui alasan yang mempengaruhi preferensi dan karakteristik nasabah terhadap penggunaan produk dan jasa BSI kantor Cabang Palu M. Yamin.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti ingin mencari tahu lebih dalam lagi terkait perilaku atau sifat nasabah mengenai suka tidak sukanya terhadap penggunaan produk dan jasa yang di miliki bank syariah khususnya di PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palu M. Yamin. Oleh karena itu peneliti menyusun penelitian yang berjudul **“Pengaruh Preferensi dan Karakteristik Nasabah Terhadap Penggunaan Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palu M. Yamin”**

## ***B. Rumusan Masalah***

1. Apakah preferensi nasabah berpengaruh terhadap penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palu M. Yamin?

2. Apakah karakteristik nasabah berpengaruh terhadap penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palu M. Yamin?
3. Apakah preferensi dan karakteristik nasabah berpengaruh terhadap penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palu M. Yamin?

### ***C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian***

Pada hakikatnya, setiap penelitian mempunyai tujuan yang didasarkan pada rumusan masalah. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mengetahui pengaruh preferensi nasabah terhadap penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palu M. Yamin.
  - b. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik nasabah terhadap penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palu M. Yamin.
  - c. Untuk mengetahui pengaruh preferensi dan karakteristik nasabah terhadap penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palu M. Yamin.
2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

- a. Bagi penulis, sebagai bahan landasan untuk mewujudkan bahan kajian penelitian dan sebagai persyaratan untuk mencapai gelar sarjana ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu, kemudian dapat menambah pengetahuan khususnya di dunia perbankan.

- b. Bagi peneliti lain, sebagai bahan referensi yang dapat menjadi bahan perbandingan dalam melakukan penelitian di masa yang akan datang.
- c. Bagi Bank, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan masukan agar dapat mengetahui preferensi dan karakteristik nasabah dalam memilih penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia kantor cabang Palu M. Yamin.

#### ***D. Garis-Garis Besar Isi***

Untuk mempermudah bagi pembaca tentang pembahasan skripsi ini, maka penulis menganalisa secara garis besar menurut ketentuan yang ada didalam komposisi skripsi ini. Oleh karena itu, garis besar pembahasan ini berupaya menjelaskan seluruh hal yang diungkapkan di dalam materi pembahasan tersebut yang antara lain sebagai berikut :

Bab I adalah Pendahuluan, yang menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan garis-garis besar isi.

Bab II merupakan bab kajian pustaka, yang menguraikan dan menjelaskan tentang penelitian terdahulu, kajian teori, kerangka pemikiran dan hipotesis.

Bab III merupakan bab metode penelitian, yang menguraikan dan menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisa data.

Bab IV Hasil Penelitian, pada bagian ini terdiri atas deskripsi hasil penelitian, pembahasan hasil penelitian.

Bab V Penutup, pada bagian ini terdiri atas kesimpulan dan saran.

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang hendak dilakukan oleh peneliti. Penelitian tersebut dapat dijadikan referensi sebagai perbandingan antara penelitian sekarang dan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan judul peneliti saat ini.

**Tabel 2.1**

#### Ringkasan Penelitian Terdahulu

NO	Peneliti	Ringkasan Hasil Penelitian
1.	Fariza Oktavia dan Nurul Huda <sup>13</sup>	<p><b>Judul penelitian :</b> Pengaruh karakteristik nasabah moderat terhadap preferensi produk simpanan bank syariah.</p> <p><b>Hasil penelitian :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Model logit menunjukkan bahwa karakteristik nasabah moderat berupa pendidikan memiliki pengaruh yang negative dan signifikan terhadap pilihan produk simpanan berjaga-jaga/investasi jangka panjang di bank syariah atau bank konvensional.</li> <li>2. analisa regresi <i>logistic</i> pada model logit 2 menunjukkan bahwa variabel karakteristik nasabah moderat berupa jumlah rekening bank konvensional yang dimiliki responden, penghasilan responden, dan frekuensi responden bertransaksi di bank syariah memiliki pengaruh negative dan signifikan terhadap pilihan responden bertransaksi sehari-hari di bank syariah atau bank konvensional.</li> </ol> <p><b>Persamaan :</b> Variabel, karakteristik nasabah, preferensi dalam memilih produk bank syariah.</p> <p><b>Perbedaan:</b> Objek, alat, meneliti bank konvensional, logit, tempat dan waktu penelitian.</p>

<sup>13</sup> Fariza Oktavia dan Nurul Huda, “Pengaruh Karakteristik Nasabah Moderat Terhadap Preferensi Produk Simpanan Bank Syariah”, (Jurnal Of Economics and Business Aseanomics JEBA), 2016.

2.	Indo'sek <sup>14</sup>	<p><b>Judul penelitian :</b> Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah Bank Syariah Indonesia (studi pada Bank Syariah Indonesia kantor cabang Jambi gatot subroto).</p> <p><b>Hasil penelitian :</b> Hasil pengujian menunjukkan bahwa tiga (3) variabel independen, yaitu variabel Promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Religi (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen Preferensi Nasabah (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t bahwa ke 3 (tiga) variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel preferensi nasabah dikarenakan nilai signifikan kurang dari 0,10 dan nilai t hitung lebih dari t tabel (0,667).</p> <p><b>Persamaan :</b> Variabel independen yakni; preferensi nasabah.</p> <p><b>Perbedaan :</b> Faktor promosi, waktu dan tempat penelitian.</p>
3.	Tya Alvadeta <sup>15</sup>	<p><b>Judul penelitian :</b> Penilaian Karakter Nasabah Pada Produk Angsuran Emas Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lahat.</p> <p><b>Hasil penelitian :</b> Dalam menilai karakter nasabah dilakukan dengan wawancara langsung kepada nasabah untuk melihat jelas kepribadiannya, untuk mengetahui gambaran karakter nasabah baik atau buruknya bisa dilihat dari prinsip 5C (character, capacity, capital, collateral, dan condition of economy), Adapun cara untuk menilai karakter nasabah dengan menggunakan BI Checking, Informasi dari pihak lain, Wawancara, Melihat dari situs dan riwayat hidup, Pengecekan Daftar Hitam Nasabah.</p> <p><b>Persamaan :</b> Variabel dependen yakni; karakter nasabah, produk Bank Syariah Indonesia.</p> <p><b>Perbedaan :</b> Variabel independen yakni; penilaian, pembiayaan Angsuran Emas, waktu dan tempat penelitian.</p>
4.	Putra Riski	<p><b>Judul penelitian :</b> Preferensi Nasabah Memilih Produk</p>

<sup>14</sup> Indo'sek, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jambi Gatot Subroto)". (Jurusan Perbankan Syariah, UIN Sulthan Thata Saifuddin, Jambi, 2021)

<sup>15</sup> Tya Alvadeta, "Penilaian Karakter Nasabah Pada Produk Angsuran Emas Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lahat"( Jurusan Perbankan Syariah, UIN Fatmawati Sukarno, Bengkulu, 2022)

	Hasym <sup>16</sup>	<p>Pembiayaan Pada BSI Kota Banda Aceh</p> <p><b>Hasil penelitian :</b> Preferensi nasabah memilih pembiayaan merupakan kegiatan yang berlandaskan keyakinan agama. Para informan merasa nyaman menggunakan bank syariah Indonesia pada pembiayaan ini. Selain itu beberapa informan menyatakan merasa lebih menguntungkan menggunakan sistem bagi hasil dan tidak memiliki bunga yang tinggi seperti bank konvensional sehingga nasabah merasa tidak diberatkan pada pembiayaan yang diberikan Bank Syariah Indonesia Kota Banda Aceh kemudian dikaitkan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memilih produk pembiayaan yaitu, faktor sosial, faktor pribadi, faktor harga, dan faktor psikologis sebagai pilihan nasabah.</p> <p><b>Persamaan :</b> Variabel dependen yakni; preferensi nasabah, produk BSI.</p> <p><b>Perbedaan :</b> Variabel independen yakni; objek, waktu dan tempat penelitian.</p>
5.	Rachmad Nor Firman dan Siti Ilfiah <sup>17</sup>	<p><b>Judul penelitian :</b> Analisa produk tabungan BSI dalam menarik minat nasabah</p> <p><b>Hasil penelitian :</b> Strategi pemasaran produk tabungan BSI dalam menarik minat nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Pasuruan bahwasannya merupakan langkah untuk memasarkan produknya seperti yang diterapkan oleh PT Bank Syariah Indonesia cabang pasuruan yaitu sosialisasi, penyebaran brosur, buka stand pada saat acara event-event tertentu, dan juga promosi. Perkembangan produk tabungan PT. Bank Syariah Indonesia cabang pasuruan tiap tahunnya mengalami peningkatan yang sangat pesat, karena dari data yang diperoleh membuktikan bahwa jumlah nasabah dari tahun 2019, 2020, 2021 jumlah nasabah tabungan BSI pertahunnya rata-rata meningkat 30%.</p> <p><b>Persamaan :</b> Variabel dependen yakni; produk</p>

<sup>16</sup> Putra Riski Hasym, "Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Pada BSI Kota Banda Aceh" (Jurusan Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, 2022)

<sup>17</sup> Rachmad Nor Firman dan Siti Ilfiah, "Analisa Produk Tabungan BSI dalam Menarik Minat Nasabah" (Tasharruf : Journal of Islamic Economics and Business) 2022

	tabungan BSI, minat nasabah.
	<b>Perbedaan :</b> Variabel independen yakni; analisa, objek, waktu dan tempat penelitian.

Hasil dari penelitian di atas di jadikan penulis sebagai landasan dan rujukan untuk melakukan penelitian ini.

## B. Kajian Teori

### 1. Preferensi

#### a. Pengertian Preferensi

Preferensi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah pilihan, kecenderungan, minat atau kesukaan.<sup>18</sup> Preferensi adalah pilihan-pilihan yang dibuat oleh para konsumen atas produk-produk yang dikonsumsi. Kekuatan preferensi konsumen akan menentukan produk-produk apa yang mereka beli dan pendapatan mereka yang terbatas, dan juga permintaan untuk produk-produk. Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk atau jasa yang dikonsumsi.<sup>19</sup> berpendapat bahwa preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk dan jasa yang ada. Teori preferensi dapat digunakan untuk menganalisis tingkat kepuasan bagi konsumen, misalnya bila seseorang ingin mengkonsumsi atau menggunakan sebuah produk dan jasa dengan sumber daya terbatas maka ia harus memilih alternative sehingga nilai guna atau utilitas yang diperoleh mencapai optimal.

<sup>18</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, “*Pengertian Preferensi*” (KBBI Versi Online/Daring, Palu, 9 Juli 2022)

<sup>19</sup> Philip Kotler, “*Manajeme Pemasaran*”, (Prenhalindo, Jakarta : 2000)

Preferensi konsumen dapat diketahui dengan mengukur tingkat kegunaan dan nilai relatif penting setiap atribut yang terdapat pada suatu produk dan jasa. Atribut yang ditampilkan pada suatu produk dan jasa dapat menimbulkan daya tarik pertama yang dapat mempengaruhi konsumen. Penilaian terhadap produk dan jasa menggambarkan sikap konsumen terhadap penggunaan produk dan jasa tersebut, sekaligus dapat mencerminkan perilaku konsumen dalam menggunakan atau mengonsumsi suatu produk atau jasa.<sup>20</sup>

Seorang konsumen mampu memilih produk yang paling disukai dari alternatif pilihan yang tersedia. Preferensi memiliki 4 sifat dasar yang terdapat pada indikator referensi, yaitu:<sup>21</sup>

a) Kelengkapan ( *Completeness* )

Prinsip ini mengatakan bahwa setiap individu selalu dapat menentukan keadaan mana yang lebih disukainya diantara dua keadaan. Konsumen dapat membandingkan dan menilai semua produk yang ada. Bila A dan B ialah dua keadaan produk yang berbeda, maka individu selalu dapat menentukan secara tepat satu diantara kemungkinan yang ada. Dengan kata lain, untuk setiap dua jenis produk A dan B, konsumen akan lebih suka A daripada B, lebih suka B daripada A, suka akan keduanya, atau sebaliknya. Preferensi ini mengabaikan faktor biaya dalam mendapatkannya.

---

<sup>20</sup> Sukanto, "*Fisiologi*", (Jakarta: Integritas Press, 1997), 120

<sup>21</sup> Moh Faisal Yordani Al Basya, dkk., "*Analisis Preferensi Konsumen terhadap Keputusan menggunakan Jasa Kursus Bahasa Inggris (Studi pada Pelanggan Lembaga Kursus Bahasa Inggris di kampung Inggris Pare)*," Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) 58, no. 2 (2018): 199

b) Transivitas ( *Transivity* )

Prinsip ini menerangkan mengenai konsistensi seseorang dalam menentukan dan memutuskan pilihannya bila dihadapkan oleh beberapa alternatif pilihan produk. Dimana jika seorang individu mengatakan bahwa “produk A lebih disukai daripada produk B” dan “produk B lebih disukai daripada produk C”, maka ia pasti akan mengatakan bahwa “produk A lebih disukai dari pada produk C”. Prinsip ini sebenarnya untuk memastikan adanya konsistensi internal di dalam diri individu dalam hal pengambil keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa pada setiap alternatif pilihan seorang individu akan selalu konsisten dalam memutuskan preferensinya atas suatu produk dibandingkan dengan produk lain.

c) Kontinuitas ( *Continuity* )

Prinsip ini menjelaskan bahwa jika seorang individu mengatakan “produk A lebih disukai daripada produk B”, maka setiap keadaan yang mendekati produk A pasti juga akan lebih disukai daripada produk B. jadi ada suatu kekonsistenan seorang konsumen dalam memilih suatu produk yang akan dikonsumsinya.

d) Lebih Banyak Lebih Baik ( *The More Is The Better* )

Prinsip ini menjelaskan bahwa jumlah kepuasan akan meningkat, jika individu mengonsumsi lebih banyak produk tersebut. Sehingga

konsumen cenderung akan selalu menambah konsumsinya demi kepuasan yang akan didapat.<sup>22</sup>

## **b. Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi**

Menurut Nugroho J. Setiadi, preferensi terhadap produk dan jasa dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu:<sup>23</sup>

### a) Faktor kebudayaan

- 1) Kebudayaan, Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari.
- 2) Subbudaya, setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya-subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis: kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis.
- 3) Kelas sosial, kelas-kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat yang tersusun secara hierarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan perilaku serupa.

---

<sup>22</sup> Nur Rianto Al Arif, "*Teori Mikroekonomi*", (Jakarta, Kencana 2010), 110

<sup>23</sup> Nugroho, J. Setiadi, "*Perilaku Konsumen*", (Kencana Prenada Meida Group, Jakarta, CetKe 5, 2013), 10

b) Faktor-faktor sosial

- 1) Kelompok referensi, kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa di antaranya kelompok primer, kelompok sekunder, kelompok diasosiatif.
- 2) Keluarga, kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama ialah keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. Dan kedua keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.
- 3) Peran dan Status, seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.<sup>24</sup>

c) Faktor Pribadi

- 1) Umur dan tahapan dalam siklus hidup, konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

---

<sup>24</sup> Ibid, Nugroho, J. Setiadi, "*Perilaku Konsumen*", (Kencana Prenada Meida Group, Jakarta, CetKe 5, 2013), 11

- 2) Pekerjaan, para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata, terhadap produk dan jasa tertentu.
- 3) Gaya hidup, gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatannya, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.
- 4) Kepribadian dan konsep diri, yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dan setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten.

### **c. Preferensi dalam Perspektif Islam**

Dalam Islam empat prinsip pilihan rasional yang belum cukup dikarenakan masih ada prinsip yang harus diperbaiki dan ada beberapa penambahan yakni:

- a) Objek produk dan jasa tersebut harus halal dan toyyib.
- b) Kemanfaatan atau kegunaan produk dan jasa yang dikonsumsi, artinya lebih memberikan manfaat dan jauh dari merugikan baik dirinya maupun orang lain.

- c) Kuantitas produk dan jasa yang dikonsumsi tidak berlebihan dan tidak terlalu sedikit atau kikir, tetapi pertengahan.<sup>25</sup>

Preferensi dalam Islam dikaji di mana seseorang dalam menggunakan kekayaan harus berhati-hati, yang terpenting dalam hal ini adalah cara penggunaan yang harus diarahkan pada pilihan-pilihan (preferensi) yang mengandung masalah (baik dan manfaat). Agar kekayaan atau harta tersebut dapat memberikan manfaat untuk kesejahteraan bagi individu tersebut.<sup>26</sup>

Preferensi memiliki arti pilihan atau kecenderungan individu dalam memilih produk dan jasa, yang berarti kebebasan individu dalam memilih. Islam menganggap kebebasan adalah sebagai fondasi dari nilai-nilai kemanusiaan dan kemuliaan manusia. Kebebasanlah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya. Al-Quran menjelaskan pengetahuan dan kekuasaan Allah atas apa-apa yang telah ditetapkannya untuk manusia.

Disamping itu Al-Quran juga memberikan penekanan besar kepada kebebasan memilih yang diberikan kepada manusia. Kebaikan yang paling utama ialah kebebasan individu untuk memilih suatu alternatif yang tepat walaupun peluang untuk memilih suatu alternatif lain yang salah juga besar. Hanya melalui penggunaan kebebasan dengan benar sajalah manusia terdorong untuk melakukan sikap-sikap terpuji.<sup>27</sup>

---

<sup>25</sup> Madnasir dan Khoirudin, *“Etika Bisnis Dalam Islam”*, Seksi Penerbitan Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Lampung, 2012, 85

<sup>26</sup> Dikutip Dari, Mar’atus Syawalia, *“Preferensi Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Sumber Modal”*, Jurnal Ilmiah, 2015, 4

<sup>27</sup> Nur Rianto Al Arif, *“Teori Mikroekonomi”*, (Kencana, Jakarta, 2014), 93

Seorang individu mempunyai kebebasan sepenuhnya untuk memulai, mengelola, mengorganisasi, mengurus dan mempunyai bentuk perniagaan menurut kehendak. Tiap orang bebas bergerak kemana saja yang ia kehendaki atau inginkan demi mencari penghidupan dan bebas menggunakan bermacam-macam cara dalam usaha mendapatkan kekayaan asalkan tidak menggunakan cara-cara yang haram atau mengambil produk yang haram.

Walau bagaimanapun, perlu diingat bahwa kebebasan individu, bukannya mutlak dan tanpa batasan, melainkan dibatasi oleh dua hal: pertama: individu bebas bergerak di bidang ekonomi dengan syarat tidak melanggar dan mengambil hak-hak orang lain, kedua: dia harus mengambil cara yang halal dan tidak mengamalkan cara yang haram untuk mencari penghidupan dan tidak mengambil benda-benda yang haram. Seperti firman Allah dalam Al-Quran surah Al-Baqarah/2: 168.<sup>28</sup> sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ  
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ١٦٨

Terjemahannya: *“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”*.

---

<sup>28</sup>Qur'an Kemenag “Al-Qur'an dan Terjemahan”, Situs Resmi Kemenag <https://quran.kemenag.go.id/sura/2/168>. (17 Agustus 2022)

- a) Penafsiran surat Al-Baqarah/2: 168

**Quraish Shihab**

Beliau mengemukakan bahwa tidak semua makanan yang halal otomatis baik. Karena yang dinamai halal terdiri dari empat macam, yaitu: wajib, sunnah, mubah, dan makruh. Aktivitas pun demikian. Ada aktivitas yang walaupun halal, namun makruh atau sangat tidak disukai Allah, yaitu pemutusan hubungan. Selanjutnya, tidak semua yang halal sesuai dengan kondisi masing-masing pribadi. Ada halal yang baik buat si A karena memiliki kondisi kesehatan tertentu, dan ada juga yang kurang baik untuknya, walau baik buat yang lain. Ada makanan yang halal, tetapi tidak bergizi, dan ketika itu ia menjadi kurang baik. Yang diperintahkan oleh al-Qur'an adalah yang halal lagi baik.<sup>29</sup>

Bahwa penegasan ayat berikut ini menjelaskan bahwa Allah adalah pemberi rezeki kepada manusia dan makhluk yang lain, sekaligus Allah menerangkan mana makanan yang halal dan mana makanan yang haram. Allah juga membolehkan manusia seluruhnya memakan makanan yang telah diberikan Allah di bumi ini, yang halal dan yang baik saja, serta meninggalkan yang haram, sebab yang haram itu sudah jelas. Juga agar manusia tidak mengikuti langkah-langkah setan, termasuk dalam hal makanan, sebab setan itu adalah musuh mereka. Oleh sebab itu, setan tidak pernah menyuruh kepada kebaikan, bahkan dia hanya menyuruh kepada kejelekan. Dan setan itu juga menyuruh manusia agar menghalalkan atau

---

<sup>29</sup> Quraish Shihab, Op. cit, h.371

mengharamkan sesuatu sesuai kehendak manusia, tanpa ada perintah dari Allah.

Ekonomi Islam memberikan arahan agar setiap preferensi kita terhadap suatu hal haruslah mengarah pada nilai-nilai kebajikan. Nilai-nilai dalam ekonomi Islam bersumber dari Al-Quran dan sunnah, yang menjadi dasar dari pandangan hidup Islam. Nilai-nilai dasar dalam ekonomi Islam tersebut menjiwai masyarakat dalam melakukan aktivitas sosial ekonominya. Hal ini sejalan dengan ajaran Islam tentang hubungan manusia dengan dirinya dan lingkungan sosialnya, yang menurut *Naqvi* di representasikan dengan empat aksiomatik yakni:<sup>30</sup>

- a) Tauhid, merupakan sumber utama ajaran Islam yang percaya penuh terhadap Tuhan dan merupakan dimensi vertikal Islam. Menciptakan hubungan manusia dengan Tuhan dan penyerahan tanpa syarat manusia atas segala perbuatan untuk patuh pada perintah-Nya, sehingga segala yang dilakukan harus sesuai dengan apa yang telah digariskan.
- b) Keseimbangan (*equilibrium* atau *al-adl*), merupakan prinsip yang menunjuk pada cita-cita sosial. Prinsip keseimbangan dan kesejahteraan berlaku bagi seluruh kebijakan dasar bagi semua institusi sosial, baik hukum, politik, maupun ekonomi. Khusus dalam prinsip keseimbangan menjadi dasar dalam proses produksi, konsumsi dan distribusi.
- c) Keinginan bebas (*free will*), merupakan kemampuan untuk menentukan pilihan sehingga menjadikan manusia sebagai khalifah dimuka bumi.

---

<sup>30</sup> Ruslan Abdul Ghofur Noor, "*Konsep Distribui dalam Ekonomi Islam*", Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2013, 63

Kebebasan dalam menentukan pilihan memiliki konsekuensi pertanggungjawaban terhadap apa yang telah dipilih sehingga manusia dituntut untuk berada dalam pilihan yang benar. Namun dengan kebebasan pula, manusia diberikan keleluasaan dalam memilih dua pilihan yakni, apakah ia membuat pilihan yang benar yang dibimbing oleh kebenaran, sehingga dalam melakukan segala sesuatu tetap dalam koridor-koridor kebenaran atau sebaliknya, ia memilih pilihan yang tidak dibimbing oleh kebenaran sehingga ia semakin jauh dari kebenaran.

- d) Tanggung jawab (*responsibility*), aksioma ini dekat dengan kehendak bebas, namun bukan berarti sama dengan kehendak bebas. Islam memberikan perhatian yang besar pada konsep tanggung jawab, dengan menetapkan keseimbangan antara kehendak bebas dan tanggung jawab.

#### e) **Karakteristik Nasabah**

##### a. **Pengertian Nasabah**

Nasabah adalah orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank (dalam hal keuangan).<sup>31</sup> Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah adalah orang yang menjadi pelanggan bank yang mempunyai rekening simpanan dan pinjam.

##### b. **Mengenai Karakteristik Nasabah Bank Syariah**

Karakteristik dapat juga diartikan sebagai perilaku. Dalam hal ini perilaku nasabah yang tidak dapat secara langsung dikendalikan oleh

---

<sup>31</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, "*Nasabah*" (KBBi Versi Online/Daring, Palu, 9 Juli 2022)

perusahaan perlu dicari informasinya semaksimal mungkin. Perilaku konsumen mengkonsumsi serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului keputusan tersebut.

Selanjutnya dapat dijelaskan bahwa perilaku konsumen terbagi dua bagian, yang pertama adalah perilaku tampak, variable-variabel yang termasuk kedalamnya adalah pembelian, waktu, karena siapa, dengan siapa, dan bagaimana konsumen melakukan pembelian. Kedua adalah perilaku yang tak tampak, variable-variabelnya antara lain adalah persepsi, ingatan terhadap informasi, dan perasaan kepemilikan oleh konsumen.

Karakteristik adalah ciri-ciri khusus yang dimiliki oleh seseorang. Sedangkan karakteristik nasabah adalah ciri-ciri khusus yang dimiliki seorang nasabah yang membedakannya dengan nasabah lain. Berikut tiga karakteristik nasabah yang menabung pada Bank Syariah yaitu:

a) Nasabah Emosional

Nasabah yang mempunyai karakteristik emosional, adalah nasabah yang hanya melihat cara atau sistemnya tanpa memperdulikan keuntungan finansial. Mereka mengerjakan atau memanfaatkan sesuatu dilandasi dengan keyakinan penuh. Dalam perbankan mereka memiliki lembaga yang diyakini sesuai dengan syariah, sedangkan hal-hal yang berkaitan dengan pelayanan, produk atau jasa perbankan yang tersedia ataupun return (keuntungan) yang diperoleh bukan menjadi pertimbangan utama dalam memilih bank syariah.

b) Nasabah Rasional

Nasabah Rasional memilih suatu bank atau produk syariah tidak cukup dengan keyakinan sesuai dengan agama. Mereka menggunakan produk dan jasa perbankan syariah lebih diutamakan karena alasan-alasan yang dapat memenuhi kebutuhan mereka dalam bertransaksi dengan kata lain tipe nasabah ini telah mementingkan keuntungan emosional. Kualitas pelayanan, manfaat produk atau jasa, jaringan luas merupakan tuntunan utama mereka.

c) Nasabah Tradisional

Tipe nasabah tradisionalis dalam menjalankan kehidupannya berdasarkan tradisi yang mereka dapatkan dari keluarga ataupun lingkungannya. Mereka menggunakan nilai-nilai agama dalam kehidupannya sebatas apa yang telah mereka terima secara turun-temurun. Dalam transaksi perbankan mereka menggunakan dan melakukan sesuatu dengan tradisi dan melakukan sesuai dengan tradisi yang ada. Mereka menggunakan bank syariah, apabila panutan mereka telah menggunakan dan mengajarkan untuk memanfaatkan produk-produk syariah tersebut<sup>32</sup>

**c. Penilaian Dalam Menggunakan Prinsip 5C**

Kelayakan produk jasa merupakan fokus dan hal yang terpenting di dalam pengambilan keputusan nasabah karena sangat menentukan kualitas produk dan jasa suatu bank. Sebelum memberikan pelayanan produk

---

<sup>32</sup> Ahmad Yusup, "Karakteristik Nasabah Dalam Pembiayaan Usaha Mikro Di Bank Syariah Mandiri Cabang Karawang". (Jurusan Manajemen Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah, Jakarta: Skripsi, 2022)

pembiayaan kepada nasabah, bank syariah melakukan upaya preventif dengan melakukan analisis 5C yaitu:<sup>33</sup>

a. *Character*

Penilaian karakter nasabah adalah untuk mengetahui iktikad baik nasabah dalam memenuhi kewajibannya (*willingness to pay*) dan untuk mengetahui moral, watak maupun sifat-sifat pribadi yang positif dan kooperatif. Karakter merupakan faktor yang dominan dan penting, karena walaupun calon nasabah tersebut cukup mampu untuk menyelesaikan utangnya, tetapi jika tidak mempunyai iktikad baik tentu akan membawa berbagai kesulitan bagi Bank dikemudian hari.<sup>34</sup>

b. *Capacity*

*Capacity* yaitu kemampuan nasabah untuk menjalankan usaha guna memperoleh laba yang diharapkan sehingga dapat mengembalikan pembiayaan diterima. Untuk mengukur *capacity* dilakukan melalui beberapa pendekatan, yaitu: Pendekatan historis, Pendekatan profesi, Pendekatan yuridis, Pendekatan manajerial, Pendekatan teknis.

c. *Capital*

*Capital* adalah menilai jumlah modal sendiri yang diinvestasikan oleh nasabah dalam usahanya termasuk kemampuan

---

<sup>33</sup> Hamonangan, "Analisis Penerapan Prinsip 5c Dalam Penyaluran Pembiayaan Pada Bank Muamalat Kcu Padang Sidempuan" JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) Vol. 4 No. 2, 2020

<sup>34</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia, "*character*" (KBBI Versi Online/Daring, Palu, 5 Desember 2022)

untuk menambah modal apabila diperlukan sejalan dengan perkembangan usahanya.<sup>35</sup>

d. *Condition*

*Condition* yaitu kondisi usaha nasabah yang dipengaruhi oleh situasi social dan ekonomi. Yang mempengaruhi kondisi antara lain peraturan-peraturan pemerintah, situasi politik dan perekonomian dunia, kondisi ekonomi yang mempengaruhi pemasaran, produk, dan keuangan.

e. *Collateral*

*Collateral* yaitu asset atau benda yang diserahkan nasabah sebagai agunan terhadap pembiayaan yang diterimanya. Collateral tersebut harus dinilai oleh bank untuk mengetahui risiko kewajiban finansial nasabah kepada Bank. Penilaian terhadap jaminan meliputi jenis, lokasi, bukti, kepemilikan, dan status hukumnya.<sup>36</sup>

**d. Indikator Penilaian Karakteristik Nasabah**

Ada 5 faktor yang menjadi indikator penilaian dari karakteristik nasabah yaitu:<sup>37</sup>

a. Kesesuaian dengan syariah

Kesesuaian dengan hukum syari'ah adalah hukum-hukum Allah yang diturunkan untuk umat manusia (hamba Allah). Kata syariat dalam

---

<sup>35</sup> Abdullah Saeed, "*Bank Islam dan Bunga: Studi Kritis Larangan Riba dan Interpretasi Kontemporer*", (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), 100-101

<sup>36</sup> Wardah Jamilah, "*Analisa Fungsi Jaminan Dalam Pembiayaan Mudharabah (Studi Kasus Pada BPRS Amanah Ummah)*," Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq 3, no. 2 (2012): 176-177.

<sup>37</sup> Delfia Zanna, "*Hubungan Karakteristik Dan Loyalitas Dalam Mencegah Perpindahan Nasabah (Customer Churn) Studi Kasus Pada Bank Dki Syariah Cabang Pondok Indah*" (Jakarta, Skripsi, 2009)

berbagai bentuknya di ungkapkan dalam beberapa ayat al-qur'an yang dalam ayat tersebut syari'ah berarti aturan.<sup>38</sup>

b. Pandangan dan pendapat nasabah tentang bunga bank

Bunga dalam bank konvensional adalah ruh dalam mendorong roda bisnis perbankan dalam pendapatan ekonomi. Sedangkan dalam pandangan ekonomi Islam bunga adalah tambahan (ziada) dan dalam konteks inilah Islam memandang bahwa bunga bank adalah riba.

c. Memberikan kepercayaan dan rasa aman kepada nasabah

Dengan menjamin simpanan nasabah di bank, Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) mengambil-alih sebagian risiko bank, sehingga nasabah bank dapat memperoleh kepastian akan dana mereka apabila terjadi sesuatu yang tidak diinginkan pada bank bersangkutan. Dalam kondisi perekonomian yang tidak menentu seperti akhir-akhir ini, keberadaan LPS membantu memberi rasa aman bagi nasabah perbankan, dan sekaligus memungkinkan terlaksananya kegiatan penghimpunan dana masyarakat sebagai bagian dari fungsi intermediari keuangan perbankan.

d. Transaksi keuangan yang sesuai dengan syariat Islam

Dalam sistem ekonomi Islam, transaksi senantiasa harus dilandasi oleh aturan hukum-hukum Islam (syariah), karena transaksi adalah manifestasi amal manusia yang bernilai ibadah dihadapan Allah

---

<sup>38</sup> Nuriya Almaida, "*Analisis Persepsi Nasabah Terhadap Kesesuaian Dengan Hukum Syariah, Pelayanan Bank Dan Lokasi Bank Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya Lampung Tengah*", (Lampung, Skripsi 2019) 54

SWT, sehingga dalam Islam transaksi dapat dikategorikan menjadi dua, yakni : Transaksi yang halal, dan Transaksi yang haram.

e. Kualitas pelayanan bank

Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh.

f) **Produk dan Jasa Bank Syariah**

a. **Produk**

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.<sup>39</sup>

Pengertian Produk dalam Islam adalah suatu yang dihasilkan proses produksi yang baik, bermanfaat dapat dikonsumsi, berdaya guna dan dapat menghasilkan perbaikan material, moral dan spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang Islam merupakan pengertian produk dalam Islam. Produk dan ekonomi konvensional adalah produk yang dapat dipertukarkan. Tetapi produk dalam ekonomi Islam adalah produk yang dapat dipertukarkan dan juga berdayaguna secara moral.<sup>40</sup>

---

<sup>39</sup> Silvana Maulidah, “*Pengantar Manajemen*” (Malang : Universitas Brawijaya Press, 2012), cet. 1, 111

<sup>40</sup> Abdul Halim Usman, “*Management Strategi Syariah Teori, Konsep dan Aplikasi*”, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2015), 133

Menjaga kualitas produk dan jasa bahkan memperbaiki kualitasnya harus selalu dilakukan. Jangan sampai kualitas produk tidak sesuai dengan seharusnya. Rasulullah SAW dimasa mudanya sellau berbisnis dengan menjaga kualitas produk dagangan sehingga beliau menjadi sangat dipercaya oleh pelanggannya. Beliau pernah menegur keras seorang pedagang kurma yang menyembunyikan kurma berkualitas rendah pada tumpukan bawah dagangannya.

Inovasi terhadap produk dan jasa juga harus terus dilakukan, sebagaimana hadist Rasulullah yang mengingatkan bahwa kehidupannya hari ini harus lebih baik dari kemarin. Orang yang kehidupannya sama dengan kemarin disebut merugi, apalagi yang lebih buruk dari kemarin.<sup>41</sup>

Produk-produk perbankan syariah secara garis besar dapat dikelompokkan kedalam tiga jenis produk,<sup>42</sup> yaitu produk Penghimpun Dana/simpanan (*liabiliti based product*) seperti giro, deposito dan tabungan, Penyaluran Dana/produk asset (*assets based product*) seperti pembiayaan, dan produk jasa-jasa bank (*services based product*) seperti kiriman uang, *save deposit box*, bank garansi, *letter of credit*, dan sebagainya. Di samping itu dibeberapa bank syariah juga terdapat produk lainnya antara lain : jasa pengelolaan kekayaan (*wealth management*) bagi nasabah-nasabah yang mempunyai simpanan dalam jumlah besar di bank yang bersangkutan. Jasa pengelolaan kekayaan nasabah ini pada dasarnya merupakan pengembangan

---

<sup>41</sup> Ibid, Abdul Halim Usman, “*Management Strategi Syariah Teori, Konsep dan Aplikasi*”,

<sup>42</sup> Asep Supyadillah, “*Hukum Perbankan Syariah*”, (Jakarta: Wahana Kardofa, 2013), 70

jasa bank yang bersifat eksklusif, dikenal juga dengan nama jasa *private banking* atau *prime customer*.<sup>43</sup>

Berikut ini dijelaskan produk-produk bank syariah yang telah berjalan selama ini, sbb:<sup>44</sup>

### 1) Produk Penyaluran Dana (*financing*)

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

#### a) Pembiayaan dengan prinsip jual beli

##### (1) Pembiayaan murabahah

Murabahah berasal dari kata ribhu (keuntungan), adalah transaksi jual beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (margin). Jadi murabahah adalah akad jual beli produk dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

##### (2) Pembiayaan salam

Salam adalah transaksi jual beli di mana produk yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu, produk diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai. Bank

---

<sup>43</sup> Ibid, Asep Supyadillah, "*Hukum Perbankan Syariah*", (Jakarta: Wahana Kardofa, 2013), 72

<sup>44</sup> Adiwarmanto A Karim, "*Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*", (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2004), 97

bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual. Sekilas transaksi ini mirip jual beli ijon, namun dalam transaksi ini kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan produk harus ditentukan secara pasti.

### (3) Pembiayaan istishna

Produk istishna merupakan produk salam, tapi dalam istishna pembayarannya dapat dilakukan oleh bank beberapa kali (termin) pembayaran. Skim istishna dalam Bank Syariah umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi. Ketentuan umum pembiayaan istishna adalah spesifikasi produk pesanan arus seperti jenis, macam ukuran, mutu dan jumlahnya. Harga jual yang selama berlakunya akad. Jika terjadi perubahan dari kriteria pesanan dan terjadi perubahan harga setelah akad ditandatangani, seluru biaya tambahan tetap tanggung nasabah.

#### b) Pembiayaan dengan prinsip sewa (ijarah)

Transaksi ijarah dilandasi adanya perpindahan manfaat. Jadi pada dasarnya prinsip ijarah sama saja dengan prinsip jual beli, tapi perbedaannya terletak pada objek transaksinya, bila pada jual-beli objek transaksinya adalah produk pada ijarah objek transaksinya adalah jasa. Pada akhir masa sewa, bank dapat saja menjual produk yang disewakannya kepada nasabah. Karena itu dalam perbankan syariah dikenal *ijarah muntahiyah bittamlik* (sewa yang diikuti dengan

berpindahnya kepemilikan). Harga jual dan harga sewa disepakati pada awal perjanjian.<sup>45</sup>

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

Produk pembiayaan yang berdasarkan bagi hasil yaitu:

(1) Pembiayaan Musyarakah

Transaksi musyarakah dilandasi adanya keinginan para pihak yang bekerja sama untuk meningkatkan nilai aset yang mereka miliki secara bersama-sama. Semua bentuk usaha yang melibatkan dua pihak atau lebih di mana mereka secara bersama-sama memadukan seluruh bentuk sumber daya baik yang berwujud maupun tidak berwujud. Jadi musyarakah ialah akad kerjasama yang terjadi di antara diantara para pemilik modal (mitra musyarakah) untuk menggabungkan modal dan melakukan usaha secara bersama dalam suatu kemitraan, dengan nisbah pembagian hasil sesuai dengan kesepakatan, sedangkan kerugian ditanggung secara proporsional sesuai dengan kontribusi kontribusi modal.<sup>46</sup>

(2) Pembiayaan Mudharabah

Mudharabah adalah bentuk kerja sama antara dua atau lebih pihak di mana pemilik modal (*shahib al-maal*) mempercayakan sejumlah modal kepada modal kepada pengelola (*mudharib*) dengan suatu perjanjian pembagian keuntungan, dan kerugian hanya

---

<sup>45</sup> Ibid, Adiwarmarman A Karim, “*Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*”, (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2004), 98

<sup>46</sup> Naf'an, “*Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*”, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), cet ke 1, 96

ditanggung oleh pengelola dana. Mudharabah sendiri terbagi menjadi dua akad yaitu mudharabah muqayyadah dan mudharabah muthlaqah. Pada akad mudharabah muqayyadah yaitu usaha ditentukan pemilik modal dalam hal ini adalah bank. Sedangkan pihak yang menerima pembiayaan berlaku sebagai pengelola yang hanya berhak menjalankan usaha. Sedangkan mudharabah mutlaqa ialah usaha diajukan oleh mudharib kepada shahibul mal kemudian disetujui. Dalam akad ini bank tidak menentukan jenis usaha apapun dan hanya memodali usaha. Bank akan menerima nisbah bagi hasil dari usaha yang berjalan.

d) Pembiayaan dengan akad pelengkap (*tabarru'*)

Untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan, biasanya diperlukan juga akad pelengkap. Akad pelengkap ini tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, tapi ditujukan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Dalam akad pelengkap ini dibolehkan untuk meminta pengganti biaya-biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan akad ini. Berikut akad-akad pelengkap yaitu Hiwalah (Alih Utang-Piutang), Rahn (Gadai), Qardh, wakalah, dan kafalah.

**2) Produk Pengimpun Dana (*funding*)<sup>47</sup>**

Penghimpun dana adalah kegiatan usaha lembaga keuangan dalam menarik dan mengumpulkan dana-dana dari masyarakat dan menampungnya dalam bentuk simpanan, giro, tabungan, deposito, surat

---

<sup>47</sup> Ibid, Adiwarmanto A Karim, "Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan" (Jakarta : PT Rajagrafindo Persada, 2004), 107

berharga lainnya. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam menghimpun dana masyarakat adalah prinsip wadi'ah dan mudharabah.

a) Prinsip Wadi'ah (titipan)

Prinsip simpanan Wadi'ah ialah akad penitipan produk atau uang kepada koperasi maka kewajiban koperasi harus merawat produk atau uang titipan tersebut dengan baik, serta mengembalikan yang dititipkan saat penitip meminta kembali.

Prinsip wadi'ah yang diterapkan adalah wadi'ah yad dhamanah yang diterapkan pada produk rekening giro. wadi'ah dhamanah berbeda dengan wadi'ah amanah, dalam wadi'ah amanah, pada prinsipnya harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipi. Sementara itu dalam hal wadi'ah amanah, pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan harta titipan sehingga boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

b) Prinsip Mudharabah

Dalam mengaplikasikan prinsip Mudharabah penyimpan atau deposan bertindak sebagai shahibul mal (pemilik modal) dan bank sebagai mudharib (pengelola). Dana tersebut digunakan bank untuk melakukan Murabahah atau ijarah yang telah dijelaskan terlebih dahulu. Dapat pula dana tersebut digunakan bank untuk melakukan Mudharabah kedua. Hasil usaha ini akan dibagi hasilkan berdasarkan nisbah yang disepakati. Dalam hal bank menggunakan untuk

melakukan Mudharabah kedua, maka bank bertanggung jawab penuh atas kerugian yang terjadi.

### 3) Produk Jasa (*service*)

Produk-produk jasa bank syariah pada umumnya menggunakan akad-akad tabarru' yang dimaksudkan tidak untuk mencari keuntungan, tetapi dimaksudkan dengan fasilitas pelayanan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Oleh karena itu, bank sebagai penyedia jasa hanya membebani biaya administrasi. Jasa perbankan golongan ini yang bukan termasuk akad tabarru' adalah akad sharf yang merupakan akad pertukaran uang dengan uang dan ujarah yang merupakan bagian dari ijarah (sewa) yang dimaksudkan untuk mendapatkan upah (ujrah) atau *fee*.<sup>48</sup> Jasa perbankan tersebut antara lain berupa :

#### a) Sharf (jual beli valuta asing)

Pada prinsipnya jual beli valuta asing sejalan dengan prinsip sharf. Jual beli mata uang yang tidak sejenis ini, penyerahan harus dilakukan pada waktu yang sama (spot). Bank mengambil keuntungan dari jual beli valuta asing ini.

#### b) Ijarah (sewa)

---

<sup>48</sup> Asep Supyadillah, "Hukum Perbankan Syariah", (Jakarta: Wahana Kardofa, 2013), 76-77

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

## **b. Jasa bank Syariah**

### 1) Pelayanan

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat terwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, baik produksi jasa atau mungkin tidak berkaitan dengan produksi fisik. Pelayanan konsumen bukan sekedar melayani, namun merupakan upaya untuk membangun suatu kerja sama jangka panjang dengan prinsip saling menguntungkan. Proses ini sudah dimulai sejak belum terjadi transaksi hingga tahap evaluasi setelah transaksi. Pelayanan yang baik adalah bagaimana mengerti keinginan konsumen dan senantiasa memberikan nilai tambah dimata konsumen.

Pelayanan jasa bank merupakan produk jasa bank yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. Bank menawarkan produk jasa dengan tujuan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah bank atau pihak lain yang memerlukannya.

Semakin ketatnya persaingan antar bank, membuat bank berlomba lomba untuk memberikan pelayanan jasa yang sangat baik. Pelayanan jasa bank akan menimbulkan dampak positif terhadap perkembangan usaha bank. Pelayanan jasa yang umum diberikan oleh

bank syariah menggunakan berbagai jenis akad sesuai dengan karakteristik masing-masing jasa bank syariah.

Upaya memurnikan pelayanan bank syariah agar benar-benar sejalan dengan jiwa ketentuan syariat Islam harus dimulai dari mengaktifkan pelaksanaan tugas pelayanan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang ditempatkan pada lembaga keuangan syariah. Menurut rekomendasi riset tersebut, DPS adalah contoh tokoh kunci yang menjamin bahwa kegiatan operasional bank sesuai dengan prinsip syariah.<sup>49</sup>

Perbankan syariah juga menyelenggarakan pelayanan-pelayanan sebagaimana yang dilakukan perbankan konvensional pada umumnya. Jenis-jenis pelayanan yang lazim diselenggarakan oleh perbankan antara lain adalah :

a) Al-Wakalah (perwakilan)

Al-wakalah menurut bahasa artinya penyerahan, pendelegasian atau pemberian mandat. Akad wakalah adalah akad pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak ke pihak lain dalam hal hal yang boleh di wakalkan. Atau akad wakalah ialah akad pemberi kuasa kepada penerima kuasa untuk melaksanakan suatu tugas atas nama pemberi kuasa.<sup>50</sup>

Dalam pelaksanaanya di Bank Syariah Indonesia (BSI) akad wakalah memiliki berbagai bentuk atau contoh dalam pelayanan jasa

---

<sup>49</sup> Ismail, "*Perbankan Syariah*" (Jakarta: Kencana, 2013), 194

<sup>50</sup> Racmadi Usman, "*Produk dan Akad Perbankan Syariah di Indonesia*" (Jakarta: PT Citra Aditya Bakti, 2009), cet. 1, 268

perbankan syariah antara lain Transfer/ kiriman uang, Inkaso, dan L/C (*letter of credit*), berikut penjelasannya :

(1) Transfer

Transfer adalah suatu kegiatan jasa bank untuk memindahkan sejumlah dana tertentu sesuai dengan perintah si pemberi amanat yang ditujukan untuk keuntungan seseorang yang ditunjuk sebagai penerima transfer. Pelayanan Transfer merupakan bentuk pelayanan jasa yang diberikan oleh bank atas permintaan nasabah untuk mengirimkan sejumlah uang tertentu. Jasa transfer uang dapat dilakukan dari satu bank ke bank lainnya, dari satu rekening ke rekening lainnya dalam bank yang sama, cabang yang sama atau dalam bank yang sama tetapi cabang yang berbeda.<sup>51</sup>

(2) Inkaso

Inkaso adalah pemberian kuasa pada bank oleh nasabah (baik perusahaan maupun perorangan) untuk melakukan penagihan terhadap surat-surat berharga (baik yang berdokumen maupun yang tidak berdokumen) yang harus dibayar setelah pihak yang bersangkutan (pembayar atau tertarik) berada ditempat lain (dalam atau luar negeri) menyetujui pembayarannya. Dalam arti lain, Inkaso merupakan kegiatan jasa Bank untuk melakukan amanat dari pihak ke tiga berupa penagihan sejumlah uang kepada

---

<sup>51</sup> Bustari Muchtar. dkk, “*Bank dan Lembaga Keuangan lain*” (Jakarta: Kencana, 2016), cet. 1, 92

seseorang atau badan tertentu di kota lain yang telah ditunjuk oleh si pemberi amanat.

(3) *Letter of Credit (L/C)*

*Letter of Credit* atau dalam bahasa Indonesia disebut Surat Kredit Berdokumen merupakan salah satu jasa yang ditawarkan bank dalam rangka pembelian produk, berupa penangguhan pembayaran pembelian oleh pembeli sejak LC dibuka sampai dengan jangka waktu tertentu sesuai perjanjian. Tipe perjanjian yang dapat difasilitasi LC terbatas hanya pada perjanjian jual beli, sedangkan fasilitas yang diberikan adalah berupa penangguhan pembayaran.<sup>52</sup>

b) *Al-Kafalah* (garansi bank)

Merupakan jaminan yang diberikan oleh pemberi jaminan kepada pihak lain untuk memenuhi kewajiban pihak yang ditanggung. Dalam akad *kafalah*, diperjanjikan bahwa seseorang memberikan penjaminan kepada seorang kreditor yang memberikan utang kepada seorang debitor, yang mana pihak penjamin memberikan jaminan bahwa utang yang dilakukan oleh debitor kepada kreditor akan dilunasi oleh penjamin. Pemberi jaminan disebut *kafil* dan yang memberikan jaminan disebut *makful*. Atau *kafalah* juga berarti mengalihkan

---

<sup>52</sup> Ikatan Bankir Indonesia, “*Memahami Bisnis Bank*” (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013), 50-59

tanggung jawab seseorang yang dijamin dengan berpegang tanggung jawab orang lain sebagai penjamin.<sup>53</sup>

c) *AL-Hiwalah*

*AL-hiwalah* adalah merupakan pemindahan kewajiban membayar hutang dari orang yang berhutang kepada orang yang berutang lainnya. *Al-hawalah* juga di artikan pengalihan kewajiban membayar hutang dari beban pihak pertama kepada pihak lain yang berutang kepadanya atas dasar saling mempercayai. Tujuan akad ini yaitu untuk membantu *supplier* mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya. Bank mendapat ganti biaya atas jasa pemindahan piutang.

Dalam akad *Al-hawalah* terdapat tiga pihak yang terkait antara lain; *muhal* (pemberi pinjaman), *muhil* (penerima pinjaman), dan *muhal alaih* (orang yang dibebani untuk melunasi utang). *Muhal* memberikan pinjaman kepada *muhil*, sementara itu *muhil* masih mempunyai piutang pada *muhal alaih*. Pada saat itu *muhil* tidak mampu melakukan pembayaran atas utangnya kepada *muhal alaih*. Dengan demikian, *muhal alaih* tidak harus membayar utang kepada *muhil alaih*, akan tetapi membayar utangnya kepada *muhal*. Dari transaksi pengalihan hutang piutang ini, maka utang *muhil* kepada *muhal* menjadi lunas, karena *muhal alaih* yang akan melakukan pembayarannya.<sup>54</sup>

---

<sup>53</sup> M Nur Rianto Al Arif, “Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah” (Bandung: Alfabeta, 2012), 57

<sup>54</sup> Muhammad Syafii Antonio, op.cit. 120

d) *Ar-Rahn* (gadai)

*Ar-Rahn* adalah menahan harta salah satu milik si peminjam sebagai jaminan pinjaman yang diterimanya. Produk yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil kembali seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana *rahn* disebut sebagai jaminan utang atau gadai.<sup>55</sup>

e) *Al-Qard*

*Al-qard* adalah pemberian harta kepada orang lain yang dapat ditagih atau di minta kemabali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan. Dalam bank syariah *al-qard* biasanya pembiayaan yang diberikan kepada pengusaha kecil. Pembiayaan *al-qard* diberikan tanpa adanya imbalan.<sup>56</sup> Dalam literatur fiqh klasik, *qardh* dikategorikan dalam *aqd tathawwui* atau akad saling membantu dan bukan transfer komersial. Aplikasi *qardh*, antara lain sebagai pinjaman talangan haji, pinjaman tunai dari produk kartu kredit syariah.

f) *As-Sharf*

Merupakan pelayanan jasa bank syariah dalam pertukaran mata uang. Yang dimaksud dengan *sharf* adalah penambahan, penukaran, penghindaran, pemalingan, atau transaksi jual beli. *Sharf* dapat diartikan transaksi jual beli antara mata uang yang satu dengan mata

---

<sup>55</sup> Muhammad Arafat Yusmad, “*Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori ke Praktik*” (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 60

<sup>56</sup> Ibid, Muhammad Arafat Yusmad, “*Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori ke Praktik*” (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 61

uang yang lainnya, atau penukaran mata uang yang berlainan jenis mata uang atau yang lazim disebut jual beli valuta asing. Transaksi *sharf* dapat dibenarkan bila sesuai dengan persyaratan antara lain :

- 1) Nilai tukar antarmata uang yang akan diperjualbelikan telah dikuasai secara langsung oleh penjual dan pembeli.
- 2) Bila pertukaran antara mata uang yang sejenis, maka jumlah nilainya harus sama.
- 3) Salam *Sharf* tidak boleh ada tenggang waktu antara transaksi dan saat penyerahan uang, artinya pertukaran uang harus dilakukan secara tunai.
- 4) Transaksi *sharf* tidak untuk spekulasi, akan tetapi transaksi itu terjadi karena kedua pihak saling membutuhkan untuk melakukan jual beli mata uang.<sup>57</sup>

g) *Al-Ju'alah*

*Al-Ju'alah* adalah perjanjian (kontrak) penugasan pekerjaan antara seseorang pemberi tugas, yang disebut *fa'il*, yang mengikatkan diri untuk memberikan imbalan (*jua'al*) kepada orang lain (penerima tugas) karena bersedia atau telah berhasil melaksanakan tugas tertentu yang diberikan oleh *fa'il*.<sup>58</sup>

*Al-Ju'alah* yaitu jasa pelayanan pesanan/permintaan tertentu dari nasabah misalnya untuk memesan tiket pesawat atau produk dengan

---

<sup>57</sup> Ibid, Muhammad Arafat Yusmad, “*Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori ke Praktik*” (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 61

<sup>58</sup> Sutan Remy Sjahdeini, “*Produk-Produk Dan Aspek-Aspek Hukumnya*” (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), cet.1,

mempergunakan kartu kredit/cek/transfer. Atas jasa pelayanan ini bank memperoleh *fee*.

**g) Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia (BSI)**

Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) terbagi menjadi 3 bagian, yaitu:

a. Produk Penghimpun Dana

1) Tabungan

Tabungan adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Nasabah jika hendak mengambil simpanannya dapat datang langsung ke bank dengan membawa buku tabungan, slip penarikan, atau melalui fasilitas ATM.<sup>59</sup>

Berikut ini produk tabungan yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia:

a) BSI Tabungan *Easy Mudharabah*

Produk BSI dalam bentuk tabungan berikutnya adalah BSI Tabungan *Easy Mudharabah*. Sesuai dengan namanya, produk tabungan yang satu ini dalam pelaksanaannya menggunakan akad mudharabah sehingga dana yang diinvestasikan dalam tabungan Bank Syariah tersebut disalurkan ke dalam sektor-sektor yang telah

---

<sup>59</sup> Abdul Ghofur Anshori, “Perbankan Syariah Di Indonesia”, (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2009), 92

dijamin halal. Untuk mendapatkan tabungan ini, kamu dapat membuka rekening melalui cara online misalnya pada website BSI Syariah Online.

b) BSI Tabungan *Easy Wadiah*

Selain tabungan BSI *Easy Mudharabah*, terdapat pula tabungan BSI *Easy Wadiah*. Tabungan jenis ini juga menggunakan mata uang rupiah. Namun sesuai dengan namanya, akad yang digunakan pada tabungan ini merupakan akad *wadiah yad dhamanah*. Dalam hal ini nasabah dapat menitipkan dananya ke bank dengan tanpa khawatir karena akan dikelola dengan berdasarkan nilai-nilai syar'i. Kemudian ketika berbicara soal profit, maka bagi hasil dapat dilakukan apabila disetujui pihak terkait.<sup>60</sup>

c) BSI Tabungan Bisnis

Tabungan ini memiliki akad mudharabah muthlaqah yang menggunakan satuan mata uang rupiah sehingga transaksi yang dilakukan akan lebih mudah bagi segmen wiraswasta. Limit transaksi hariannya pun cenderung lebih besar. Jika kamu menggunakan produk tabungan BSI bisnis, kamu akan mendapatkan beberapa keuntungan seperti gratis biaya transfer dengan minimal saldo Rp10 juta dan limit transaksi yang lebih kompetitif.

---

<sup>60</sup> Indira Fatika Suhri "*Sales kit Produk*". (kantor Bank Syariah Indonesia KC Palu M. Yamin, 2022)

d) BSI Tabungan Junior

Produk Bank Syariah Indonesia berikutnya adalah BSI tabungan junior. Sesuai dengan namanya, produk tabungan yang satu ini diperuntukkan kepada anak atau pelajar yang masih berusia di bawah 17 thn. Tujuannya anak dapat memiliki motivasi dan dorongan untuk menabung sejak muda. Saldo awal untuk setoran minimal dari tabungan ini adalah 100 ribu rupiah.<sup>61</sup>

e) BSI Tabungan Haji Indonesia

BSI tabungan haji Indonesia merupakan tabungan dalam bentuk rupiah atau USD untuk perencanaan ibadah haji dan umrah. BSI Tabungan Haji Indonesia terbagi menjadi 2 akad yaitu BSI tabungan haji Indonesia *Wadiah* dan BSI tabungan haji Indonesia *Mudharabah*.

f) BSI Tabungan Berencana

Produk berikutnya yang juga menarik adalah BSI tabungan berencana. Jenis tabungan ini cocok untuk digunakan bagi individu perorangan yang ingin melakukan perencanaan finansial agar lebih terarah dan pasti.

g) BSI Tabungan Pendidikan

Produk BSI tabungan pendidikan juga tidak kalah menarik. Faktanya produk tabungan ini sangat cocok apabila kamu ingin

---

<sup>61</sup> Ibid, Indira Fatika Suhri “*Sales kit Produk*”. (kantor Bank Syariah Indonesia KC Palu M. Yamin, 2022)

merencanakan pendidikan anak yang ditanggung. Setoran bulanannya mulai dari 100 ribu rupiah.

h) BSI Tabungan Valas

BSI juga menyediakan tabungan dalam mata uang dollar. Jika kamu ingin memilikinya, kamu dapat langsung saja membuka tabungan BSI Valas ini.

i) BSI Tabungan Payroll

Tabungan khusus yang merupakan produk turunan dari tab Wadiah/Mudharabah regular yang dikhususkan untuk nasabah payroll dan nasabah Migran.

j) BSI Tabungan Pensiun

Tabungan dengan pilihan akad *Wadiah Yad Dhamanah* dan *Mudharabah* yang telah terdaftar di lembaga pengelola pensiun yang telah bekerja sama dengan Bank. Kemudahan syarat pembukaan rekening cukup melampirkan KTP, NPWP dan SK Pensiun. Mendapatkan fasilitas E-banking yaitu BSI Mobile, BSI Debit *Co Branding* Taspen yang berfungsi sebagai Kartu ATM dan debit dengan setoran awal minimum Rp 50.000.<sup>62</sup>

2) Produk Pembiayaan BSI

a) BSI Pembiayaan Murabahah, Istishna, Musyarakah, Mudharabah IMBT.

b) BSI Pembiayaan impian.

---

<sup>62</sup> Rachmad Nor Firman, Siti Ilfiah, "Analisa Produk Tabungan BSI dalam Menarik Minat Nasabah" (Tasharruf : Journal of Islamic Economics and Business) Vol. 03 No. 01 Mei 2022

- c) BSI KUR
  - d) Pembiayaan PKPA (Pembiayaan Koperasi Karyawan untuk Para Anggota).
  - e) BSI pembiayaan griya, BSI pembiayaan griya PUMP-KB, BSI Optima Pembiayaan Kepemilikan rumah dan BSI pembiayaan Kepemilikan rumah sejahtera syariah tapak.
  - f) Pembiayaan cicil emas BSI dan gadai emas BSI.
  - g) BSI pembiayaan umrah.
  - h) BSI pembiayaan dana berputar.
  - i) BSI pembiayaan pensiun.
  - j) BSI pembiayaan warung mikro.
  - k) BSI Pembiayaan alat kedokteran dana berputar.
  - l) BSI Pembiayaan Oto.
  - m) BSI Pembiayaan Eduka.
  - n) BSI pembiayaan dengan agunan investasi Syariah di Indonesia<sup>63</sup>
- 3) Jasa Bank Syariah Indonesia (BSI)
- a. BSI SMS Banking
- SMS banking merupakan layanan informasi dan transaksi perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui telepon seluler/*handphone* dengan menggunakan media *Short Message Service* (SMS).

---

<sup>63</sup> <https://www.bankbsi.co.id/> diakses pada hari jum'at, tanggal 1 Desember 2022, pukul 14.15 WITA

b. BSI Mobile

Bank Syariah Indonesia Mobile merupakan salah satu saluran distribusi yang digunakan untuk mengakses rekening nasabah melalui smartphone menggunakan jaringan teknologi 3G/4G dan Wifi yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia, dapat di install pada playstore atau appstore. BSI Mobile memberikan kemudahan kepada nasabah dalam bertransaksi, beribadah, dan berbagi melalui fitur layanan yang dikembangkan oleh bank tersebut. Setelah diumumkan secara resmi pada tanggal 01 Februari 2021 Bank Syariah Indonesia mulai merilis BSI Mobile dengan pembaruan fitur dan informasi notifikasi, sampai saat ini BSI terus melakukan perbaikan sistem transaksi perbankan.<sup>64</sup>

c. Kiriman uang (Transfer)

Transfer merupakan jasa yang disediakan bank untuk memindahkan sejumlah dana atas perintah si pemberi amanat dari rekening nasabah kepada penerima transfer pada bank lain atau pemindahan dana dari bank lain ke rekening nasabah sebagai penerima.

d. Kartu kredit (Bank Card)

Kartu kredit atau juga uang plastik adalah kartu yang dapat digunakan untuk mengambil uang tunai atau digunakan untuk membayar sejumlah barang yang dibeli. Kartu kredit merupakan jenis jasa bank yang diberikan kepada nasabah untuk bisa memperoleh uang tunai, pembayaran, dan jasa lainnya.

---

<sup>64</sup> Syafril, "*Lembaga Keuangan Bank*" (Jakarta : kencana, 2020), 11

e. BSI ATM

Fasilitas layanan jasa kepada nasabah untuk melakukan transaksi perbankan dengan perangkat mesin ATM (*Automated Teller Machine*) yang dimiliki oleh bank.<sup>65</sup>

f. BSI Net Banking

Jasa layanan transaksi perbankan melalui web yang dapat diakses oleh nasabah. Berbeda dengan BSI Mobile Banking yang dapat diakses secara gratis, BSI Net Banking memiliki biaya bulanan sebesar Rp 2500,-. Alamat website dapat dibuka atau diakses melalui <https://www.bankbsi.co.id/>.

g. BSI Electronic Payroll

Merupakan produk layanan PT Bank Syariah Indonesia Tbk dalam hal pembayaran gaji karyawan perusahaan tertentu yang bekerja sama dengan PT Bank Syariah Indonesia Tbk melalui teknologi terkini dengan mudah, aman dan fleksibel.

h. BSI Jual Beli Valas

Merupakan jasa pertukaran mata uang rupiah dengan mata uang asing atau sebaliknya, yang dilakukan oleh PT Bank Syariah Indonesia Tbk dengan nasabah.

---

<sup>65</sup> Ibid, Syafril, "*Lembaga Keuangan Bank*" (Jakarta : kencana, 2020), 135

i. Hasanah Card

Merupakan kartu yang berfungsi seperti kartu kredit yang hubungan hukum (berdasarkan sistem yang sudah ada) antara pihak terkait berdasarkan prinsip syariah mengacu pada Fatwa DSN MUI.<sup>66</sup>

4) Jasa Operasional Bank Syariah Indonesia (BSI)

a. BSI Payment Point

Jasa layanan transaksi Payment Point di PT Bank Syariah Indonesia Tbk pembayaran dapat dilakukan melalui debet rekening maupun tunai (cash) oleh nasabah di setiap outlet Bank Syariah Indonesia atau dapat melalui ATM.

b. BSI Kliring

Jasa penagihan warkat bank lain dan lokasi bank tertariknya berada di dalam satu wilayah kliring.

c. BSI RTGS (Real Time Gross Settlement)

Jasa transfer uang rupiah dengan hasil transfer dalam hitungan menit atau secara cepat dalam jumlah banyak melalui antar bank baik dalam kota maupun dikota yang berbeda secara real time.

d. BSI Inkaso

Jasa penagihan warkat bank lain yang hasil penagihan akan dikredit ke rekening nasabah terkait, yang di mana bank tertariknya berada di suatu wilayah kliring atau berada di luar negeri.<sup>67</sup>

---

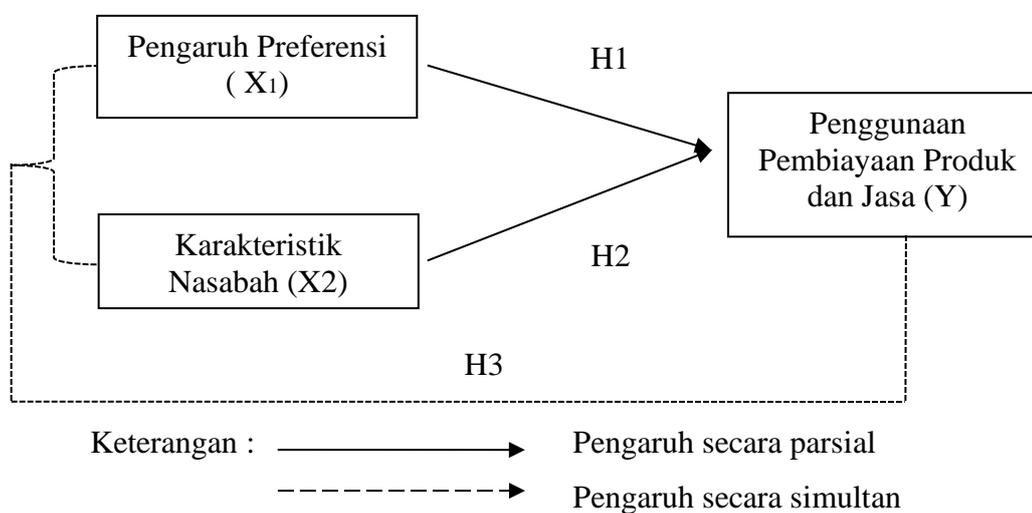
<sup>66</sup> Nasvara Shri Paramita Nugraheni, “Strategi Pemasaran Bsi Tabungan Easy Wadi’ah Pt Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo Selama Covid-19” (Yogyakarta, Skripsi : Universitas Islam Indonesia, 2021), 25

### e. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah penggunaan produk dan jasa bank syariah oleh nasabah serta faktor dan karakter (pendidikan, pengetahuan, sikap, jenis kelamin, usia) menjadi variabel yang mempengaruhi atau variabel independen.

Penelitian ini mengenai pengaruh preferensi dan karakteristik nasabah terhadap penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palu M. Yamin dapat digambarkan sebagai berikut.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



<sup>67</sup> Ibid, Nasvara Shri Paramita Nugraheni, “Strategi Pemasaran Bsi Tabungan Easy Wadi’ah Pt Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo Selama Covid-19” (Yogyakarta, Skripsi : Universitas Islam Indonesia, 2021), 25

#### ***D. Hipotesis***

Hipotesis berasal dari kata *hypo* yang berarti dibawah dan *thesa* yang berarti kebenaran. Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih diuji. Hipotesis juga merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.<sup>68</sup> Berdasarkan latar belakang dan masalah yang dikemukakan, maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H1= Diduga Preferensi Nasabah Berpengaruh Terhadap Penggunaan Produk Dan Jasa Bank Syariah.

H2= Diduga Karakteristik Nasabah Berpengaruh Terhadap Penggunaan Produk Dan Jasa Bank Syariah.

H3= Diduga Preferensi Dan Karakteristik Nasabah Berpengaruh Terhadap Penggunaan Produk Dan Jasa Bank Syariah.

---

<sup>68</sup>Nanang Martono, “*Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*” edisi revisi 2 (Cet V. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), 67.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### ***A. Pendekatan dan Desain Penelitian***

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan mengumpulkan data berupa angka, atau berupa kata-kata, atau kalimat yang dikonversi menjadi data yang berbentuk angka. Data berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut.<sup>69</sup>

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*Field Research*) dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu menjelaskan tentang pengaruh preferensi dan karakteristik nasabah terhadap penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palu M. Yamin, penelitian dengan pendekatan deskriptif kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistik. Metode deskriptif kuantitatif ini dilakukan untuk menjelaskan fenomena yang ada dengan mengumpulkan data yang berupa angka kemudian diolah dengan metode statistik menggunakan *Statistical Product and Service Solutions (SPSS)*.<sup>70</sup>

---

<sup>69</sup> Nanang Martono, “*Metode Penelitian Kuantitatif*”, Edisi Revisi 2, (Cet. V ; Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada , 2016), 20.

<sup>70</sup> Erlisa Hesti Umaroh “*Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Flash Sale Shopee Mahasiswa Febi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*” (Skripsi diterbitkan, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020), 43.

## B. Populasi dan Sampel Penelitian

### a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas, karakteristik,<sup>71</sup> dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian.<sup>72</sup> Dengan demikian penulis menyimpulkan dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah 59.017 orang yang menjadi nasabah peminat produk dan jasa di Bank Syariah Indonesia KC Palu M. Yamin<sup>73</sup>

**Tabel 3.1**  
**Rincian populasi penelitian**

<b>Kriteria</b>	<b>Jumlah</b>
Tabungan Easy Mudharabah	15.317
Tabungan Easy Wadi'ah	16.788
Aktivasi BSI Mobile	26.912

### b. Sampel

Menurut Sugiyono sampel adalah sebagian dari populasi, populasi itu misalnya produk di suatu wilayah tertentu, jumlah murid dan guru di sekolah tertentu dan sebagainya.<sup>74</sup>

Menurut Margono *Teknik sampling* adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan

<sup>71</sup> Sugiyono, "*Statistika dan Penelitian*", (Cet. X ; Bandung: Afabeta, 2005), 55.

<sup>72</sup> Nanang Martono, "*Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*", 2016, 76.

<sup>73</sup> Dewi Indah sari, *Branch Office Service Manajer (BOSM)*, Bank Syariah Indonesia KC Palu M. Yamin, Wawancara Oleh Penulis Di Palu, 23 Agustus 2022.

<sup>74</sup> Rilly Indrawan dan Poppy Yuniawati, "*Metedologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran Untuk Managemen, Pembangunan, dan Pendidikan*", (Bandung: PT Refika Aditama, 2014), 117.

sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang *representatif*.<sup>75</sup>

Maka rumus yang digunakan dalam pengambilan sampel berikut ini yaitu rumus slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

$n$  = Ukuran Sampel

$N$  = Ukuran Populasi

$e$  = Batas toleransi kesalahan

Dengan demikian populasi dalam penelitian ini adalah 59.017 orang dan penjabarannya sebagai berikut:

Diketahui  $N = 59.017$  orang dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel adalah 10 %.

$$\begin{aligned} n &= \frac{59.017}{1 + 59.017 (0.1)^2} = \frac{59.017}{1 + 59.017 (0.01)} = \frac{59.017}{1 + 590,17} = \frac{59.017}{591,17} = \\ &= 99,83 = 100 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil dari rumus tersebut maka di peroleh sampel untuk penelitian ini sebanyak 100 orang dalam peminat penggunaan produk dan jasa oleh nasabah Bank Syariah Indonesia KC Palu M. Yamin pilihan rekening tabungan Easy *Wadiah*, tabungan Easy Mudharabah dan aktivasi BSI Mobile dengan pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dan *accidental sampling*, dengan *nonprobability sampling*, anggota populasi tidak

---

<sup>75</sup> Margono, “*Metodologi Penelitian Pendidikan*”, ( Jakarta: Rieneka Cipta, 2004).

memiliki peluang terpilih yang sama untuk dijadikan sampel. Dan pada prosedur *accidental sampling*, pengambilan sampel dilakukan berdasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan mendapatkan data.<sup>76</sup>

Perlu diperhatikan juga bahwa penentuan pelaksanaan pengambilan sampel dan jumlah sampel dilakukan berdasarkan keterbatasan yang dihadapi peneliti dalam hal biaya dan waktu. Data kemudian dikumpulkan dengan cara membagi kuesioner, dan hasil kuesioner tersebut diolah dengan menggunakan SPSS 21.<sup>77</sup>

### C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>78</sup> Hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, maka jenis jenis varibel dalam penelitian dapat dibedakan sebagai berikut:

#### 1. Variabel bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas atau (*Independent Variable*) yang dilambangkan dengan (X) merupakan variabel yang mempunyai variabel lain dan dapat menghasilkan sebuah akibat. Adapun variabel pada penelitian ini yaitu: pengaruh preferensi (X1), dan Karakteristik Nasabah (X2).

---

<sup>76</sup> Syofian Siregar, “*Metode Penelitian Kuantitatif*”, Cet. IV; Jakarta: Penerbit Kencana, Januari 2017), 32.

<sup>77</sup> Hadija, Nuriatullah, dan Nurfitriani, “*Pengaruh Religiusitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BRI Syariah Dalam Transaksi Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Syariah*”, Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah (2019). 48

<sup>78</sup> Sofyan Siregar, “*Statistika Deskriptif untuk Penelitian*”, Edisi 1 (Cet; 1, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2010), 145

## 2. Variabel terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat atau (*Dependent Variable*) yang dilambangkan dengan (Y) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*Independent Variabel*). variabel terikat dalam penelitian ini yaitu: penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palu M.Yamin (Y).

### D. Definisi Operasional

Berdasarkan judul di atas, agar lebih terfokusnya penelitian ini maka perlu adanya definisi operasional. Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara untuk mengukur suatu variabel. Adapun definisi operasional dari variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	Preferensi (X1)	Preferensi adalah pilihan-pilihan yang dibuat oleh para konsumen atau nasabah atas produk-produk yang dikonsumsi. Kekuatan preferensi konsumen akan menentukan produk-produk apa yang mereka beli dan pendapatan mereka yang terbatas, dan juga permintaan untuk produk-produk. Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk atau jasa yang dikonsumsi (Kotler, 2000: 15) <sup>79</sup>	a. Kelengkapan (Completeness) b. Transsivitas (Transitivity) c. Kesenambungan (Continuity) d. Lebih banyak lebih baik (the more is the better) <sup>80</sup>
2.	Karakteristik	karakteristik nasabah yaitu	a. Kesesuaian

<sup>79</sup> Philip Kotler, "*Manajeme Pemasaran*", Prenhalindo, Jakarta : 2000

<sup>80</sup> Nur Rianto Al Arif, "*Teori Mikroekonomi*", (Jakarta, Kencana 2010), 110

	Nasabah (X2)	perilaku atau sifat mengenai bagaimana individu, kelompok, dan organisasi dalam memilih maupun membeli. Karakteristik nasabah merupakan tindakan-tindakan individu dimana secara langsung mungkin terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan, dan menentukan produk maupun jasa, yang termasuk proses pengambilan keputusan tersebut. <sup>81</sup>	dengan syariah b. Pandangan dan pendapat nasabah tentang bunga bank c. Memberikan kepercayaan dan rasa aman kepada nasabah d. Transaksi keuangan yang sesuai dengan syariat Islam e. Kualitas layanan bank <sup>82</sup>
3.	Produk dan Jasa Bank Syariah (Y)	Pengertian Produk Jasa produk dalam Islam adalah suatu yang dihasilkan proses produksi yang baik, bermanfaat dapat dikonsumsi, bedaya guna dan dapat menghasilkan perbaikan material, moral dan spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang islam merupakan pengertian produk dalam islam. Produk dan ekonomi konvensional adalah produk yang dapat dipertukarkan. Tetapi produk dalam ekonomi islam adalah produk yang dapat dipertukarkan	a. Bentuk produk dan jasa b. Nama produk tabungan dan jasa yang menggunakan istilah Islam, c. Manfaat produk dan jasa pada tabungan, d. Jaminan keamanan produk dan jasa. <sup>84</sup>

<sup>81</sup> Darmadiansyah , Emy Rahmawati , Noor Hidayati “*Pengaruh Karakteristik Nasabah, Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Kalsel Syariah Banjarmasin)*”, (Vol 8, No. 1, E-ISSN 2541-187X, Banjarmasin : Jurnal Bisnis dan Pembangunan)

<sup>82</sup> Delfia Zanna, “*Hubungan Karakteristik Dan Loyalitas Dalam Mencegah Perpindahan Nasabah (Customer Churn) Studi Kasus Pada Bank Dki Syariah Cabang Pondok Indah*” (Jakarta 2009)

		dan juga berdayaguna secara moral. <sup>83</sup>	
--	--	--	--

### ***E. Instrumen Penelitian***

Instrumen penelitian adalah alat atau media yang digunakan peneliti sebagai pengumpul data dalam melakukan penelitian dapat berupa kuesioner, pedoman wawancara dan lain-lain.<sup>85</sup> Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrumen penelitian dalam bentuk kuesioner atau angket dengan menggunakan skala likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang terhadap suatu kejadian atau keadaan sosial, dimana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item pernyataan. Dalam skala likert terdapat dua bentuk jawaban yaitu pernyataan positif dan negatif. Jawaban positif dan negatif akan diberi skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju, skor 2 untuk jawaban tidak setuju, skor 3 untuk jawaban kurang setuju, skor 4 untuk jawaban setuju, dan skor 5 untuk jawaban sangat setuju.<sup>86</sup> Berikut ini contoh kategori jawaban dari pernyataan positif dan negatif :

---

<sup>84</sup> Chusnul Chotimah, “*Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta*” (Surakarta : Skripsi)

<sup>83</sup> Abdul Halim Usman, “*Management Strategi Syariah Teori, Konsep dan Aplikasi*”, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2015), 133

<sup>85</sup> Syofian Siregar, “*Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*”, (Jakarta: Kencana, 2013), 25.

<sup>86</sup> Haryadi Sarjono dan Winda Julianti, *SPSS vs LISREL Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), 6.

**Tabel 3.2**  
**Contoh Kategori Pertanyaan**

1	2	3	4	5
Sanga Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)

#### ***F. Teknik Pengumpulan Data***

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan informasi kuantitatif yang sumber datanya diperoleh dari responden baik berupa data primer (melalui kuesioner atau data hasil wawancara, data ini perlu diolah lagi) dan data sekunder (dari buku, artikel, dokumen dan sebagainya, data ini tidak perlu diolah).<sup>87</sup> Dalam pelaksanaan pengumpulan data, penulis menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu:

##### 1. Kuesioner

Metode kuesioner merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian oleh responden. Setelah diisi, kuesioner dikembalikan ke peneliti.

##### 2. Teknik Kepustakaan

**Teknik kepustakaan** merupakan cara pengumpulan data dengan mempelajari buku-buku, penelitian terdahulu maupun internet dengan maksud untuk memperoleh landasan teori maupun data pendukung lainnya.

---

<sup>87</sup> V. Wiratna Sujarweni, “*Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*” (Yogyakarta: Pustaka Baru Pres, 2014), 73-74

## G. Teknik Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat dipergunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah.<sup>88</sup>

Analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yaitu proses analisis terhadap data-data yang berbentuk angka dengan cara perhitungan secara statistik untuk mengukur analisis yang mempengaruhi preferensi dan karakteristik nasabah terhadap penggunaan produk dan jasa bank syariah dengan menggunakan SPSS 26 sebagai alat ukurnya.

### 1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak sahnya kuesioner, uji validitas ini menggunakan metode *Correlation If Item Deleted*. Kuesioner yang valid adalah kuesioner yang mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dalam kuesioner tersebut. Kriteria pengukurannya apabila  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dengan nilai signifikan 10%.<sup>89</sup>

#### b. Uji Reliabilitas

Setelah pengujian instrumen validitas, maka dilanjutkan pengujian instrumen reliabilitas yang merupakan pengujian terhadap tingkat keandalan

---

<sup>88</sup> Ibid, V. Wiratna Sujarweni, “*Metodologi Penelitian*” (Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami (Yogyakarta: Pustaka Baru Pres, 2014), 147

<sup>89</sup> Sugiyono, “*Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, dan Disertasi*”, (Cet; II, Bandung: Alfabeta, 2014), 75.

instrumen penelitian. Tingkat andalan dapat dilihat dari pengukur tersebut yang menghasilkan hasil-hasil yang konsisten. Dengan menguraikan aplikasi SPSS, pengujian tingkat reliabilitaas sebuah kuesioner dapat dilihat pada nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ )  $\geq 0,60$ .<sup>90</sup>

## 2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan agar data sampel yang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Pengujian meliputi :

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada dasarnya uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data yang berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita.<sup>91</sup>

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode Kolmogorov Smirnov dengan alat bantu program Statistik SPSS. Uji normalitas dengan metode Kolmogorov Smirnov bertujuan untuk menguji apakah sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.<sup>92</sup>

### b. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah untuk menguji adanya kolerasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi

---

<sup>90</sup> Suliyanto, *“Ekonometrika Terapan, Teori dan Aplikasi Dengan SPSS”*, (Yogyakarta : CV Andi Offset, 2011), 222.

<sup>91</sup> Haryadi Sarjono dan Winda Julianti, *SPSS vs Lisrel Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*, (Jakarta: SalembaEmpat, 2011), 53.

<sup>92</sup> Asep Saipul Hamdi, dan E Baharuddin, *“Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan”*, (Cet 1, Yogyakarta: Deepulish, 2014), 114.

kolerasi di antara variabel independen. Jika variabel-variabel independen saling berkolerasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi adalah dengan cara melihat nilai *variance inflation factor* (*VIF*). Jika nilai (*VIF*) lebih besar dari 10, maka terjadi multikolinieritas.<sup>93</sup>

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.<sup>94</sup> Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dilihat dengan menggunakan Uji *Glejser*. Uji *Glejser* dilakukan dengan mengkorelasikan absolut residual (AbsR) sebagai variabel tidak bebas dengan variabel bebas tetap. Jika korelasi signifikan secara statistik mempengaruhi variabel tidak bebas, maka terjadi heteroskedastisitas.<sup>95</sup>

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda, yaitu persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel independen.

---

<sup>93</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*, (Jakarta: PT. Prestasi Pustaka, 2009), 58.

<sup>94</sup> Imam Ghozali, "*Aplikasi Analisis Multivariate, dengan Program IBM SPSS 21*", Eds.7, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), 93.

<sup>95</sup> Sugiyono, "*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*", (Bandung: Alfabeta, 2014) 2.

Metode analisis regresi berganda dengan rumus sebagai berikut:<sup>96</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e_i$$

Keterangan:

Y	=	penggunaan produk dan jasa
X1	=	Pengaruh Preferensi
X2	=	Karakteristik Nasabah
b <sub>1</sub> -b <sub>2</sub>	=	Koefisien regresi
a	=	Konstanta
e <sub>i</sub>	=	Faktor kesalahan/ <i>error</i>

#### 4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini diartikan sebagai jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis merupakan pernyataan alternatif tentang hubungan antara beberapa dua variabel atau lebih. Untuk menguji hipotesis menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha = 10\%$ . Caranya untuk menguji hipotesis menggunakan uji T dan uji F.<sup>97</sup>

##### a. Uji T

pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Adapun caranya yaitu dengan melakukan perbandingan antara  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada tingkat kepercayaan 95%,  $\alpha = 10\%$  (0,1) dan df 2 (n-k) atau  $(100-3) = 97$ , hasil diperoleh untuk  $t_{tabel}$  1,66.<sup>98</sup>

<sup>96</sup> Danang Sunyoto, "Analisis Regresi dan Uji Hipotesis", (Yogyakarta: CAPS, 2011), 72.

<sup>97</sup> V. Wiratna Sujarweni, "Metodologi Penelitian" (Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami),

<sup>98</sup> Hengky Latan, "Aplikasi Analisis Data Statistik Untuk Ilmu Sosial Sains dengan IBM

#### b. Uji F

Uji F yaitu uji untuk mengetahui pengaruh variabel independen, yaitu pengaruh preferensi (X1), karakteristik nasabah (X2), dan secara simultan terhadap variabel dependen yaitu Produk dan jasa Bank Syariah Indonesia (Y). Untuk mengetahui variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dilakukan perbandingan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  pada tingkat keyakinan 95%.  $\alpha = 10\%$  (0,1) dan  $df = 2$  ( $n-k-1$ ) atau  $(100-2-1) = 97$ , hasil yang diperoleh untuk  $F_{tabel}$  sebesar 2,358.<sup>99</sup>

#### 5. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi yaitu mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan nilai *Adjusted R Square* karena variabel independen lebih dari dua dan nilai *Adjusted R Square* dapat naik turun apabila variabel independen ditambahkan dalam model penelitian.<sup>100</sup>

---

SPSS", (Bandung: Alfabeta: 2014), 119.

<sup>99</sup> Ridwan, "Penelitian untuk Guru, Karyawan dan Peneliti", (Bandung: Alfabeta, 2012), 142.

<sup>100</sup> Iman Ghazali, "Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23", Eds.8, (Cet. VIII; Semarang: Badan Penelitian, Universitas Diponegoro, 2016), 96.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### ***A. Gambaran Umum Objek Penelitian***

#### **1. Sejarah BSI KC Palu M. Yamin**

Indonesia sebagai Negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal *matter* serta dukungan *stakeholder* yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termaksud di dalamnya adalah Bank Syariah.

Bank Syaiah memainkan peran penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivasi ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri Perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.<sup>101</sup>

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI).

---

<sup>101</sup> Bankbsi.com, <https://www.bankbsi.ci.id/company-information/tentang-kami>. Diakses 10 Desember 2022, Pukul 18.41

Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Sebelum Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut tempat peneliti masih bernama PT. Bank BNI Syariah Cabang Palu Muhammad Yamin, namun sekarang telah berganti nama menjadi PT. BSI KC Palu M. Yamin yang merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, dan mengharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil 'Aalamiin).

## **2. Visi dan Misi BSI KC Palu M. Yamin**

Visi yaitu : TOP 10 Global Islamic Banking

Misi yaitu :

- a. akses solusi keuangan syariah di Indonesia melayani >20 Juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.

- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat ( $PB > 2$ ).
- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talent terbaik Indonesia perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kerja.<sup>102</sup>

### 3. Struktur Organisasi BSI Kantor Cabang Palu M. Yamin

Gambar 4.1



*Struktur Organisasi BSI KC PALU M. Yamin*

<sup>102</sup>Ibid, Bankbsi.com, <https://www.bankbsi.ci.id/company-information/tentang-kami>. Diakses 10 Desember 2022, Pukul 18.41

## ***B. Hasil Penelitian***

### **1. Deskripsi Responden**

Deskripsi responden digunakan untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden sehingga dapat memberikan informasi tambahan serta memahami hasil-hasil penelitian. Penyajian data deskriptif penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat dari data penelitian tersebut serta hubungan variabel yang digunakan dalam penelitian dengan jumlah responden 100 orang nasabah dalam penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palu M. Yamin. Dalam penelitian ini penulis mendeskripsikan data penelitian secara lebih rinci mengenai profil responden serta variabel penelitian.

Dari kuesioner yang telah dijawab oleh responden, maka penelitian memperoleh data responden sebagai berikut :

#### a. Jenis Kelamin

**Table 4.1**

**Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
Laki-laki	44	44%
Perempuan	56	56%
Total	100	100%

*Sumber: Hasil Penelitian. 2023*

Pada table 4.1 menunjukkan bahwa dari 100 orang, sampel dalam penelitian ini yang seperti terlihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100

responden. Sebagian besar merupakan responden perempuan berjumlah 56 orang dengan persentase sebesar (56%), sedangkan sisanya merupakan responden laki-laki berjumlah 44 orang dengan persentase sebesar (44%).

b. Umur

Pengelompokan responden berdasarkan umur dapat dilihat pada table berikut ini:

**Table 4.2**

**Deskripsi Responden Berdasarkan Usia**

<b>Angkatan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
17-25 tahun	61	61%
26-35 tahun	17	17%
35-46 tahun	16	16%
≥46 tahun	6	6%
Total	100	100%

*Sumber: Hasil Penelitian. 2023*

Pada table 4.2 menunjukkan bahwa dari 100 orang, sampel dalam penelitian ini seperti terlihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden. Sebagian besar merupakan responden dari usia 17-25 tahun berjumlah 61 orang dengan persentase (61%), responden usia 26-35 tahun berjumlah 17 orang dengan presentase (17%), responden usia 36-45 tahun berjumlah 16 orang dengan presentase (16%), responden usia ≥46 tahun berjumlah 6 orang dengan persentase (6%).

c. Pekerjaan

Pengelompokan responden berdasarkan Pekerjaan dapat dilihat pada table berikut ini:

**Table 4.3**  
**Deskripsi Responden berdasarkan Profesi/Pekerjaan**

<b>Profesi/Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
ABRI/Polisi/PNS	20	20%
Karyawan Swasta	16	16%
Pengusaha/Pedagang	10	10%
Petani	3	3%
Mahasiswa/Pelajar	42	42%
Karyawan Toko Buah	1	1%
Pegawai BUMN	2	2%
Guru Honorar	2	2%
Karyawan Koprasi	1	1%
Kasir Toko	1	1%
Operator Kantor Desa	1	1%
PPNPN Pengadilan Agama	1	1%
Total	100	100%

*Sumber: Hasil Penelitian. 2023*

Pada table 4.3 menunjukkan bahwa dari 100 orang, sampel dalam penelitian ini yang seperti terlihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden, sebagian besar merupakan responden dengan profesi/pekerjaan sebagai mahasiswa/pelajar berjumlah 42 orang dengan persentase sebesar (42%),

responden dengan profesi/pekerjaan sebagai ABRI/Polisi/PNS berjumlah 20 orang dengan persentase sebesar (20%), responden dengan profesi/pekerjaan sebagai Karyawan Swasta berjumlah 16 orang dengan persentase sebesar (16%), responden dengan profesi/pekerjaan sebagai Pengusaha/Pedagang berjumlah 10 orang dengan persentase sebesar (10%), dan responden dengan profesi/pekerjaan sebagai Petani berjumlah 3 orang dengan persentase (3%), responden dengan profesi/pekerjaan sebagai Pegawai BUMN berjumlah 2 orang dengan persentase (2%), responden dengan profesi/pekerjaan sebagai Guru honorer berjumlah 2 orang dengan persentase (2%), responden dengan profesi/pekerjaan sebagai Karyawan Toko Buah berjumlah 1 orang dengan persentase (1%), responden dengan profesi/pekerjaan sebagai Karyawan Koprasi berjumlah 1 orang dengan persentase (1%), responden dengan profesi/pekerjaan sebagai Kasir Toko berjumlah 1 orang dengan persentase (1%), responden dengan profesi/pekerjaan sebagai Operator Kantor Desa berjumlah 1 orang dengan persentase (1%), dan responden dengan profesi/pekerjaan sebagai PPNPN Pengadilan Agama berjumlah 1 orang dengan persentase (1%).

d. Lama Penggunaan Terhadap Aplikasi BRImo

Pengelompokan responden berdasarkan Lama Penggunaan Terhadap Aplikasi BRImo dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Table 4.4**  
**Deskripsi Responden berdasarkan Lama Menggunakan Produk dan Jasa**  
**Bank Syariah Indonesia**

Lama Penggunaan	Frekuensi	Persentase (%)
≤ 1 tahun	64	64%
1-2 tahun	36	36%
Total	100	100%

*Sumber: Hasil Penelitian. 2023*

Pada table 4.4 menunjukkan bahwa dari 100 orang, sampel dalam penelitian ini yang seperti terlihat pada table di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden, diketahui sebagian besar merupakan responden menggunakan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia selama  $\leq 1$  tahun berjumlah 64 orang dengan presentase (64%), dan responden 1-2 tahun menggunakan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia berjumlah 36 orang dengan presentase (36%).

## 2. Deskripsi Variabel

Deskripsi hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.5**  
**Resume Hasil Survei Variabel Preferensi (X1), Karakteristik Nasabah (X2),**  
**Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia (Y)**

NO.	Pernyataan	1	2	3	4	5	Total Skor	N	Mean
		STS	TS	KS	S	SS			
<b>Preferensi (X1)</b>									

1.	Pernyataan 1	0	16	6	43	35	389	100	3,97
2.	Pernyataan 2	4	15	7	34	40	391	100	3,91
3.	Pernyataan 3	7	11	10	37	35	382	100	3,82
4.	Pernyataan 4	7	9	12	38	34	383	100	3,83
<b>Karakteristik Nasabah (X2)</b>									
5.	Pernyataan 5	10	11	7	33	39	380	100	3,8
6.	Pernyataan 6	3	19	7	39	32	378	100	3,78
7.	Pernyataan 7	8	9	4	38	41	398	100	3,98
8.	Pernyataan 8	4	11	10	40	35	391	100	3,91
9.	Pertanyaan 9	3	13	14	44	26	377	100	3,77
<b>Penggunaan Produk dan Jasa (Y)</b>									
10.	Pernyataan 10	5	12	9	40	34	386	100	3,86
11.	Pernyataan 11	12	7	4	41	36	382	100	3,82
12.	Pernyataan 12	6	13	12	40	29	373	100	3,73
13.	Pernyataan 13	3	14	8	41	34	389	100	3,89

*Sumber: Hasil Penelitian. 2023*

Berdasarkan tabel 4.5 diatas diperoleh nilai mean dari keseluruhan variabel yang ada. Dari variabel X1 diperoleh nilai mean tertinggi pada pernyataan ke-1 dengan nilai mean sebesar 3,97, pada variabel X2 diperoleh nilai mean tertinggi pada pernyataan ke-7 dengan nilai mean sebesar 3,98, Sedangkan dari variabel Y diperoleh nilai mean tertinggi pada pernyataan ke-13 dengan nilai mean sebesar 3,89.

## a. Preferensi (X1)

Deskripsi responden sebanyak 100 orang terhadap pertanyaan mengenai preferensi penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia sebagai berikut:

**Table 4.6****Pernyataan Pertama**

**Melengkapi data diri nasabah sangat penting bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai referensi dalam proses verifikasi dan transaksi di seluruh channel dan layanan bank.**

<b>Pilihan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
STS	0	0%
TS	16	16%
KS	6	6%
S	43	43%
SS	35	35%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Hasil Penelitian. 2023*

Pada tabel 4.6 untuk pernyataan pertama menunjukkan bahwa dari 100 orang, sampel dalam penelitian ini seperti terlihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden, 35 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (35%), 43 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (43%), 6 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (6%), dan 16 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (16%).

**Tabel 4.7****Pernyataan Kedua**

**Saya tertarik menyimpan dana di Bank Syariah Indonesia (BSI) karena informasi yang dilakukan bank di media cetak, media sosial, dan marketing lengkap dan persuasif.**

<b>Pilihan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
STS	4	4%
TS	15	15%
KS	7	7%
S	34	34%
SS	40	40%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Hasil Penelitian. 2023*

Pada tabel 4.7 untuk pernyataan kedua menunjukkan bahwa dari 100 orang, sampel dalam penelitian ini seperti terlihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden, 40 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (40%), 34 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (34%), 7 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (7%), 15 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (15%), dan 4 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (4%).

**Tabel 4.8**  
**Pernyataan Ketiga**  
**Bank Syariah Indonesia (BSI) terus menjaga nilai-nilai syariah dengan**  
**memberikan pembiayaan yang sehat dan berkelanjutan sehingga tetap**  
**menjaga keberlangsungan kehidupan dan lingkungan.**

<b>Pilihan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
STS	7	7%
TS	11	11%
KS	10	10%
S	37	37%
SS	35	35%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Hasil Penelitian. 2023*

Pada tabel 4.8 untuk pernyataan ketiga menunjukkan bahwa dari 100 orang, sampel dalam penelitian ini seperti terlihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden, 35 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (35%), 37 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (37%), 10 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (10%), 11 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (11%), dan 7 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (7%).

**Tabel 4.9**  
**Pernyataan Keempat**

**Saya memilih produk dan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) berdasarkan banyaknya nasabah yang menggunakan.**

<b>Pilihan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
STS	7	7%
TS	11	11%
KS	10	10%
S	37	37%
SS	35	35%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Hasil Penelitian. 2023*

Pada tabel 4.9 untuk pernyataan keempat menunjukkan bahwa dari 100 orang, sampel dalam penelitian ini seperti terlihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden, 35 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (35%), 37 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (37%), 10 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (10%), dan 11 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase (11%), dan 7 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (7%).

**b. Karakteristik Nasabah (X2)**

Deskripsi responden terbanyak 100 orang terhadap pernyataan mengenai karakteristik nasabah pengguna produk dan jasa Bank Syariah Indonesia sebagai berikut :

**Tabel 4.10****Pernyataan Pertama**

**Bahwa dengan berpartisipasi menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) akan meningkatkan kesadaran terhadap nilai-nilai Islam yaitu dengan menjalankan aturan syariah.**

<b>Pilihan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
STS	10	10%
TS	11	11%
KS	7	7%
S	33	33%
SS	39	39%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Hasil Penelitian. 2023*

Pada tabel 4.10 untuk pernyataan kelima menunjukkan bahwa dari 100 orang, sampel dalam penelitian ini seperti terlihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden, 39 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (39%), 33 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (33%), 7 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (7%), 11 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (11%), dan 10 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (10%).

**Tabel 4.11****Pernyataan Kedua**

**Bank Syariah Indonesia (BSI) tidak menerapkan sistem bunga dalam transaksinya karena menurut syariah Islam bunga dikatakan sebagai riba yang hukumnya haram.**

<b>Pilihan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
STS	3	3%
TS	19	19%
KS	7	7%
S	39	39%
SS	32	32%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Hasil Penelitian. 2023*

Pada tabel 4.11 untuk pernyataan pertama menunjukkan bahwa dari 100 orang, sampel dalam penelitian ini seperti terlihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden, 32 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (32%), 39 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (39%), 7 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (7%), 19 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (19%), dan 3 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (3%).

**Tabel 4.12**  
**Pernyataan Ketiga**  
**Nasabah merasa nyaman dan aman dalam bertransaksi di Bank Syariah**  
**Indonesia (BSI).**

<b>Pilihan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
STS	8	8%
TS	9	9%
KS	4	4%
S	38	38%
SS	41	41%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Hasil Penelitian. 2023*

Pada tabel 4.12 untuk pernyataan kedua menunjukkan bahwa dari 10 orang, sampel dalam penelitian ini seperti terlihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden, 41 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (41%), 38 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (38%), 4 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (4%), 9 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (9%), dan 8 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (8%).

**Tabel 4.13****Pernyataan Keempat**

**Saya tetap menggunakan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) karena transaksi keuangan yang sesuai dengan syariat Islam.**

<b>Pilihan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
STS	4	4%
TS	11	11%
KS	10	10%
S	40	40%
SS	35	35%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Hasil Penelitian. 2023*

Pada tabel 4.13 untuk pernyataan ketiga menunjukkan bahwa dari 100 orang, sampel dalam penelitian ini seperti terlihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden, 35 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (35%), 40 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (40%), 10 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (10%), 11 orang memilih jawaban tidak setuju dengan presentase sebesar (11%), dan 4 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (4%).

**Tabel 4.14****Pernyataan Kelima**

**Kualitas layanan yang diberikan Bank Syariah Indonesia (BSI) sangat memuaskan bagi nasabah.**

<b>Pilihan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
STS	3	3%

TS	13	13%
KS	14	14%
S	44	44%
SS	26	26%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Hasil Penelitian. 2023*

Pada tabel 4.14 untuk pernyataan keempat menunjukkan bahwa dari 100 orang, sampel dalam penelitian ini seperti terlihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden, 26 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (26%), 44 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (44%), 14 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (14%), 13 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (13%), dan 3 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (3%).

c. Penggunaan Produk dan Jasa (Y)

Deskripsi responden terbanyak 100 orang terhadap pernyataan mengenai Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia sebagai berikut :

**Tabel 4.15**

**Pernyataan Pertama**

**Saya menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) karena bank tersebut menyediakan banyak pilihan produk dan jasa yang menguntungkan nasabah.**

<b>Pilihan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
STS	5	5%
TS	12	12%

KS	9	9%
S	40	40%
SS	34	34%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Hasil Penelitian. 2023*

Pada tabel 4.15 untuk pernyataan Pertama menunjukkan bahwa dari 100 orang, sampel dalam penelitian ini seperti terlihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden, 34 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (34%), 40 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (40%), 9 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (9%), 12 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (12%), dan 5 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (5%).

**Tabel 4.16**

**Pernyataan Kedua**

**Produk Bank Syariah Indonesia (BSI) beragam dan inovatif seperti produk tabungan Mudharabah dan Wadiah.**

<b>Pilihan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
STS	12	12%
TS	7	7%
KS	4	4%
S	41	41%
SS	36	36%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Hasil Penelitian. 2023*

Pada tabel 4.16 untuk pernyataan Kedua menunjukkan bahwa dari 100 orang, sampel dalam penelitian ini seperti terlihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden, 36 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (36%), 41 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (41%), 4 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (4%), 7 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (7%), dan 12 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (12%).

**Tabel 4.17**  
**Pernyataan Ketiga**  
**Produk dan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) sangat bermanfaat bagi**  
**nasabah.**

<b>Pilihan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
STS	6	6%
TS	13	13%
KS	12	12%
S	40	40%
SS	29	29%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Hasil Penelitian. 2023*

Pada tabel 4.17 untuk pernyataan ketiga menunjukkan bahwa dari 100 orang, sampel dalam penelitian ini seperti terlihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden, 29 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (29%), 40 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (40%), 12 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (12%), 13 orang memilih

jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (13%), dan 6 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (6%).

**Tabel 4.18**  
**Pernyataan Keempat**  
**Saya percaya terhadap jaminan keamanan produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia (BSI).**

<b>Pilihan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase (%)</b>
STS	3	3%
TS	14	14%
KS	8	8%
S	41	48%
SS	34	34%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Hasil Penelitian. 2023*

Pada tabel 4.18 untuk pernyataan keempat menunjukkan bahwa dari 100 orang, sampel dalam penelitian ini seperti terlihat pada tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden, 34 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (34%), 41 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (41%), 8 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (8%), 14 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (14%), dan 3 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (3%).

### **1. Analisis Data**

Analisis data yaitu proses analisis yang terdapat data-data yang berbentuk angka dengan cara perhitungan secara statistik untuk menganalisis preferensi dan

karakteristik nasabah yang berpengaruh terhadap penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia.

#### a. Uji Instrumen Penelitian

##### 1) Uji Validitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui validitas secara keseluruhan dengan menggunakan beberapa cara dan metode. Namun tidak menggunakan cara manual, tetapi menggunakan bantuan perangkat komputer melalui program SPSS.25.

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *corrected item total correlation* pada *cronbach alpha* adalah uji validitas dengan mengkorelasikan setiap skor butir indikator dengan skor keseluruhan butir indikator terhadap variabel induknya atau dikenal juga dengan korelasi *product moment*. Yaitu membandingkan hasil *output corrected item total correlation* (rhitung) dengan *r*tabel (nilai kritis) pada *degree of freedom* ( $df = n-2$ ), dimana  $n$  adalah jumlah sampel dan standar uji yang sering dilakukan pada  $\alpha = 10\%$ .

**Tabel 4.22**  
**Variabel (X1) Preferensi**  
***Item-Total Statistics***

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
X1.1	11.5900	9.921	.794	.852
X1.2	11.6200	9.167	.797	.846
X1.3	11.7400	9.083	.750	.865
X1.4	11.7300	9.431	.715	.878

*Sumber: Data Primer Diolah dari Output SPSS.25 2023*

Pada tabel 4.22, diatas menunjukkan bahwa semua indikator variabel X1 dinyatakan valid. Karena data dikatakan valid ketika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sedangkan pada penelitian ini didapatkan nilai  $r_{tabel}$  dengan nilai signifikan 10% pada sampel

100 orang ialah 1,660 jika dibandingkan dengan tiap indikator variabel nilai  $r_{hitung}$  melebihi dari nilai  $r_{tabel}$ .

**Tabel 4.23**  
**Variabel (X2) Karakteristik Nasabah**  
*Item-Total Statistics*

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
X2.1	15.4100	15.396	.730	.872
X2.2	15.4300	16.308	.749	.865
X2.3	15.2600	15.972	.735	.869
X2.4	15.3000	16.657	.755	.865
X2.5	15.4400	17.219	.725	.872

*Sumber: Data Primer Diolah dari Output SPSS.25 2023*

Pada tabel 4.23, diatas menunjukkan bahwa semua indikator variabel X2 dinyatakan valid. Karena data dikatakan valid ketika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sedangkan pada penelitian ini didapatkan nilai  $r_{tabel}$  dengan nilai signifikan 10% pada sampel 100 orang ialah 0,165 jika dibandingkan dengan tiap indikator variabel nilai  $r_{hitung}$  melebihi dari nilai  $r_{tabel}$ .

**Tabel 4.24**  
**Variabel (X3) Penggunaan Produk dan Jasa**  
*Item-Total Statistics*

	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
Y1.1	11.4400	10.350	.753	.861
Y1.2	11.4800	9.545	.742	.869
Y1.3	11.5700	10.025	.785	.849
Y1.4	11.4100	10.527	.767	.857

*Sumber: Data Primer Diolah dari Output SPSS.25 2023*

Pada tabel 4.24, diatas menunjukkan bahwa semua indikator variabel Y dinyatakan valid. Karena data dikatakan valid ketika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , sedangkan pada penelitian ini didapatkan nilai  $r_{tabel}$  dengan nilai signifikan 10% pada sampel 100 orang ialah 0,165 jika dibandingkan dengan tiap indikator variabel nilai  $r_{hitung}$

melebihi dari nilai  $r_{\text{tabel}}$ .

## 2) Uji Reliabilitas

Teknik yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini adalah menggunakan metode *cronbach's alpha*. Dasar pengambilan keputusan untuk pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.26**

**Tingkat Keandalan *Cronbach's Alpha*.**

Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> .	Tingkat Keandalan
0.00 - 0.20	Kurang Andal
>0.20 – 0.40	Agak Andal
>0.40 – 0.60	Cukup Andal
>0.60 – 0.80	Andal
>0.80 – 1.00	Sangat Andal

*Sumber Data: Data Primer Diolah dari Output SPSS.25 2023*

Keterangan:

1. Jika nilai *cronbach's alpha* > 0,60, maka kuesioner yang diuji dinyatakan reliabel.
2. Jika nilai *cronbach's alpha* < 0,60, maka kuesioner yang diuji dinyatakan tidak reliabel.<sup>103</sup>

**Tabel 4.27**

***Reliability Statistics***

<b><i>Reliability Statistics</i></b>		<b>Keterangan</b>
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	
.891	4	Sangat Andal
Variabel X1		

*Sumber Data: Output SPSS.25 2023*

<i>Reliability Statistics</i>		<b>Keterangan</b>
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	
.892	5	Sangat Andal
Variabel X2		

*Sumber Data: Output SPSS.25 2023*

<i>Reliability Statistics</i>		<b>Keterangan</b>
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	
.890	4	Sangat Andal
Variabel Y		

*Sumber Data: Output SPSS.25 2023*

Pada tabel 4.27 di atas menunjukkan variabel X1 nilai *cronbach's alpha* bernilai 0,891, variabel X2 nilai *cronbach's alpha* bernilai 0,892, dan variabel Y nilai *cronbach's alpha* bernilai 0,890, Hal ini menunjukkan bahwa kuesioner yang diuji tergolong “reliable”.

Tabel diatas dapat diketahui bahwa msing-masing variabel memiliki *cronbach's alpha* lebih dari 0,60 yang artinya bahwa variabel X dan Y adalah reliabel. Dengan demikian pengelolaan data dapat dilanjutkan ke jenjang selanjutnya.

## **b. Uji Asumsi Klasik**

### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah sebuah data dalam penelitian telah memiliki distribusi secara normal atau tidak, sebuah data akan terlihat baik digunakan untuk menganalisis dalam menjawab dan menjelaskan fenomena apabila data penelitian memiliki distribusi secara normal atau memenuhi normalitas data<sup>104</sup>. Adapun uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *shapiro-wilk* dengan bantuan program SPSS 25.

---

104 Pedoman Modul Statistik Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Palu (2020), 48

**Tabel 4.28**  
*Tests of Normality*

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		100
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	3.34951362
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.074
	<i>Positive</i>	.069
	<i>Negative</i>	-.074
<i>Test Statistic</i>		.074
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 <sup>c,d</sup>

*a. Test distribution is Normal.*

*b. Calculated from data.*

*c. Lilliefors Significance Correction.*

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

*Sumber Data: Output SPSS.25 2023*

Hasil dari tabel 4.28 tes *shapiro-wilk* diperoleh bahwa nilai *asyp sig.* sebesar  $0,200 > 0,1$  hasil tersebut menunjukkan bahwa data penelitian dengan jumlah sampel 100 telah memiliki data berdistribusi normal dan telah memenuhi normalitas data.

## 2) Uji Multikolinieritas

Tujuan uji multikolinieritas, digunakannya uji ini adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terdapat atau terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat *problem multikolinearitas*. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.<sup>105</sup>

Peneliti ingin menguji asumsi multikolinearitas dari variabel penggunaan

produk dan jasa Bank Syariah Indonesia (Y), preferensi (X1), dan karakteristik nasabah (X2).

**Tabel 4.29**

<b>Uji Multikolinieritas</b>			
<i>Coefficients<sup>a</sup></i>			
<b>Model</b>		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	Preferensi (X1)	.215	4.642
	Karakteristik Nasabah (X2)	.215	4.642

a. Dependent Variable: Penggunaan Produk dan Jasa (Y)

*Sumber Data: Output SPSS.25 2023*

Dari tabel 4.29 *coefficients* menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas. Multikolinieritas juga diuji dengan menghitung nilai VIF (*variance inflating factor*). Bila nilai VIF lebih kecil dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Semua nilai VIF pada tabel *coefficients* menunjukkan angka kurang dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* pada variabel preferensi mendapatkan nilai 0,215 dan variabel karakteristik nasabah 0,215 sehingga nilai *VIF* dari masing-masing variabel menunjukkan kurang dari 10 sehingga model pada penelitian ini memenuhi syarat untuk menjadi model regresi yang baik karena tidak terjadi korelasi antar variabel independen (*non-multikolinieritas*).

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan *varians* dari *residual* dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *varians* dari nilai *residual* dari satu pengamatan ke pengamatan

yang lain tetap, maka disebut dengan homoskedastisitas. Dan jika *varians* berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya, maka disebut Heteroskedastisitas.<sup>106</sup>

Adapun uji heteroskedastisitas dalam data penelitian ini menggunakan teknik uji *Glejser* dengan bantuan program SPSS 25.

**Tabel 4.30**  
**Uji Heteroskedastisitas**

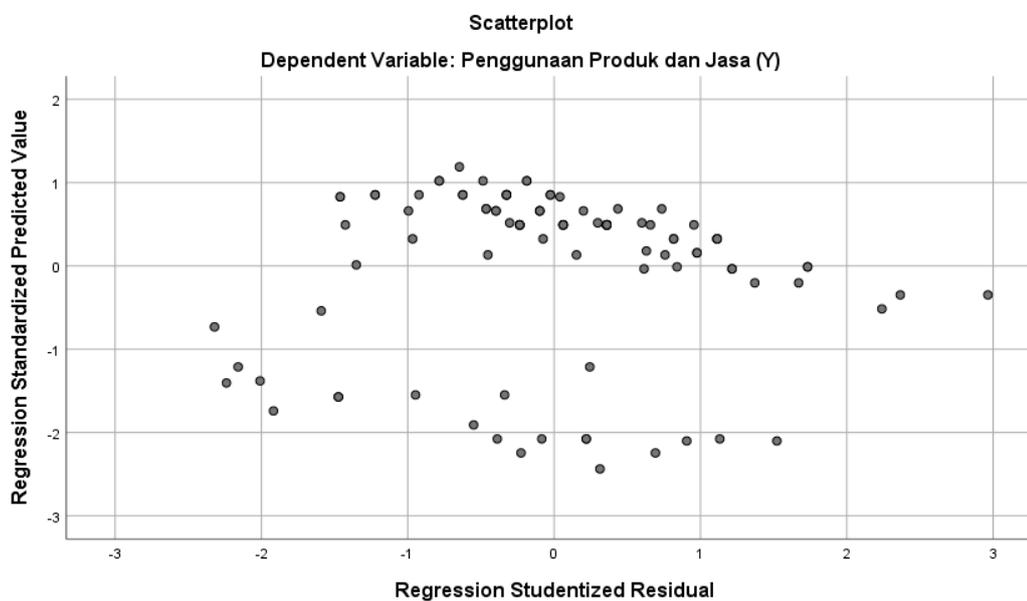
Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.904	.859		5.708	.000
	Preferensi (X1)	-.111	.080	-.207	-1.382	.170
	Karakteristik Nasabah (X2)	-.166	.300	-.083	-.554	.581

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber Data: Output SPSS.25 2023

Hasil dari tabel 4.30 uji *Glejser* diperoleh bahwa seluruh data *Sig.* (2-tailed) menunjukkan nilai  $> 0,1$  hasil tersebut menunjukkan bahwa data penelitian dengan jumlah sampel 100 tidak memiliki masalah heteroskedastisitas. Maka hasil diatas dapat dijelaskan dengan hasil analisis grafik yaitu grafik scatterplot, titik-titik yang terbentuk harus menyebar secara acak, tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Apabila kondisis ini terpenuhi maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan model regresi layak digunakan. Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik scatterplot ditunjukkan pada gambar 4.31 di bawah ini:

**Gambar 4.31**  
**Grafik Scatterplot**



*Sumber Data: Output SPSS.25 2023*

Dengan melihat grafik scatterplot diatas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik diatas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala heterokedastisitas pada model regresi yang digunakan.

### c. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui besarnya pengaruh Variabel X1 (preferensi) dan X2 (karakteristik nasabah) terhadap variable Y (penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia). Digunakan metode analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 25. Analisis tersebut dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 4.32**  
**Analisis Regresi Linear Berganda**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	<i>(Constant)</i>	.700	.803		.871	.386
	Preferensi (X1)	.504	.105	.208	4.797	.000
	Karakteristik Nasabah (X2)	1.548	.085	.792	18.287	.000

*a. Dependent Variable: Penggunaan Produk dan Jasa (Y)*

*Sumber Data: Output SPSS.25 2023*

Berdasarkan tabel 4.31 diperoleh persamaan analisis regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = ,700 + ,504X_1 + ,1.548X_2$$

Persamaan regresi diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 0,700 ; artinya jika (X1), dan (X2) nilainya adalah 0, maka harga (Y) nilainya sebesar 0,700.
2. Koefisien regresi variabel (X1) sebesar 0,504; artinya jika variabel independen (X2) nilainya tetap dan (X1) mengalami kenaikan 1 satuan, maka (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,504. Koefisien bernilai positif artinya jika preferensi mempunyai hubungan positif antara (X1) dengan (Y), semakin naik (X1) maka semakin naik nilai (Y).
3. Koefisien regresi variabel (X2) sebesar 1.548; artinya jika variabel independen (X1) nilainya tetap dan (X2) mengalami kenaikan 1 satuan, maka (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 1.548. Koefisien bernilai positif artinya jika

karakteristik nasabah mempunyai hubungan positif antara (X2) dengan (Y), semakin naik (X2) maka semakin naik nilai (Y).

#### d. Uji Hipotesis

##### 1. Uji T (Uji Parsial)

Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variabel-variabel dependen.

**Tabel 4.33**  
**Hasil Uji T (Uji Parsial)**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.700	.803		.871	.386
	Preferensi (X1)	.504	.105	.208	4.797	.000
	Karakteristik Nasabah (X2)	1.548	.085	.792	18.287	.000

a. Dependent Variable: Penggunaan Produk dan Jasa (Y)

Sumber Data: Output SPSS.25 2023

Berdasarkan output dari table 4.32 diatas yang maka dapat di jelaskan hipotesis secara parsial dengan rumus:

1. Diketahui Preferensi (X1) diperoleh  $t^{\text{hitung}}$  4,797 dan  $t^{\text{tabel}}$  1,66 dan nilai signifikansi (sig) 0,000 lebih kecil dari nilai  $\alpha$  0,1. artinya  $0,000 < 0,1$  dengan ini menunjukkan bahwa variabel preferensi berpengaruh signifikan terhadap variabel penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia.
2. Diketahui Karakteristik Nasabah (X2) diperoleh  $t^{\text{hitung}}$  18,287 dan  $t^{\text{tabel}}$  1,66 dan nilai signifikansi (sig) 0,000 lebih kecil dari nilai  $\alpha$  0,1. artinya  $0,000 < 0,1$  dengan

ini menunjukkan bahwa variabel Karakteristik Nasabah berpengaruh signifikan terhadap variabel penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia.

## 2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F yaitu Uji untuk mengetahui pengaruh variabel independen, yaitu preferensi (X1), karakteristik nasabah (X2), terhadap penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia (Y).

**Tabel 4.34**

**Hasil Uji F (Uji Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9030.210	2	4515.105	1190.283	.000 <sup>b</sup>
	Residual	367.950	97	3.793		
	Total	9398.160	99			

a. Dependent Variable: Penggunaan Produk dan Jasa (Y)

b. Predictors: (Constant), Karakteristik Nasabah (X2), Preferensi (X1)

Sumber Data: Output SPSS.25 2023

Berdasarkan *output* dari table 4.33 diatas yang maka dapat di jelaskan hipotesis secara parsial dengan rumus:

### 1. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan  $\alpha = 10\%$  (signifikansi 10% atau 0,1 adalah ukuran standar yang digunakan dalam penelitian) dengan ketentuan dikatakan signifikan bila nilai sig < 0,1

### 2. Menentukan F tabel

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%,  $\alpha = 10\%$ , df 1 (jumlah variabel - 1) = 2, dan df 2 (n-k-1) atau 100-2-1 = 97 (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen), hasil diperoleh untuk F tabel sebesar

2,358 dengan menggunakan ms excel pada rumus FINV (0.1,2,97). Maka F tabel dalam penelitian ini sebesar 2,358.

3. Kesimpulan berdasarkan hasil perolehan data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa nilai F hitung sebesar  $1190.283 > 2,358$  dan nilai *sig*  $0,000 < 0,1$  sehingga dapat dikatakan bahwa (X1), dan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap (Y).

#### e. Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4.35**  
**Uji Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary</b>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.980 <sup>a</sup>	.961	.960	1.94764

a. Predictors: (Constant), Karakteristik Nasabah (X2), Preferensi (X1)

*Sumber Data: Output SPSS.25 2023*

Berdasarkan tabel 4.34 menunjukkan bahwa besarnya persentase yang dihasilkan yaitu pada kolom *adjusted r square* sebesar 0,960, ini diartikan sebagai persentase atau variasi kontribusi variabel preferensi, dan karakteristik nasabah, terhadap variabel penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia sebesar 9,61%. Sedangkan sisanya sebesar (  $100\% - 9,61\% = 8,61\%$ ). Jadi sebesar 8,61% merupakan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia yang mana variabel tersebut tidak diteliti pada penelitian ini.

### ***C. Pembahasan dan Hasil Penelitian***

#### **1. Pengaruh Preferensi Terhadap Penggunaan Produk Dan Jasa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palu M. Yamin.**

Berdasarkan hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan produk dan jasa, yang dibuktikan dengan hasil uji T. Variabel preferensi (X1) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $4.797 > t_{tabel}$  sebesar 1,66 serta tingkat signifikansi yaitu  $0,000 < 0,1$ . Dengan ini menggambarkan bahwa variabel preferensi berpengaruh signifikan terhadap penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palu M. Yamin.

Preferensi didefinisikan sebagai selera subyektif (individu), yang diukur dengan tingkat kegunaan atas konsumsi produk atau jasa. Teori ini memberikan kuasa pada konsumen untuk memberi peringkat atas produk atau jasa tersebut. Dan harus dipastikan bahwa preferensi tidak tergantung pada pendapatan dan harga.<sup>107</sup>

Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putra Riski Hasym yang berjudul preferensi nasabah memilih produk pembiayaan pada BSI kota banda aceh yang menyimpulkan bahwa produk yang ditawarkan oleh BSI cukup mempengaruhi preferensi nasabah dalam pengambilan keputusan memilih produk pembiayaan.<sup>108</sup>

---

<sup>107</sup> Reny Andriyanty, Dodi Wahab. “*Preferensi Konsumen Generasi Z Terhadap Konsumsi Produk Dalam Negeri*” (Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat), Vol 7, No.2, Juni 2019: 280-296.

<sup>108</sup> Putra Riski Hasym, “*Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Pada BSI Kota Banda Aceh*” (Jurusan Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, 2022)

Kesimpulannya bahwa variabel preferensi dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan dalam penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palu M. Yamin. Preferensi nasabah akan kehadiran BSI membawa pengaruh bagi masyarakat untuk melaksanakan syariah Islam. Nilai-nilai mengenai preferensi dalam ekonomi Islam tersebut menjiwai masyarakat untuk melakukan aktivitas sosial dalam ekonominya. Oleh karenanya untuk bergabung dengan sebuah perbankan seperti BSI, nasabah akan terlebih dahulu mencari tahu mengenai produk yang ditawarkan, kualitas, jaminan, serta sudah sesuai dengan yang diharapkan atau sebaliknya.

## **2. Pengaruh Karakteristik Nasabah Terhadap Penggunaan Produk Dan Jasa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palu M. Yamin.**

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan produk dan jasa, yang dibuktikan dengan hasil uji T variabel Penerapan (X2) diperoleh thitung 18,287 > ttabel 1,66 dan nilai signifikansi (sig) 0,000 lebih kecil dari nilai alpha ( $\alpha$ ) 0,01 artinya  $0,000 < 0,01$  dengan ini menunjukkan bahwa variabel karakteristik nasabah berpengaruh signifikan terhadap penggunaan produk dan jasa.

Menurut Hamonangan (2020) untuk mengetahui gambaran karakter nasabah baik atau tidaknya bisa dilihat dari prinsip 5C (*character, capacity, capital, collateral, dan condition of economy*).<sup>109</sup> Dari kelima prinsip tersebut bahwa *character* yang paling memiliki keterkaitan dalam penilaian variabel

---

<sup>109</sup> Hamonangan, "Analisis Penerapan Prinsip 5c Dalam Penyaluran Pembiayaan Pada Bank Muamalat KCU Padang Sidempuan" JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) Vol. 4 No. 2, 2020

karakteristik nasabah terhadap penggunaan produk dan jasa BSI. Adapun penilaian karakter nasabah adalah untuk mengetahui iktikad baik nasabah dalam memenuhi kewajibannya (*willingness to pay*) dan untuk mengetahui moral, watak maupun sifat-sifat pribadi yang positif dan kooperatif. Karakter merupakan faktor yang dominan dan penting, karena walaupun calon nasabah tersebut cukup mampu untuk menyelesaikan dalam produk pembiayaan, tetapi jika tidak mempunyai iktikad baik tentu akan membawa berbagai kesulitan bagi Bank dikemudian hari. Ayat al-quran yang menjelaskan mengenai I'tikad baik dari calon nasabah yaitu dalam Q.S. Al-Mu'minun/23:8 Sebagai berikut :

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْتِنِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ ۝٨

Terjemahannya : “Dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat (yang dipikulnya) dan janjinya”.<sup>110</sup>

Penilaian tersebut agar memudahkan pihak bank untuk mengetahui i'tikad, perilaku nasabah, kemampuan nasabah, kondisi nasabah, dan keadaan nasabah dilingkungan sekitar baik atau buruknya.

Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tya Alvadeta yang berjudul Penilaian Karakter Nasabah Pada Produk Angsuran Emas Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lahat yang menyimpulkan bahwa penilaian karakter nasabah dilakukan dengan wawancara langsung kepada nasabah untuk melihat jelas kepribadiannya dengan prinsip 5C (*character, capacity, capital, collateral, dan condition of economy*), adapun

---

<sup>110</sup>Qur'an Kemenag “Al-Qur'an dan Terjemahan”, Situs Resmi Kemenag <https://quran.kemenag.go.id/sura/2/168>. (5 Februari 2022)

prinsip 5C tersebut berpengaruh dalam penilaian karakter nasabah dengan cara yaitu menggunakan bi checking, informasi dari pihak lain, wawancara, melihat dari situs dan riwayat hidup, pengecekan daftar hitam nasabah.<sup>111</sup>

Kesimpulan variabel karakteristik nasabah pada penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palu M. Yamin. Dengan memahami karakteristik nasabah-nasabah yang ada, Bank Syariah Indonesia KC Palu M. Yamin dapat menentukan strategi pengembangan produk dan layanan jasa bank sesuai dengan karakteristik masing-masing nasabah.

### **3. Pengaruh Preferensi dan Karakteristik Nasabah Terhadap Penggunaan Produk Dan Jasa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palu M. Yamin.**

Berdasarkan hasil perhitungan statistik, maka dapat diketahui bahwa nilai Fhitung sebesar  $1190.283 > 2,358$  dan nilai sig  $0,000 < 0,1$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa X1 dan X2 memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap (Y).

Preferensi dan karakter nasabah dalam memilih produk dan jasa bank syariah semakin selektif dan bervariasi, hal ini karena setiap individu yang dalam hal ini adalah nasabah memiliki keinginan yang berbeda-beda.<sup>112</sup>

---

<sup>111</sup> Tya Alvadeta, “Penilaian Karakter Nasabah Pada Produk Angsuran Emas Di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lahat” (Jurusan Perbankan Syariah, UIN Fatmawati Sukarno, Bengkulu, 2022)

<sup>112</sup> Khairul Amri, Intan Qurratul’aini, Julianti, “Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah Di Kota Banda Aceh”, Jurnal, Samudra Ekonomi Dan Bisnis Islam, Vol.9, No.1, Januari (2018), 3

Hasil penelitian ini di dukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indo'sek yang berjudul Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah Bank Syariah Indonesia (studi pada Bank Syariah Indonesia kantor cabang Jambi gatot subroto) yang menyimpulkan bahwa tiga (3) variabel independen, yaitu variabel Promosi (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Religi (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen Preferensi Nasabah (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t bahwa ke 3 (tiga) variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel preferensi nasabah dikarenakan nilai signifikan kurang dari 0,10 dan nilai t hitung lebih dari t tabel (0,667).<sup>113</sup>

Hasil penelitian ini di perkuat kembali oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fariza Oktavia dan Nurul Huda yang berjudul pengaruh karakteristik nasabah moderat terhadap preferensi produk simpanan bank syariah yang menyimpulkan bahwa karakteristik nasabah moderat berupa pendidikan memiliki pengaruh yang negative dan signifikan terhadap pilihan produk simpanan berjaga-jaga/investasi jangka panjang.<sup>114</sup>

Kesimpulan variabel preferensi dan karakteristik nasabah pada penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palu M. Yamin. Dilihat dari karakter dan preferensi nasabah dalam memilih dan memutuskan tabungan yang sesuai

---

<sup>113</sup> Indo'sek, "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Bank Syariah Indonesia*" (*Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jambi Gatot Subroto*). (Jurusan Perbankan Syariah, UIN Sulthan Thata Saifuddin, Jambi, 2021)

<sup>114</sup> Fariza Oktavia dan Nurul Huda, "*Pengaruh Karakteristik Nasabah Moderat Terhadap Preferensi Produk Simpanan Bank Syariah*", (*Jurnal Of Economics and Business Aseanomics JEBA*), 2016.

dengan kebutuhan dan keinginannya, dengan mempertimbangkan hal-hal yang menjadi kelemahan dan kelebihan, serta fasilitas apa saja yang didapat apabila mereka memilih salah satu produk dan jasa tersebut. Untuk itu, bank harus lebih jeli dalam mempelajari perilaku nasabahnya.

Ekonomi Islam memberikan arahan agar setiap preferensi kita terhadap suatu hal haruslah mengarah pada nilai-nilai kebajikan. Nilai-nilai dalam Ekonomi Islam bersumber dari Al-Quran dan sunnah, yang menjadi dasar dari pandangan hidup Islam.<sup>115</sup> Begitu pula karakteristik nasabah dalam perspektif ekonomi Islam adalah tidak adanya sikap hidup yang berlebih-lebihan (boros) dan tidak pula kikir (*Israf*) melainkan adalah ditengah-tengah yang berlandaskan kebutuhan, bukan karena keinginan seseorang.<sup>116</sup>

---

<sup>115</sup> Ruslan Abdul Ghofur Noor, "Konsep Distribui dalam Ekonomi Islam", Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 63

<sup>116</sup> Rozayni, "Perilaku Konsumen Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Komplek Pemda Perumahan Cemara Rt 03 Rw 04 Kelurahan Delima Kecamatan Tampan Pekanbaru)" (Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Qasim, Riau), 28

## **BAB V PENUTUP**

### ***A. Kesimpulan***

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh preferensi dan karakteristik nasabah terhadap penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palu M. Yamin. Maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Secara parsial preferensi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palu M. Yamin.
2. Secara parsial karakteristik nasabah (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palu M. Yamin.
3. Preferensi (X1), karakteristik nasabah (X2), berpengaruh secara simultan terhadap Penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Palu M. Yamin.

### ***B. Saran***

Berdasarkan kesimpulan di atas terdapat beberapa saran yang dijadikan bahan acuan pihak yang terkait dalam penelitian ini, diantaranya adalah:

1. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas penelitian dengan menggunakan variabel-variabel lain sebesar 8,61% yang dapat mempengaruhi penggunaan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia yang mana variabel tersebut tidak diteliti pada penelitian ini dan dapat dijadikan tolak ukur dengan objek lainnya.
2. Kepada nasabah diharapkan dapat melakukan *research* pada produk dan jasa yang ingin digunakan, mengetahui dengan detail bank yang digunakan. Sehingga memiliki perbandingan pada setiap produk dan jasanya.

3. Kepada BSI diharapkan meningkatkan nilai produk dan jasa agar dapat bersaing dengan bank Swasta lain yang mengedepankan produk dan jasanya. BSI diharapkan memberikan produk dan jasa terbaik berlandaskan syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Karim Adiwarmarman. Bank Islam Analisis Fiqh Dan Keuangan Edisi Kelima, Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2014.
- Abdul Ghofur, Noor Ruslan. Konsep Distribusi Dalam Ekonomi Islam, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2013.
- Alfathin, Mila Ulwiya, Hida Nurudin. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Persepsi Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia Cabang Semarang Palu, Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah Vol. 3, 2 Tahun 2021.
- Almaida Nuriya. Analisis Persepsi Nasabah Terhadap Kesesuaian Dengan Hukum Syariah, Pelayanan Bank Dan Lokasi Bank Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya Lampung Tengah, Lampung, Skripsi 2019.
- Alvadeta Tya. Penilaian Karakter Nasabah Pada Produk Angsuran Emas Di Bank Syariah Indonesia BSI KCP Lahat, Jurusan Perbankan Syariah, UIN Fatmawati Sukarno, Bengkulu, 2022.
- Amri, Intan Qurratul'aini, Julianti Khairul. Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah Di Kota Banda Aceh, Jurnal, Samudra Ekonomi Dan Bisnis Islam, Vol.9, No.1, Januari 2018.
- Arafat Yusmad Muhammad. Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori Ke Praktik Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Ashar Fathnun, Aisyah Siti, Syafaat Muhammad. Pengaruh Atribut Produk Tabungan Faedah Terhadap Minat Menabung Nasabah Palu, Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah Vol. 1, 2 2019.
- Chotimah Chusnul. Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta Surakarta : Skripsi.
- Eko Sujianto Agus. Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0, Jakarta: Pt. Prestasi Pustaka, 2009.
- Faisal Yordani Al Basya Moh, Dkk., Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Kursus Bahasa Inggris Studi Pada Pelanggan Lembaga Kursus Bahasa Inggris Di Kampung Inggris Pare, Jurnal Administrasi Bisnis Jab 58, No. 2 2018.
- Fatika Suhri Indira. Sales Kit Produk, Kantor Bank Syariah Indonesia KC Palu M. Yamin, 2022.

- Ghofur Anshori Abdul. Perbankan Syariah Di Indonesia, Yogyakarta : Gajah Mada University Press, 2009.
- Ghozali Iman. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm SPSS 23, Eds.8, Cet. VIII; Semarang: Badan Penelitian, Universitas Diponegoro, 2016.
- Halim Usman Abdul. Management Strategi Syariah Teori, Konsep Dan Aplikasi, Jakarta: Zikrul Hakim, 2015.
- Hamonangan. Analisis Penerapan Prinsip 5C Dalam Penyaluran Pembiayaan Pada Bank Muamalat KCU Padang Sidempuan Jimea | Jurnal Ilmiah Mea Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi Vol. 4 No. 2, 2020.
- Hesti Umaroh Erlisa. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan *Flash Sale Shopee* Mahasiswa Febi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Skripsi Diterbitkan, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2020.
- Ikatan Bankir Indonesia, Memahami Bisnis Bank Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2013.
- Indah Sari Dewi. *Branch Office Service* Manajer Bosm, Bank Syariah Indonesia KC Palu M. Yamin, Wawancara Oleh Penulis Di Palu, 23 Agustus 2022.
- Indo'sek. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Bank Syariah Indonesia Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jambi Gatot Subroto. Jurusan Perbankan Syariah, Uin Sulthan Thata Saifuddin, Jambi, 2021.
- Indrawan Rilly Dan Yuniawati Poppy. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Campuran Untuk Managemen, Pembangunan, Dan Pendidikan, Bandung: Pt Refika Aditama, 2014.
- Ismail. Akuntansi Bank: Teori Dan Aplikasi Dalam Rupiah Edisi Revisi, Jakarta: Prenada Media Group, 2015.
- Ismail. Perbankan Syariah Jakarta: Kencana, 2013.
- J. Setiadi Nugroho. Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Pemasaran, Jakarta, Perenda Media, 2003.
- J. Setiadi Nugroho. Perilaku Konsumen, Kencana Prenada Meida Group, Jakarta, Cetke 5, 2013.

- Jamilah Wardah. Analisa Fungsi Jaminan Dalam Pembiayaan Mudharabah Studi Kasus Pada Bprs Amanah Ummah, *Jurnal Ekonomi Islam Al-Infaq* 3, No. 2 2012.
- Khoirudin Dan Madnasir. Etika Bisnis Dalam Islam, Seksi Penerbitan Fakultas Syariah Iain Raden Intan Lampung, 2012.
- Kother Philip. Manajemen Pemasaran Di Indonesia: Analisis Perencanaan Implementasi Dan Pengendalian, Jakarta, Salemba Empat, 2000.
- Kotler, Keller. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Penerbit Erlangga, 2009.
- Latan Hengky. Aplikasi Analisis Data Statistik Untuk Ilmu Sosial Sains Dengan Ibm Spss, Bandung: Alfabeta: 2014.
- Margono, Metodologi Penelitian Pendidikan, Jakarta: Rieneka Cipta, 2004.
- Martono Nanang. Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder Edisi Revisi 2 Cet V. Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Maulidah Silvana. Pengantar Manajemen Malang : Universitas Brawijaya Press, 2012, Cet. 1.
- Muchtar Bustari. Dkk, Bank Dan Lembaga Keuangan Lain Jakarta: Kencana, 2016, Cet. 1.
- Naf'an. Pembiayaan Musyarakah Dan Mudharabah, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014, Cet Ke 1.
- Nor Firman Rachmad, Ilfiah Siti. Analisa Produk Tabungan BSI Dalam Menarik Minat Nasabah Tasharruf : *Journal Of Islamic Economics And Business* Vol. 03 No. 01 Mei 2022.
- Nur Rianto Al Arif M. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah Bandung: Alfabeta, 2012.
- Nurfitriani, Nuriatullah Hadija. Pengaruh Religiusitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bri Syariah Dalam Transaksi Kredit Kepemilikan Rumah Kpr Syariah, *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 2019.
- Oktavia Fariza Dan Huda Nurul. Pengaruh Karakteristik Nasabah Moderat Terhadap Preferensi Produk Simpanan Bank Syariah, *Jurnal Of Economics And Business Aseanomics* Jeba, 2016.

Putri Barna Finna. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Bank Syariah Studi Kasus Pada Bank Mega Syariah KCp Panglima Polim. Jurusan Manajemen, Uin Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2010.

Quraish Shihab, Op. Cit. 371.

Rahmawati Emy, Hidayati Noor, Darmadiansyah. Pengaruh Karakteristik Nasabah, Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Studi Pada Bank Kalsel Syariah Banjarmasin, Vol 8, No. 1, E-Issn 2541-187x, Banjarmasin : Jurnal Bisnis Dan Pembangunan.

Remy Sjahdeini Sutan. Produk-Produk Dan Aspek-Aspek Hukumnya Jakarta: Prenadamedia Group, 2014, Cet.1.

Rianto Al Arif Nur. Teori Mikroekonomi, Kencana, Jakarta, 2014.

Ridwan. Penelitian Untuk Guru, Karyawan Dan Peneliti, Bandung: Afabeta, 2012.

Riski Hasym Putra. Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Pada BSI Kota Banda Aceh Jurusan Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, 2022.

Rozayni. Perilaku Konsumen Menurut Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus Di Komplek Pemda Perumahan Cemara Rt 03 Rw 04 Kelurahan Delima Kecamatan Tampan Pekanbaru Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Qasim, Riau.

Ruslan Abdul Ghofur Noor. Konsep Distribui dalam Ekonomi Islam, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Saeed Abdullah. Bank Islam Dan Bunga: Studi Kritis Larangan Riba Dan Interpretasi Kontemporer, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.

Saipul Hamdi Asep, Dan Baharuddin E. Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan, Cet 1, Yogyakarta: Deepulish, 2014.

Sarjono Haryadi dan Julianti Winda. SPSS Vs Lisrel Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset Jakarta: Salemba Empat, 2011.

Shri Paramita, Nugraheni Nasvara. Strategi Pemasaran BSI Tabungan *Easy Wadi'ah* Pt Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo Selama Covid-19 Yogyakarta, Skripsi : Universitas Islam Indonesia, 2021.

- Shri Paramita Nugraheni Nasvara. Strategi Pemasaran BSI Tabungan *Easy Wadi'ah* Pt Bank Syariah Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Ambarukmo Selama Covid-19 Yogyakarta, Skripsi : Universitas Islam Indonesia, 2021.
- Siregar Sofyan. Statistika Deskriptif Untuk Penelitian, Edisi 1 Cet; 1, Jakarta: Pt. Rajagrafindo Persada, 2010.
- Siregar Syofian. Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan Spss, Jakarta: Kencana, 2013.
- Sugiyono. Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, Dan Disertasi, Cet; Ii, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sugiyono. Statistika Dan Penelitian, Cet. X ; Bandung: Afabeta, 2005.
- Sukanto. Fisiologi, Jakarta: Integritas Press, 1997.
- Suliyanto. Ekonometrika Terapan, Teori Dan Aplikasi Dengan Spss, Yogyakarta : Cv Andi Offset, 2011.
- Sunyoto Danang. Analisis Regresi Dan Uji Hipotesis, Yogyakarta: Caps, 2011.
- Supyadillah Asep. Hukum Perbankan Syariah, Jakarta: Wahana Kardofa, 2013, Syafii Antonio Muhammad, Op.Cit. 120.
- Syafril. Lembaga Keuangan Bank Jakarta : Kencana, 2020.
- Syawalia Mar'atus. Preferensi Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Sumber Modal, Jurnal Ilmiah, 2015.
- Tjiptono Fandy. Strategi Pemasaran, Edisi Iii, Yogyakarta : Cv. Andi Offset, 2008.
- Usman Racmadi. Produk Dan Akad Perbankan Syaria Di Indonesia Jakarta: Pt Citra Aditya Bakti, 2009, Cet. 1.
- Wiratna Sujarweni V. Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami Yogyakarta: Pustaka Baru Pres, 2014.
- Yoga Pranantha Elsandro. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fitur Produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kabupaten Sleman, Jakarta: Skripsi, 2021.

Yusup Ahmad. Karakteristik Nasabah Dalam Pembiayaan Usaha Mikro Di Bank Syariah Mandiri Cabang Karawang. Jurusan Manajemen Perbankan Syariah, Universitas Muhammadiyah, Jakarta: Skripsi, 2022.

Zanna Delfia. Hubungan Karakteristik Dan Loyalitas Dalam Mencegah Perpindahan Nasabah Costomer Churn Studi Kasus Pada Bank Dki Syariah Cabang Pondok Indah, Jakarta 2009.



**Lampiran I****KUESIONER PENELITIAN**

Kepada Yth.

Saudara(i) Responden Penelitian

Di Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat,

Saudara/i, dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (skripsi) pada jurusan Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu.

Dengan ini saya, sebagai peneliti:

Nama : Arum Rahma Shaleha

Nim : 19.5.15.0021

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Sedang melakukan penelitian dengan judul :

**“PENGARUH PREFERENSI DAN KARAKTERISTIK NASABAH TERHADAP PENGGUNAAN PRODUK DAN JASA BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PALU M. YAMIN”**

Untuk membantu penelitian ini, peneliti memohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Peran serta Bapak/Ibu akan sangat bermanfaat bagi penyempurnaan data yang kami butuhkan dalam penyusunan penelitian ini. Adapun data-data ini semata-mata untuk penelitian, kami akan menjaga kerahasiaan data yang kami peroleh.

Atas bantuan saudara(i) dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner ini diucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Palu, 2023

Hormat saya,  
penulis

**ARUM RAHMA SHALEHA**  
**NIM:19.5.15.0021**

## A. PROFIL RESPONDEN

Nomor Responden : .....(diisi oleh peneliti)

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
  - a. Laki-Laki
  - b. Perempuan
3. Umur :
  - a. 17-25 Tahun
  - b. 26-35 Tahun
  - c. 36-45 Tahun
  - d.  $\geq$  46 Tahun
4. Jenis Pekerjaan :
  - a. ABRI/Polisi/PNS
  - b. Karyawan Swasta
  - c. Pengusaha/pedagang
  - d. Petani
  - e. Mahasiswa/Pelajar
  - f. Lainnya..
5. Sudah Berapa Lama Anda Menggunakan Produk Dan Jasa Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang M. Yamin ?
  - a.  $\leq$  1 Tahun
  - b. 1-2 Tahun
  - c. 2-3 Tahun

## **A. PETUNJUK PENGISIAN**

1. Dimohon untuk membaca angket ini dengan teliti, supaya responden mengerti maksud pertanyaan
2. Pilihlah salah satu jawaban yang dianggap sesuai dari beberapa pilihan jawaban, dengan cara memberi tanda *chek list* dan setiap pertanyaan hanya memiliki satu pilihan jawaban.
3. Alternative jawaban yang diberikan adalah sebagai berikut:
  - 1 (STS) = Sangat Tidak Setuju
  - 2 (TS) = Tidak Setuju
  - 3 (KS) = Kurang Setuju
  - 4 (S) = Setuju
  - 5 (SS) = Sangat Setuju
4. Bila terdapat pertanyaan yang kurang dimengerti bisa ditanyakan langsung kepada peneliti
5. Kumpulkan jawaban secara langsung kepada peneliti.

## B. DAFTAR PERNYATAAN

No	PREFERENSI, KARAKTERISTIK NASABAH, (X)	1	2	3	4	5
		STS	TS	KS	S	SS
<b>Preferensi (X<sub>1</sub>)</b>						
1.	Melengkapi data diri nasabah sangat penting bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) sebagai referensi dalam proses verifikasi dan transaksi di seluruh channel dan layanan bank.					
2.	Saya tertarik menyimpan dana di Bank Syariah Indonesia (BSI) karena informasi yang dilakukan bank di media cetak, media sosial, dan marketing lengkap dan persuasif.					
3.	Bank Syariah Indonesia (BSI) terus menjaga nilai-nilai syariah dengan memberikan pembiayaan yang sehat dan berkelanjutan sehingga tetap menjaga keberlangsungan kehidupan dan lingkungan.					
4.	Saya memilih produk dan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) berdasarkan banyaknya nasabah yang menggunakan.					
<b>Karakteristik Nasabah (X<sub>2</sub>)</b>						
1.	Bahwa dengan berpartisipasi menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) akan meningkatkan kesadaran terhadap nilai-nilai Islam yaitu dengan menjalankan aturan syariah.					
2.	Bank Syariah Indonesia (BSI) tidak menerapkan sistem bunga dalam transaksinya karena menurut syariah Islam bunga dikatakan sebagai riba yang hukumnya haram.					
3.	Nasabah merasa nyaman dan aman dalam bertransaksi di Bank Syariah Indonesia (BSI).					
4.	Saya tetap menggunakan produk dan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) karena transaksi keuangan yang sesuai dengan syariat Islam.					
5.	Kualitas layanan yang diberikan Bank Syariah Indonesia (BSI) sangat memuaskan bagi nasabah.					

No	PRODUK DAN JASA BANK ASYARIAH INDONESIA (Y)	1	2	3	4	5
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya menabung di Bank Syariah Indonesia (BSI) karena bank tersebut menyediakan banyak pilihan produk dan jasa yang menguntungkan nasabah.					
2.	Produk Bank Syariah Indonesia (BSI) beragam dan inovatif seperti produk tabungan Mudharabah dan Wadiah.					
3.	Produk dan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) sangat bermanfaat bagi nasabah.					
4.	Saya percaya terhadap jaminan keamanan produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia (BSI).					



**LAMPIRAN 2  
PENGAJUAN JUDUL**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو

STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Diponegoro No.23 Palu. Telp. 0451-460798, Fax. 0451-460165.  
Website : [www.uindatokarama.ac.id](http://www.uindatokarama.ac.id) email: [humas@uindatokarama.ac.id](mailto:humas@uindatokarama.ac.id)

PENGAJUAN JUDUL SKRIPSI

Nama : Arum Rahma Shaleha  
TTL : Palu, 11 Mei 2001  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Alamat : Desa Maranatha  
NIM : 195150021  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Semester : VI Eram  
HP : 0873 1614 1366

Judul :

- o Judul I : Pengaruh Preferensi dan karakteristik Nasabah terhadap pembiayaan barang dan jasa Bank Syariah (studi kasus BSI KE Palu)
- o Judul II : Analisis kinerja keuangan bank syariah dan bank konvensional di kota Palu
- o Judul III : Pengaruh kepemimpinan, motivasi, pelatihan Islami, dan kompensasi syariah terhadap kinerja karyawan (studi kasus Bank BSI Palu)

Palu, 8 Juni 2022  
Mahasiswa,

NIM 19.5.15.0021

Telah disetujui penyusunan skripsi dengan catatan :

Pembimbing I : Dr. Ermawati

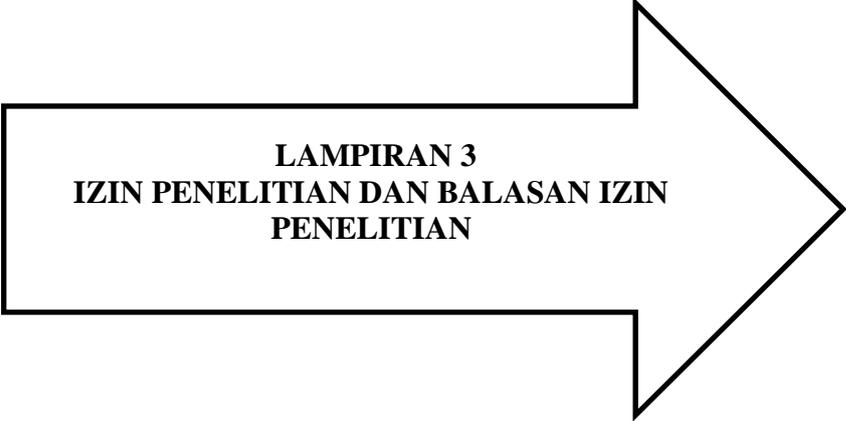
Pembimbing II : Noor Riefma

a.n. Dekan  
Wakil Dekan BIDANG AKADEMIK DAN  
KELEMBAGAAN,

Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag  
NIP. 19770331 200312 2 002

Ketua Jurusan,

NIP. 1978052015031001



**LAMPIRAN 3**  
**IZIN PENELITIAN DAN BALASAN IZIN**  
**PENELITIAN**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو

STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Diponegoro No.23 Palu. Telp. 0451-460798, Fax. 0451-460165.  
Website : www.iainpalu.ac.id email: humas@iainpalu.ac.id

Nomor : 4290 /Un.24/F.V/PP.00.9/10 /2022  
Sifat : Penting  
Lampiran : -  
Hal : Izin Penelitian

Palu, 17 Oktober 2022

Kepada Yth.  
Pimpinan BSI KC Palu M.Yamin  
di -  
Tempat

*Assalamu Alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa (i) yang tersebut di bawah ini :

Nama : Arum Rahma Shaleha  
NIM : 19.5.15.0021  
TTL : Palu, 11 Mei 2001  
Semester : VII (Tujuh)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi : Perbankan Syariah  
Alamat : Jl. Manimbaya

Untuk melakukan Penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul: **“PENGARUH PREFERENSI DAN KARAKTERISTIK NASABAH TERHADAP PEMBIAYAAN BARANG DAN JASA BANK SYARIAH (BSI KC M.YAMIN)”**

Untuk maksud tersebut diharapkan kiranya kepada yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan Penelitian di BSI KC Palu M.Yamin

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

*Wassalam.*



**Dr. H. Bilal Malarangan, M.H.I.**

19650505 199903 1 002

Tanggal : 20 Oktober 2022  
Nomor : 02/1819-3/8050  
Lamp : -

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk  
KC Palu M. Yamin  
Jl. Prof. Moh. Yamin No. 46  
Kav. 8-10 Kompleks Paluta Building  
T : 0451 424848  
0451 424244  
F : 0451 422399  
www.bankbsi.co.id

Kepada Yth,  
**Universitas Islam Indonesia Datokarama Palu**  
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Perihal : Izin Penelitian

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Semoga Bapak/ibu beserta seluruh staff senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapatkan taufik serta hidayah dari Allah SWT.

Sehubungan dengan surat dari Universitas Islam Indonesia Datokarama Palu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Perihal izin mengadakan penelitian tertanggal 17 Oktober 2022, maka kami PT. Bank Syariah Indonesia KC Palu M Yamin dengan ini menerangkan nama mahasiswa di bawah ini :

Nama : Arum Rahma Shaleha  
NIM : 19.5.15.0021  
Prodi : Perbankan Syariah

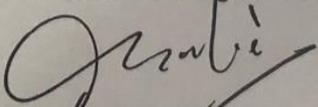
Diizinkan Penelitian di PT. Bank Syariah Indonesia KC Palu M Yamin guna melengkapi skripsi yang berjudul "**PENGARUH PREFERENSI DAN KARAKTERISTIK NASABAH TERHADAP PEMBIAYAAN BARANG DAN JASA BANK SYARIAH (BSI KC M.YAMIN)**". Adapun syarat syarat penelitian sebagai berikut :

1. CV
2. Rek Bank Syariah Indonesia
3. Hasil penelitian

Demikian Kami sampaikan, Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimah kasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk  
Kantor Cabang Palu M. Yamin

  
**Dewi Indah Sari**  
BOSM



**LAMPIRAN 4**  
**SK JUDUL**

**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU  
NOMOR : 828 TAHUN 2022**

TENTANG

**PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU  
TAHUN AKADEMIK 2021/2022**

- Membaca : Surat saudara : **Arum Rahma Shaleha / NIM 19.5.15.0021** mahasiswa jurusan **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu, tentang pembimbingan penulisan skripsi pada program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu dengan judul skripsi : **Pengaruh Preferensi dan Karakteristik Nasabah Terhadap Pembiayaan Barang dan Jasa Bank Syariah (Studi Kasus BSI KC Palu**
- Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran pelaksanaan pembimbingan skripsi tersebut, dipandang perlu untuk menunjuk dosen pembimbing mahasiswa yang bersangkutan.  
b. bahwa mereka yang namanya tercantum dalam keputusan ini dipandang cakap dan mampu melaksanakan tugas pembimbingan tersebut.  
c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana pada huruf a dan b tersebut, dipandang perlu menetapkan Keputusan Dekan dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;  
3. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 2013 tentang Standar Pendidikan Nasional  
4. Peraturan Presiden Nomor 51 Tahun 2013 tentang Perubahan STAIN Palu menjadi IAIN Palu;  
5. Peraturan Menteri Agama Nomor 92 Tahun 2013 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja IAIN Palu;  
6. Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor In.18/R/KP/07.6/73/2014 tentang Pengangkatan Wakil Rektor dan Dekan di Lingkungan IAIN Palu.  
7. Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Agama Nomor 47 Tahun 2015 tentang Statuta Insitut Agama Islam Negeri Palu

## MEMUTUSKAN

- Menetapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU TENTANG PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU TAHUN AKADEMIK 2021/2022
- PERTAMA : 1. **Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag.** (Pembimbing I)  
2. **Noor Riefma Hidayah, SE., Ak., M.Sc** (Pembimbing II)
- KEDUA : Pembimbing I bertugas memberikan bimbingan berkaitan dengan substansi/isi skripsi.  
Pembimbing II bertugas memberikan bimbingan berkaitan dengan metodologi penulisan skripsi.
- KETIGA : Segala biaya yang timbul sebagai akibat dikeluarkannya Keputusan ini, dibebankan pada anggaran DIPA UIN DATOKARAMA Palu Tahun Anggaran 2022.
- KEEMPAT : Jangka waktu penyelesaian skripsi dimaksud selambat-lambatnya 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal ditetapkannya Keputusan ini.
- KELIMA : Segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya, apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan dalam penetapan Keputusan ini.

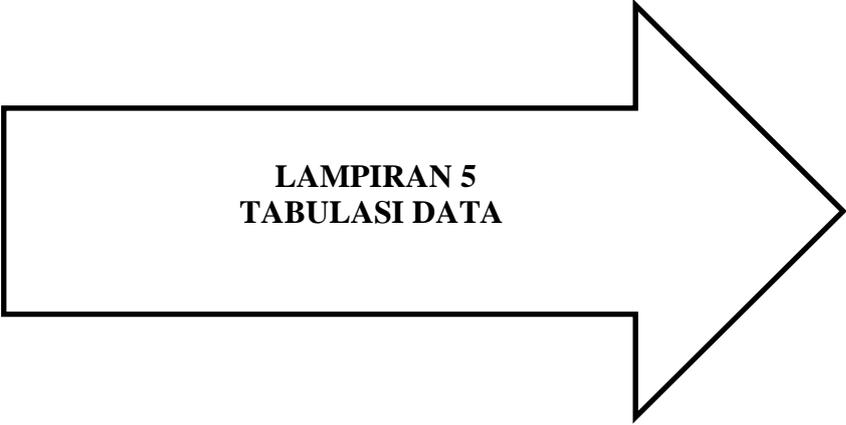
Ditetapkan di : Palu  
Pada Tanggal : 27 Juni 2022



**Dr. H. Hilal Malarangan, M.H.I**  
NIP. 19650505 199903 1 002

### **Tembusan :**

1. Dosen Pembimbing yang bersangkutan;
2. Mahasiswa yang bersangkutan;

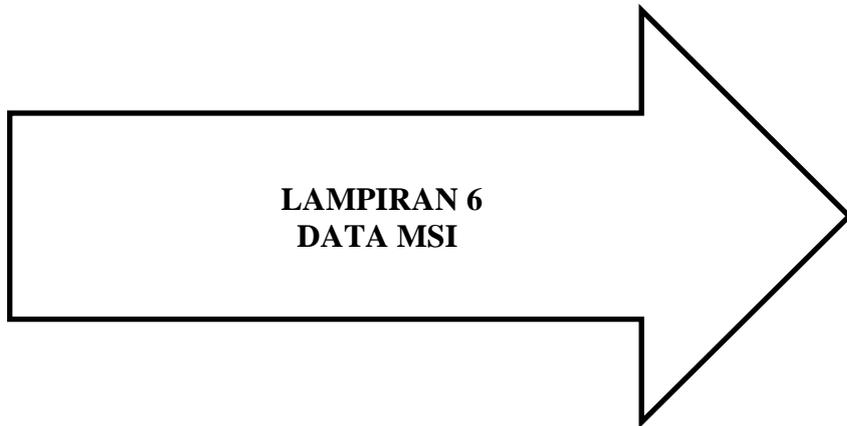


**LAMPIRAN 5**  
**TABULASI DATA**

NO	PREFERENSI (X1)					NO	KARAKTERISTIK NASABAH (X2)						NO	PENGUNAAN PRODUK DAN JASA (Y)				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total X2		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y
1	4	4	5	4	17	1	5	4	5	4	4	22	1	4	5	4	5	44
2	4	5	4	4	17	2	5	4	5	5	4	23	2	4	5	4	5	45
3	4	4	4	4	16	3	4	4	4	5	5	22	3	3	4	3	5	42
4	4	5	4	5	18	4	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	5	42
5	3	4	5	5	17	5	2	2	4	5	4	17	5	4	5	3	5	38
6	4	4	4	4	16	6	4	5	4	4	4	21	6	5	4	4	5	43
7	5	5	5	5	20	7	5	5	5	5	5	25	7	4	4	4	5	47
8	5	5	4	4	18	8	3	3	4	4	4	18	8	4	4	4	4	38
9	4	4	3	4	15	9	5	4	5	5	4	23	9	4	5	4	4	44
10	4	5	4	4	17	10	5	4	5	4	5	23	10	4	5	4	5	46
11	3	2	3	1	9	11	1	2	2	1	3	9	11	2	1	2	2	19
12	4	5	4	5	18	12	3	5	5	4	4	21	12	5	4	5	4	43
13	4	4	5	5	18	13	2	5	4	5	4	20	13	5	4	5	4	42
14	4	5	4	4	17	14	4	4	5	4	4	21	14	4	5	3	4	41
15	4	5	4	5	18	15	5	4	5	4	5	23	15	5	4	5	4	46
16	2	2	2	3	9	16	2	2	3	3	1	11	16	3	2	3	2	22
17	4	5	5	4	18	17	4	5	4	5	3	21	17	4	5	4	5	42
18	4	5	3	4	16	18	5	4	5	4	5	23	18	4	5	3	4	44
19	4	4	4	5	17	19	4	5	4	5	4	22	19	4	5	5	4	44
20	4	5	4	4	17	20	5	4	5	5	3	22	20	5	4	4	4	42
21	5	4	5	4	18	21	4	5	5	4	4	22	21	5	4	5	4	44
22	2	2	3	2	9	22	4	2	3	3	1	13	22	4	1	3	2	24
23	3	2	3	2	10	23	2	2	1	3	2	10	23	2	1	2	2	19
24	4	5	5	4	18	24	3	4	5	4	3	19	24	5	4	5	4	40
25	5	4	4	5	18	25	4	5	4	5	4	22	25	4	5	3	5	43
26	2	2	4	2	10	26	1	3	2	2	2	10	26	2	1	2	2	19
27	5	5	5	5	20	27	5	3	4	4	4	20	27	4	4	4	5	41
28	4	2	2	3	11	28	2	1	2	2	2	9	28	2	2	1	2	18
29	5	4	5	4	18	29	5	4	4	5	4	22	29	4	5	4	4	43
30	5	4	4	5	18	30	5	4	5	4	4	22	30	5	4	3	4	42
31	5	5	5	4	19	31	4	5	4	5	5	23	31	4	5	4	5	46
32	5	4	4	5	18	32	4	2	5	4	3	18	32	4	4	5	4	38
33	5	5	4	1	15	33	5	5	5	4	4	23	33	5	3	4	2	41
34	4	4	5	4	17	34	5	4	5	4	3	21	34	4	5	4	5	42
35	5	5	5	4	19	35	4	5	4	5	4	22	35	5	4	5	4	44
36	3	4	2	1	10	36	1	2	5	4	3	15	36	3	4	1	2	28
37	5	5	5	4	19	37	5	5	4	5	5	24	37	4	5	4	5	47
38	4	3	4	5	16	38	5	4	5	4	3	21	38	5	4	5	4	42
39	5	4	5	5	19	39	5	5	5	4	5	24	39	5	4	4	5	47
40	2	1	2	3	8	40	2	1	1	2	3	9	40	3	1	2	3	21
41	4	5	5	3	17	41	4	4	4	5	3	20	41	4	4	5	4	40
42	2	2	1	1	6	42	3	2	2	3	2	12	42	1	1	2	2	20
43	5	4	4	5	18	43	4	5	4	4	5	22	43	5	5	4	4	45
44	4	4	5	5	18	44	4	3	5	5	5	22	44	5	5	5	3	45
45	4	5	5	4	18	45	5	3	4	4	5	21	45	4	5	5	4	44
46	5	4	4	5	18	46	4	4	5	4	4	21	46	5	4	4	4	42
47	5	5	5	5	20	47	5	4	4	3	4	20	47	4	4	5	4	41
48	2	2	3	3	10	48	1	2	2	1	3	9	48	3	2	1	2	20
49	4	4	3	3	14	49	4	5	4	3	5	21	49	4	5	3	4	42
50	5	5	5	4	19	50	3	4	4	5	4	20	50	3	4	5	5	41
51	4	4	2	5	15	51	1	3	5	2	2	13	51	2	4	1	2	24
52	3	3	4	3	13	52	5	5	4	3	4	21	52	3	5	5	5	43
53	4	5	4	4	17	53	5	4	5	4	5	23	53	4	2	5	4	43
54	2	2	1	2	7	54	1	2	1	1	2	7	54	2	3	3	3	20
55	2	3	2	2	9	55	1	2	1	2	2	8	55	2	1	1	2	16
56	5	5	5	4	19	56	4	5	4	4	4	21	56	5	4	5	4	43
57	4	5	4	5	18	57	5	4	5	5	4	23	57	5	5	4	5	46
58	4	4	5	4	17	58	5	4	5	4	4	22	58	5	4	5	5	45
59	5	2	2	4	13	59	5	1	1	4	5	16	59	3	4	3	3	34
60	5	5	5	4	19	60	4	5	4	5	4	22	60	5	5	4	4	44
61	5	4	4	5	18	61	4	5	5	3	5	22	61	4	4	4	3	42
62	5	5	5	4	19	62	5	4	4	5	4	22	62	5	5	5	4	45
63	4	5	4	5	18	63	4	4	5	5	4	22	63	5	4	5	5	45
64	4	4	1	5	14	64	5	5	5	3	3	21	64	1	1	1	1	28
65	5	4	5	4	18	65	4	4	4	5	5	22	65	4	5	4	4	44
66	4	4	4	3	15	66	5	3	5	4	4	21	66	5	4	5	5	44
67	5	4	5	4	18	67	4	5	4	5	5	23	67	4	5	4	4	45
68	4	3	3	3	13	68	5	4	5	5	4	23	68	5	4	4	5	45
69	2	2	1	2	7	69	2	2	1	3	1	9	69	2	1	2	2	17
70	4	5	5	4	18	70	2	5	4	4	5	20	70	4	5	4	5	43
71	2	2	2	1	7	71	3	2	2	2	2	11	71	3	2	2	3	23
72	3	3	3	3	12	72	4	4	4	4	4	20	72	4	5	4	4	41
73	2	1	2	1	6	73	1	2	2	2	2	9	73	2	1	2	1	17
74	5	4	4	3	16	74	5	4	4	5	3	21	74	4	5	4	4	41
75	5	4	3	4	16	75	4	5	4	5	4	22	75	4	5	4	4	43
76	2	1	2	2	7	76	2	2	1	2	2	9	76	2	1	2	2	18
77	4	4	5	4	17	77	5	4	4	4	5	22	77	5	4	3	4	43
78	2	2	1	3	8	78	3	2	2	2	3	12	78	1	2	2	3	23
79	5	3	4	4	16	79	4	5	5	4	5	23	79	4	4	4	5	45
80	4	5	4	5	18	80	4	5	5	4	4	22	80	5	4	5	4	44
81	2	2	1	2	7	81	1	2	2	1	2	8	81	1	2	2	4	19
82	4	5	4	5	18	82	4	5	4	4	4	21	82	4	4	4	5	42

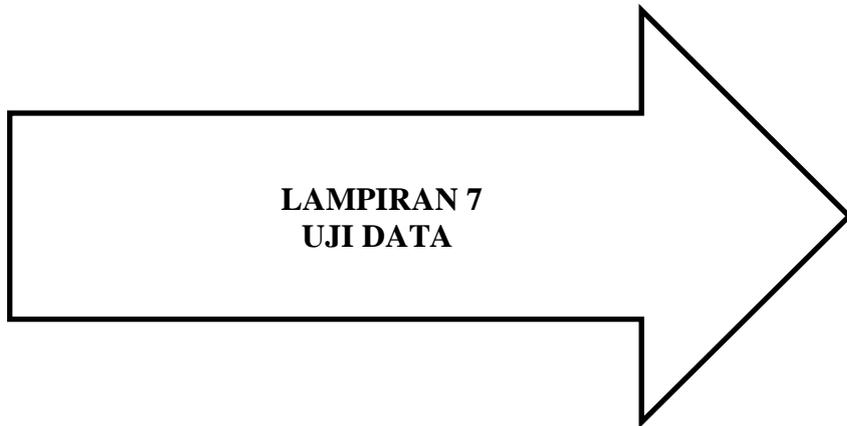
83	5	5	5	5	20	83	5	5	5	5	4	24	83	4	5	5	4	46
84	4	5	5	5	19	84	5	4	5	5	5	24	84	2	5	4	5	45
85	4	4	5	4	17	85	4	5	4	5	4	22	85	5	4	5	5	45
86	5	5	4	5	19	86	5	4	5	4	5	23	86	4	5	4	4	45
87	5	4	5	4	18	87	5	4	5	4	4	22	87	5	5	4	4	44
88	4	1	4	5	17	88	5	5	4	5	5	24	88	5	4	5	4	47
89	5	5	4	5	19	89	4	5	3	5	4	21	89	5	4	4	5	43
90	2	2	1	2	7	90	1	2	4	2	2	11	90	1	3	2	1	20
91	5	5	4	4	18	91	5	4	4	5	4	22	91	4	5	4	5	44
92	4	5	4	5	18	92	5	4	5	4	4	22	92	4	5	4	5	44
93	2	3	2	1	8	93	2	2	1	2	2	9	93	2	1	2	3	19
94	4	5	4	5	18	94	5	4	5	4	4	22	94	4	4	5	5	44
95	5	4	5	4	18	95	4	5	4	5	5	23	95	5	4	5	4	46
96	4	5	4	5	18	96	4	4	5	4	4	21	96	5	4	4	5	43
97	5	4	5	4	18	97	2	4	3	5	5	19	97	4	5	4	5	42
98	4	5	4	5	18	98	5	4	5	4	4	22	98	5	4	5	4	44
99	5	4	5	4	18	99	4	5	4	5	5	23	99	5	3	4	5	45
100	4	5	5	5	19	100	5	4	5	4	4	22	100	5	4	5	4	44

**LAMPIRAN 6**  
**DATA MSI**



Successive Interval				Successive Interval					Successive Interval					TOTALY	
4	4	5	4	TOTALX1	5	4	5	4	4	TOTALX2	4	5	4	5	TOTALY
2,348	2,972	3,976	2,840	12,136	3,739	3,229	3,806	3,023	3,321	17,118	2,958	3,706	3,012	4,346	4,346
2,348	4,120	2,827	2,840	12,135	3,739	3,229	3,806	4,213	3,321	18,308	2,958	3,706	3,012	4,346	4,346
2,348	2,972	2,827	2,840	10,987	2,612	3,229	2,594	4,213	4,516	17,163	2,270	2,495	2,307	4,346	4,346
2,348	4,120	2,827	3,996	13,291	2,612	3,229	2,594	3,023	3,321	14,779	2,958	3,706	3,012	4,346	4,346
1,641	2,972	3,976	3,996	12,585	1,730	2,068	2,594	4,213	3,321	13,926	2,958	3,706	2,307	4,346	4,346
2,348	2,972	2,827	2,840	10,987	2,612	4,386	2,594	3,023	3,321	15,936	4,140	2,495	3,012	4,346	4,346
3,579	4,120	3,976	3,996	15,671	3,739	4,386	3,806	4,213	4,516	20,659	2,958	2,495	3,012	4,346	4,346
3,579	4,120	2,827	2,840	13,366	2,063	2,608	2,594	3,023	3,321	13,609	2,958	2,495	3,012	3,149	3,149
2,348	2,972	2,176	2,840	10,336	3,739	3,229	3,806	4,213	3,321	18,308	2,958	3,706	3,012	3,149	3,149
2,348	4,120	2,827	2,840	12,135	3,739	3,229	3,806	3,023	4,516	18,312	2,958	3,706	3,012	4,346	4,346
1,641	1,920	2,176	1,000	6,737	1,000	2,068	1,698	1,000	2,522	8,289	1,813	1,000	1,814	1,947	1,947
2,348	4,120	2,827	3,996	13,291	2,063	4,386	3,806	3,023	3,321	16,599	4,140	2,495	4,166	3,149	3,149
2,348	2,972	3,976	3,996	13,292	1,730	4,386	2,594	4,213	3,321	16,243	4,140	2,495	4,166	3,149	3,149
2,348	4,120	2,827	2,840	12,135	2,612	3,229	3,806	3,023	3,321	15,992	2,958	3,706	2,307	3,149	3,149
2,348	4,120	2,827	3,996	13,291	3,739	3,229	3,806	3,023	4,516	18,312	4,140	2,495	4,166	3,149	3,149
1,000	1,920	1,753	2,141	6,814	1,730	2,068	1,980	2,308	1,000	9,086	2,270	1,648	2,307	1,947	1,947
2,348	4,120	3,976	2,840	13,284	2,612	4,386	2,594	4,213	2,522	16,327	2,958	3,706	3,012	4,346	4,346
2,348	4,120	2,176	2,840	11,484	3,739	3,229	3,806	3,023	4,516	18,312	2,958	3,706	2,307	3,149	3,149
2,348	2,972	2,827	3,996	12,143	2,612	4,386	2,594	4,213	3,321	17,125	2,958	3,706	4,166	3,149	3,149
2,348	4,120	2,827	2,840	12,135	3,739	3,229	3,806	4,213	2,522	17,509	4,140	2,495	3,012	3,149	3,149
3,579	2,972	3,976	2,840	13,367	2,612	4,386	3,806	3,023	3,321	17,148	4,140	2,495	4,166	3,149	3,149
1,000	1,920	2,176	1,707	6,802	2,612	2,068	1,980	2,308	1,000	9,968	2,958	1,000	2,307	1,947	1,947
1,641	1,920	2,176	1,707	7,443	1,730	2,068	1,000	2,308	1,920	9,026	1,813	1,000	1,814	1,947	1,947
2,348	4,120	3,976	2,840	13,284	2,063	3,229	3,806	3,023	2,522	14,644	4,140	2,495	4,166	3,149	3,149
3,579	2,972	2,827	3,996	13,374	2,612	4,386	2,594	4,213	3,321	17,125	2,958	3,706	2,307	4,346	4,346
1,000	1,920	2,827	1,707	7,453	1,000	2,608	1,698	1,818	1,920	9,044	1,813	1,000	1,814	1,947	1,947
3,579	4,120	3,976	3,996	15,671	3,739	2,608	2,594	3,023	3,321	15,284	2,958	2,495	3,012	4,346	4,346
2,348	1,920	1,753	2,141	8,161	1,730	1,000	1,698	1,818	1,920	8,167	1,813	1,648	1,000	1,947	1,947
3,579	2,972	3,976	2,840	13,367	3,739	3,229	2,594	4,213	3,321	17,095	2,958	3,706	3,012	3,149	3,149
3,579	2,972	2,827	3,996	13,374	3,739	3,229	3,806	3,023	3,321	17,118	4,140	2,495	2,307	3,149	3,149
3,579	4,120	3,976	2,840	14,515	2,612	4,386	2,594	4,213	4,516	18,320	2,958	3,706	3,012	4,346	4,346
3,579	2,972	2,827	3,996	13,374	2,612	2,068	3,806	3,023	2,522	14,032	2,958	2,495	4,166	3,149	3,149
2,348	4,120	2,827	1,000	11,526	3,739	4,386	3,806	3,023	3,321	18,275	4,140	1,860	3,012	1,947	1,947
2,348	2,972	3,976	2,840	12,136	3,739	3,229	3,806	3,023	2,522	16,319	2,958	3,706	3,012	4,346	4,346
3,579	4,120	3,976	2,840	14,515	2,612	4,386	2,594	4,213	3,321	17,125	4,140	2,495	4,166	3,149	3,149
1,641	2,972	1,753	1,000	7,366	1,000	2,068	3,806	3,023	2,522	12,420	2,270	2,495	1,000	1,947	1,947
3,579	4,120	3,976	2,840	14,515	3,739	4,386	2,594	4,213	4,516	19,446	2,958	3,706	3,012	4,346	4,346
2,348	2,397	2,827	3,996	11,568	3,739	3,229	3,806	3,023	2,522	16,319	4,140	2,495	4,166	3,149	3,149
3,579	2,972	3,976	3,996	14,523	3,739	4,386	3,806	3,023	4,516	19,469	4,140	2,495	3,012	4,346	4,346
1,000	1,000	1,753	2,141	5,894	1,730	1,000	1,000	1,818	2,522	8,071	2,270	1,000	1,814	2,459	2,459
2,348	4,120	3,976	2,141	12,585	2,612	3,229	2,594	4,213	2,522	15,170	2,958	2,495	4,166	3,149	3,149
1,000	1,920	1,000	1,000	4,920	2,063	2,068	1,698	2,308	1,920	10,058	1,000	1,000	1,814	1,947	1,947
3,579	2,972	2,827	3,996	13,374	2,612	4,386	2,594	3,023	4,516	17,130	4,140	3,706	3,012	3,149	3,149
2,348	2,972	3,976	3,996	13,292	2,612	2,068	3,806	4,213	4,516	17,755	4,140	3,706	4,166	2,459	2,459
2,348	4,120	3,976	2,840	13,284	3,739	2,608	2,594	3,023	4,516	16,479	2,958	3,706	4,166	3,149	3,149
3,579	2,972	2,827	3,996	13,374	2,612	3,229	3,806	3,023	3,321	15,992	4,140	2,495	3,012	3,149	3,149
3,579	4,120	3,976	3,996	15,671	3,739	3,229	2,594	2,308	3,321	15,191	2,958	2,495	4,166	3,149	3,149
1,000	1,920	2,176	2,141	7,236	1,000	2,068	1,698	1,000	2,522	8,289	2,270	1,648	1,000	1,947	1,947
2,348	2,972	2,176	2,141	9,636	2,612	4,386	2,594	2,308	4,516	16,416	2,958	3,706	2,307	3,149	3,149
3,579	4,120	3,976	2,840	14,515	2,063	3,229	2,594	4,213	3,321	15,419	2,270	2,495	4,166	4,346	4,346
2,348	2,972	1,753	3,996	11,069	1,000	2,608	3,806	1,818	1,920	11,152	1,813	2,495	1,000	1,947	1,947
1,641	2,397	2,827	2,141	9,006	3,739	4,386	2,594	2,308	3,321	16,347	2,270	3,706	4,166	4,346	4,346
2,348	4,120	2,827	2,840	12,135	3,739	3,229	3,806	3,023	4,516	18,312	2,958	1,648	4,166	3,149	3,149
1,000	1,920	1,000	1,707	5,626	1,000	2,068	1,000	1,000	1,920	6,988	1,813	1,860	2,307	2,459	2,459
1,000	2,397	1,753	1,707	6,857	1,000	2,068	1,000	1,818	1,920	7,806	1,813	1,000	1,000	1,947	1,947
3,579	4,120	3,976	2,840	14,515	2,612	4,386	2,594	3,023	3,321	15,936	4,140	2,495	4,166	3,149	3,149
2,348	4,120	2,827	3,996	13,291	3,739	3,229	3,806	4,213	3,321	18,308	4,140	3,706	3,012	4,346	4,346
2,348	2,972	3,976	2,840	12,136	3,739	3,229	3,806	3,023	3,321	17,118	4,140	2,495	4,166	4,346	4,346
3,579	1,920	1,753	2,840	10,092	3,739	1,000	1,000	3,023	4,516	13,277	2,270	2,495	2,307	2,459	2,459
3,579	4,120	3,976	2,840	14,515	2,612	4,386	2,594	4,213	3,321	17,125	4,140	3,706	3,012	3,149	3,149
3,579	2,972	2,827	3,996	13,374	2,612	4,386	3,806	2,308	4,516	17,628	2,958	2,495	3,012	2,459	2,459
3,579	4,120	3,976	2,840	14,515	3,739	3,229	2,594	4,213	3,321	17,095	4,140	3,706	4,166	3,149	3,149
2,348	4,120	2,827	3,996	13,291	2,612	3,229	3,806	4,213	3,321	17,181	4,140	2,495	4,166	4,346	4,346
2,348	2,972	1,000	3,996	10,316	3,739	4,386	3,806	2,308	2,522	16,762	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
3,579	2,972	3,976	2,840	13,367	2,612	3,229	2,594	4,213	4,516	17,163	2,958	3,706	3,012	3,149	3,149
2,348	2,972	2,827	2,141	10,287	3,739	2,608	3,806	3,023	3,321	16,497	4,140	2,495	4,166	4,346	4,346
3,579	2,972	3,976	2,840	13,367	2,612	4,386	2,594	4,213	4,516	18,320	2,958	3,706	3,012	3,149	3,149
2,348	2,397	2,176	2,141	9,061	3,739	3,229	3,806	4,213	3,321	18,308	4,140	2,495	3,012	4,346	4,346
1,000	1,920	1,000	1,707	5,626	1,730	2,068	1,000	2,308	1,000	8,106	1,813	1,000	1,814	1,947	1,947
2,348	4,120	3,976	2,840	13,284	1,730	4,386	2,594	3,023	4,516	16,248	2,958	3,706	3,012	4,346	4,346
1,000	1,920	1,753	1,000	5,673	2,063	2,068	1,698	1,818	1,920	9,567	2,270	1,648	1,814	2,459	2,459
1,641	2,397	2,176	2,141	8,355	2,612	3,229	2,594	3,023	3,321	14,779	2,958	3,706	3,012	3,149	3,149
1,000	1,000	1,753	1,000	4,753	1,000	2,068	1,698	1,818	1,920	8,504	1,813	1,000	1,814	1,000	1,000

**LAMPIRAN 7**  
**UJI DATA**



## UJI VALIDITAS

### 1. Uji Validitas Variabel Preferensi (X1)

<i>Item-Total Statistics</i>				
	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
X1.1	11.5900	9.921	.794	.852
X1.2	11.6200	9.167	.797	.846
X1.3	11.7400	9.083	.750	.865
X1.4	11.7300	9.431	.715	.878

### 2. Uji Validitas Variabel Karakteristik Nasabah (X2)

<i>Item-Total Statistics</i>				
	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
X2.1	15.4100	15.396	.730	.872
X2.2	15.4300	16.308	.749	.865
X2.3	15.2600	15.972	.735	.869
X2.4	15.3000	16.657	.755	.865
X2.5	15.4400	17.219	.725	.872

### 3. Uji Validitas Penggunaan Produk dan Jasa (Y)

<i>Item-Total Statistics</i>				
	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
Y1.1	11.4400	10.350	.753	.861
Y1.2	11.4800	9.545	.742	.869
Y1.3	11.5700	10.025	.785	.849
Y1.4	11.4100	10.527	.767	.857

## UJI RELIABILITI

### 1. Uji Reliabilitas Variabel Preferensi (X1)

<i>Reliability Statistics</i>		<b>Keterangan</b>
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	
.891	4	Sangat Andal
Variabel X1		

### 2. Uji Reliabilitas Variabel Karakteristik (X2)

<i>Reliability Statistics</i>		<b>Keterangan</b>
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	
.892	5	Sangat Andal
Variabel X2		

### 3. Uji Reliabilitas Penggunaan Produk dan Jasa (Y)

<i>Reliability Statistics</i>		<b>Keterangan</b>
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>	
.890	4	Sangat Andal
Variabel Y		

## UJI ASUMSI KLASIK

### 1. Hasil Uji Normalitas

#### *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		100
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	3.34951362
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.074
	<i>Positive</i>	.069
	<i>Negative</i>	-.074
<i>Test Statistic</i>		.074
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 <sup>c,d</sup>

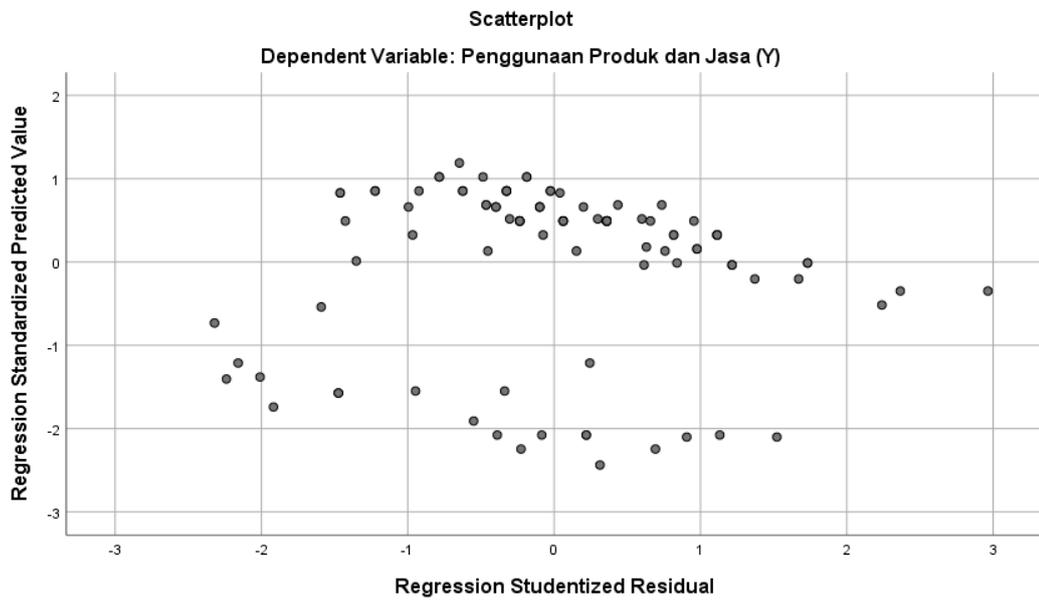
### 2. Hasil Uji Multikolinearitas

<b>Uji Multikolinieritas</b>			
<i>Coefficients<sup>a</sup></i>			
<b>Model</b>		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	Preferensi (X1)	.215	4.642
	Karakteristik Nasabah (X2)	.215	4.642

### 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.904	.859		5.708	.000
	Preferensi (X1)	-.111	.080	-.207	-1.382	.170
	Karakteristik Nasabah (X2)	-.166	.300	-.083	-.554	.581

## Grafik Scatterplot



## UJI ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

### 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.700	.803		.871	.386
	Preferensi (X1)	.504	.105	.208	4.797	.000
	Karakteristik Nasabah (X2)	1.548	.085	.792	18.287	.000

### 5. Uji T (Uji Parsial)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.700	.803		.871	.386
	Preferensi (X1)	.504	.105	.208	4.797	.000
	Karakteristik Nasabah (X2)	1.548	.085	.792	18.287	.000

### 6. Uji F (Uji Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9030.210	2	4515.105	1190.283	.000 <sup>b</sup>
	Residual	367.950	97	3.793		
	Total	9398.160	99			

## UJI KOEFISIEN DETERMINASI

### 7. Uji Koefisien Determinasi

<b>Model Summary</b>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.980 <sup>a</sup>	.961	.960	1.94764

## RIWAYAT HIDUP

### DATA PRIBADI

Nama : Arum Rahma Shaleha  
Tempat, Tanggal Lahir : Palu, 11 Mei 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tinggi, Berat Badan : 150 cm, 43 kg  
Agama : Islam  
Universitas : Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi / Semester : Perbankan Syariah / VIII (Delapan)  
Email : [arumrs76@gmail.com](mailto:arumrs76@gmail.com)  
Alamat : Desa Maranatha, Kec. Sigi Biromaru Kab. Sigi  
Nomor HP : 082316141366



### RIWAYAT PENDIDIKAN

2006-2007 : Raudhatul Atfaal Alkhairat Kotarindau  
2007-2013 : SD Inpres Maranatha  
2013-2016 : MTs Pondok Pesantren Modern Al-Istiqamah Ngatabaru  
2016-2019 : MA Pondok Pesantren Modern Al-Istiqamah Ngatabaru  
2019-Sekarang : Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu

### PENGALAMAN ORGANISASI

2020-2021 : Pengurus Devisi Usaha dan Relasi Himpunan Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah UIN Datokarama Palu.  
2021-2022 : Ketua Departemen Minat dan Bakat Dewan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu.  
2022-2023 : Pengurus INFOPUB Generasi Baru Indonesia Komisariat UIN Datorama Palu.

Palu, 6 Maret 2023 M  
6 Sya'ban 1444 H

ARUM RAHMA SHALEHA  
NIM : 19.5.15.0021