



VOLUME 18 NO 1 JANUARI 2016

# JURNAL EKONOMI & BISNIS DHARMA ANDALAS

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TUJUAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK PEMBIAYAAN BANK SYARIAH (STUDI KASUS BANK SYARIAH MANDIRI CABANG PADANG)

Dedi Fernanda<sup>1</sup>, Khadijah Ath Thahirah<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dharma Andalas

### **Abstrack**

*Purpose* – This study aims to test a theoretical model of determinants of customer's intention to use Islamic Personal Financing in Bank Syariah Mandiri branch Padang. The theoretical model based from previous study was developed by Amin et al (2011). This previous study tests the model of determinants of customer's intention to use Islamic Personal Financing in Islamic Bank of Malaysia. The present study investigates the effects of the following factors: attitude; social influence; religious obligation; pricing; and government support on the intention to use Islamic personal financing.

*Design/methodology/approach* – The sample comprised of 120 customers of Bank Syariah Mandiri branch Padang. Data were obtained through survey using semi-structured questionnaire. Out of a total of 120 responses, only 87 responses were usable for further analysis. The study used regression to analyze the data.

*Findings* – The study found two determinants to be significant in influencing the intention to use Islamic personal financing, namely attitude and religious obligation of Islamic personal financing. Social influence, pricing, and government support were found to be insignificant predictors.

**Keywords:** *Islamic Bank, Islamic Personal Financing, Consumer behavior*

### **PENDAHULUAN**

Indonesia dengan mayoritas penduduknya beragama Islam telah menyadari akan kebutuhannya terhadap lembaga keuangan yang berprinsip syariah. Kesadaran ini akhirnya berbuah hasil dengan munculnya Bank pertama yang murni

Syariah di Indonesia pada tahun 1992 yaitu Bank Muamalat Indonesia. Pendirian Bank Syariah pertama ini disambut dengan baik, baik oleh masyarakat maupun oleh pemerintah. Hal ini ditunjukkan dengan terbitnya Undang-Undang No. 7 pada tahun 1992 tentang

diperbolehkannya *Dual Banking System*, sehingga banyak bank-bank konvensional lainnya yang juga mendirikan cabang syariah. Bank Syariah menawarkan berbagai macam produk pembiayaan yang diperuntukkan bagi nasabah yang membutuhkan suntikan modal bagi usaha mereka. Produk pembiayaan ini berdasarkan pada prinsip bagi hasil dimana keuntungan yang diperoleh

dari hasil usaha dibagi sesuai dengan nisbah yang disepakati di awal akad. Berbagai macam jenis pembiayaan ini membuat nasabah dapat memilih dengan leluasa model pembiayaan seperti apa yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Berikut adalah data komposisi pembiayaan yang diberikan Bank Umum Syariah (BUS) dan Unit Usaha Syariah (UUS) di Indonesia pada tahun 2013.

**Tabel 1. Komposisi Pembiayaan yang diberikan Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah (dalam Miliar Rupiah)**

Akad	2013									
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt
Akad Mudharabah	12,027	12,056	12,102	12,026	12,168	13,629	13,28	13,29	13,35	13,66
Akad Musyarakah	28,092	28,896	30,857	32,228	33,743	35,057	35,99	35,88	36,71	37,92
Akad Murabahah	89,665	92,792	97,415	98,368	100,184	102,588	104,71	105,06	106,77	107,48
Akad Salam	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Akad Istishna'	382	414	424	479	456	487	508	539	530	528
Akad Ijarah	7,520	7,808	8,363	8,619	9,501	9,550	9,54	9,85	10,19	10,24
Akad Qardh	11,986	12,107	11,919	11,626	11,168	10,917	10,43	9,90	9,37	9,44
<b>Total</b>	<b>149,672</b>	<b>154,072</b>	<b>161,081</b>	<b>163,407</b>	<b>167,259</b>	<b>171,227</b>	<b>174,48</b>	<b>174,53</b>	<b>177,32</b>	<b>179,28</b>

Sumber: Statistik Perbankan Syariah BI (Oktober, 2013)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa komposisi pembiayaan yang diberikan BUS dan UUS terus mengalami peningkatan. Hal ini mengindikasikan adanya minat masyarakat dalam menggunakan produk-produk pembiayaan yang ditawarkan Bank Syariah. Peningkatan penggunaan masyarakat terhadap

produk pembiayaan ini memerlukan sebuah inestigasi untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi pendorong atau yang memotivasi masyarakat untuk menggunakan produk pembiayaan bank syariah

Penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh Taib et al (2008) dan Yuserrie et al (2004) yang menemukan

bahwa “sikap” dan “pengaruh sosial” merupakan faktor yang menjelaskan bagaimana seseorang dalam memilih produk pembiayaan.

Penelitian Amin (2008) juga menemukan bahwa faktor “harga” juga menjadi pertimbangan bagi masyarakat dalam memilih produk pembiayaan. Penelitian Okumus (2005) di negara Turkey menunjukkan bahwa masyarakat memilih untuk menggunakan produk pembiayaan di Bank Syariah didasari oleh faktor “agama”, “keramahan pelayanan” dan “kecepatan bertransaksi.

Selanjutnya, Rashid et al (2009) yang juga melakukan penelitian mengenai preferensi nasabah di Bangladesh dalam memilih menggunakan produk di Bank Syariah. Hasil penelitian menunjukkan masyarakat tidak hanya mempertimbangkan faktor “agama” dalam memilih menggunakan Bank Syariah namun masyarakat juga mempertimbangkan faktor-faktor lainnya seperti “efisiensi”, “*higher cost benefits*”, dan “kecocokan dengan sistem transaksi keuangan”

Penelitian lainnya dilakukan oleh Amin et al (2011) dengan menganalisa apakah faktor-faktor yang meliputi “sikap”, “pengaruh sosial”, “kewajiban agama”, “dukungan pemerintah”, dan “harga” mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk

pembiayaan pada Bank Syariah di Malaysia.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pembiayaan Bank Syariah

Menurut Syafi'i Antonio pembiayaan merupakan salah satu tugas pokok bank, yaitu pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit. Menurut sifat penggunaannya, pembiayaan dapat dibagi menjadi:

1. Pembiayaan produktif, yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, yaitu untuk peningkatan usaha, baik usaha produksi, perdagangan, maupun investasi.
2. Pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, yang akan habis digunakan untuk dipakai memenuhi kebutuhan

Menurut keperluannya, pembiayaan produktif dapat dibagi menjadi:

- a. Pembiayaan modal kerja, yaitu pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan
  1. Peningkatan produksi, baik secara kuantitatif, yaitu jumlah hasil produksi, maupun secara kualitatif, yaitu peningkatan kualitas atau mutu hasil produksi

2. Untuk keperluan perdagangan atau peningkatan *utility of place* dari suatu barang.
- b. Pembiayaan investasi, yaitu untuk memenuhi kebutuhan barang-barang modal (*capital goods*) serta fasilitas-fasilitas yang erat kaitannya dengan itu.

### **Pembiayaan Modal Kerja**

Unsur-unsur modal kerja terdiri dari komponen-komponen alat likuid (*cash*), piutang dagang (*receivable*), dan persediaan (*inventory*) yang umumnya terdiri dari persediaan bahan baku (*raw material*), persediaan barang dalam proses (*work in process*), dan persediaan barang jadi (*finished goods*). Oleh karena itu, pembiayaan modal kerja merupakan salah satu atau kombinasi dari pembiayaan likuiditas (*cash financing*), pembiayaan piutang (*receivable financing*), dan pembiayaan persediaan (*inventory financing*).

### **Pembiayaan Modal Kerja untuk Perdagangan**

#### **1. Perdagangan Umum**

Perdagangan umum adalah perdagangan yang dilakukan dengan target pembeli siapa saja yang datang membeli barang-barang yang telah disediakan di tempat penjual, baik pedagang eceran (*retailer*) maupun pedagang besar (*whole seller*). Untuk pembiayaan modal

kerja perdagangan jenis ini skema yang paling tepat adalah skema mudharabah.

#### **2. Perdagangan Berdasarkan Pesanan**

Perdagangan ini biasanya tidak dilakukan atau diselesaikan di tempat penjual, yaitu seperti perdagangan antarkota, perdagangan antarpulau, atau perdagangan antarnegara. Pembeli terlebih dulu memesan barang-barang yang dibutuhkan kepada penjual berdasarkan contoh barang atau daftar barang serta harga yang ditawarkan. Biasanya pembeli hanya akan membayar apabila barang-barang yang dipesan telah diterimanya. Hal ini untuk menghindari kemungkinan risiko akibat ketidakmampuan penjual memenuhi pesanan, atau ketidaksesuaian jumlah dan kualitas barang yang dikirimkan dengan spesifikasi yang dimaksud dalam surat penawaran atau pemesanan. Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi kedua belah pihak, bank konvensional telah memberikan jalan keluarnya, yaitu fasilitas letter of credit (L/C). Bank syariah telah dapat mengadopsi mekanisme L/C itu dengan menggunakan skema *al wakalah*, *al musyarakah*, *al mudha-rabah*, ataupun *al murabahah*. Dalam hal *al wakalah*, bank syariah hanya

memperoleh pendapatan berupa fee atas jasa yang diberikannya.

### **Pembiayaan Investasi**

Pembiayaan investasi diberikan kepada para nasabah untuk keperluan investasi, yaitu keperluan penambahan modal guna mengadakan rehabilitasi, perluasan usaha, ataupun pendirian proyek baru. Pada umumnya, pembiayaan investasi diberikan dalam jumlah besar dan pengendapannya cukup lama. Melihat luasnya aspek yang harus dikelola dan dipantau, maka untuk pembiayaan investasi bank syariah menggunakan skema *musyarakah mutanaqishah*. Skema lain yang dapat digunakan oleh bank syariah adalah *al ijarah al muntahia bittamlik*, yaitu menyewakan barang modal dengan opsi diakhiri dengan kepemilikan.

### **Pembiayaan Konsumtif**

Pembiayaan konsumtif diperlukan oleh pengguna dana untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dan akan habis dipakai untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Bank syariah dapat menyediakan pembiayaan komersil untuk pemenuhan kebutuhan barang konsumsi dengan menggunakan skema:

1. *Al bai' bi tsaman ajil* (salah satu bentuk murabahah) atau jual-beli dengan angsuran

2. *Al ijarah al muntahia bit tamlik* atau sewa beli

3. *Al musyarakah mutanaqishah* atau *decreasing participation*, di mana secara bertahap bank menurunkan jumlah partisipasinya

4. *Ar Rahn* untuk memenuhi kebutuhan jasa.

## **METODE PENELITIAN**

### **Theory of Reasoned Action (TRA)**

Penelitian ini menggunakan *Theory of Reasoned Action* (TRA). TRA diperkenalkan pertama kali oleh Fishbein dan Ajzein (1975) yang digunakan untuk menguji hubungan antara kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), niat (*Intention*), dan tingkah laku (*behavior*). Teori ini sudah sering digunakan untuk konteks berbeda. Contohnya pada penelitian Taib et al (2008) yang menggunakan TRA untuk menguji persepsi nasabah bank mengenai pembiayaan *Musharakah Mutanaqishah* di Malaysia. Amin et al (2009) juga pernah menggunakan TRA untuk menguji penerimaan mahasiswa S1 terhadap akuntansi Islam.

### **Pengembangan Hipotesis**

Faktor 1: Sikap Nasabah (*Attitude*). Sikap (*Attitude*) mengacu pada hasil akhir dari perasaan positif atau negatif dari individu dalam melakukan perilaku tertentu (Fishbein dan Ajzein, 1975). Para peneliti telah melakukan banyak penelitian yang berhubungan

dengan sikap (*attitude*). Taib et al (2008) menemukan hubungan yang signifikan antara sikap mahasiswa pascasarjana terhadap pembiayaan *musharakah mutanaqishah* dan level penerimaan mahasiswa pascasarjana terhadap pembiayaan tersebut. Gopi dan Ramayah (2007) mengidentifikasi bahwa sikap adalah penentu utama dalam penggunaan system jual beli online. Ramayah dan Suki (2006) juga telah menguji bagaimana niat mahasiswa *Master of Business Administration* (MBA) dalam menggunakan Smartphone, dan mereka menemukan bahwa hal ini secara signifikan berhubungan dengan sikap. Dengan demikian dapat diambil hipotesis pertama:

*H01: Sikap Nasabah (Attitude) tidak mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah Mandiri*

*Ha1: Sikap Nasabah (Attitude) tidak mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah Mandiri*

Faktor 2: Lingkungan Sosial (*Social Influence*). Lingkungan sosial yang dimaksud dalam penelitian ini mengacu pada persepsi seseorang yang dianggap penting untuk menentukan tingkah laku yang akan diambil

selanjutnya. Taib et al (2008) menemukan bahwa lingkungan sosial ini merupakan faktor yang lebih berpengaruh dalam menentukan penggunaan produk pembiayaan Bank Syariah dibandingkan dengan sikap nasabah. Sehingga dapat ditarik hipotesis kedua:

*H02: Lingkungan Sosial tidak mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah*

*Ha2: Lingkungan Sosial mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah*

Faktor 3: Kewajiban Agama (*Religious Obligation*). Kewajiban agama yang dimaksud pada penelitian ini adalah aturan agama yang mempengaruhi pilihan dan aktivitas seseorang. Menurut Sulaiman (2003) komunitas islam dipengaruhi oleh pandangan islam yang berdasarkan syariah. Bank syariah harus mengikuti prinsip-prinsip, nilai dan tujuan Islam dalam menawarkan produk pembiayaan. Apabila Bank syariah semakin patuh terhadap Syariah, maka akan semakin besar kemungkinan individu muslim untuk menggunakan produk pembiayaannya. Pernyataan ini sesuai dengan penelitian Omer (1992) yang mensurvey 300 muslim yang tinggal di UK dan menemukan bahwa alasan

agama menjadi motivasi utama mereka untuk menggunakan layanan lembaga keuangan syariah. Metwally (1996) juga menemukan bahwa faktor paling penting yang mempengaruhi sikap Muslim untuk menggunakan Bank Syariah adalah agama (*religion*). Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya dapat ditarik hipotesis ketiga:

*H03: Kewajiban Agama tidak mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah*

*Ha3: Kewajiban Agama mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah*

Faktor 4: Harga (*Pricing*). Secara umum, harga dari produk pembiayaan mengacu pada peran Bank Syariah dalam memilih harga yang paling sesuai untuk produk pembiayaan dan kesesuaian antara bunga untuk nasabah dan bunga untuk bank (Ebert dan Griffin, 1998). Amin (2008) menemukan bahwa harga yang rendah menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah untuk melakukan transaksi di Bank Syariah. Sehingga dapat ditarik hipotesis kelima:

*H04: Harga tidak mempengaruhi tujuan nasabah dalam*

*menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah*

*Ha4: Harga mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah*

Faktor 5: Dukungan Pemerintah (*Government Support*). Dukungan Pemerintah mengacu pada aksi dan agenda pemerintah yang mempengaruhi tingkah laku dan keputusan rumah tangga, perusahaan local, dan bisnis International. Menurut Amin et al (2006) pemerintah memiliki pengaruh yang besar dalam perkembangan produk Bank Syariah. Contohnya pemerintah Malaysia pada tahun 1993 dalam mendukung pendirian Bank Islam Malaysia Berhad, tanpa adanya dukungan pemerintah Malaysia pada saat itu Bank Syariah akan sangat sulit didirikan di Malaysia. Maka dapat ditarik hipotesis keempat:

*H05: Dukungan Pemerintah tidak mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah*

*Ha5: Dukungan Pemerintah mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah*

**METODE PENELITIAN****Sampel**

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah dari Bank Mandiri Syariah cabang Padang. Pemilihan Bank Mandiri Syariah dilatarbelakangi perkembangan Bank Mandiri Syariah yang lebih pesat di

Sumatera Barat dibandingkan Bank Syariah lainnya.

Sebanyak 120 kuesioner yang disebarakan selama 1 bulan (15 Oktober 2015 – 15 November 2015), 118 kuesioner kembali dan hanya 87 kuesioner yang dapat digunakan dalam penelitian ini. Hal ini dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 2. Ikhtisar Distribusi dan Pengembalian Kuesioner**

No	Keterangan	Jumlah Kueisoner	Persentase
1	Distribusi kuesioner	120	100%
2	Kueisoner yang tidak kembali	2	1,67%
3	Kueisoner yang kembali	118	98,33%
4	Kueisoner yang cacat	31	25,83%
5	Kueisoner yang dapat diolah	87	72,5%
N sampel = 87			

*Sumber : Data olahan*

Tabel 2 memperlihatkan jumlah kuesioner yang didistribusikan kepada responden yang akan dijadikan sampel. Dari 120 kuesioner yang didistribusikan, 118 kuesioner yang dikembalikan dan hanya 87 kuesioner yang digunakan dan diolah untuk

dijadikan sampel. Sebanyak 31 kuesioner dikatakan cacat karena ada item data yang tidak diisi oleh responden terutama tentang profil responden. Adapun profil responden yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 3. Profil Responden**

No	Faktor Demografis	Frekuensi	Persentase
1	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	34	39,1
	Perempuan	53	60,9
2	Status		
	Lajang	10	11,5
	Sudah Menikah	77	88,5
3	Umur		
	< 20	7	8,0
	20-30	25	28,7
	31-40	34	39,1
	>40	21	24,1
4	Pekerjaan		
	PNS	60	69,0
	Swasta	22	25,3
	Lainnya	5	5,7



5	Agama		
	Non-Muslim	0	0
	Muslim	87	100,0

Sumber : data olahan SPSS

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa dari 87 responden yang diteliti, sebanyak 34 orang responden (39,1 %) berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 53 orang responden (60,9%) berjenis kelamin perempuan. Dilihat dari status responden, sebanyak 77 orang responden (88,5%) berstatus sudah menikah dan 10 orang responden (11,5%) masih lajang. Dilihat dari umur responden, sebanyak 34 orang responden (39,1%) berumur 31-40 tahun, 25 orang responden (28,7%) berumur 20-30 tahun, 21 orang responden (24,1%) berumur > 40 tahun dan sisanya 7 orang responden berumur < 20 tahun. Dilihat dari pekerjaan responden, kebanyakan responden bekerja sebagai PNS (60 orang/69%). Sedangkan dilihat dari agama responden, 100% responden adalah muslim.

### Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan *self-administered questionnaire* untuk mengumpulkan data. Questioner langsung diserahkan kepada masing-masing nasabah yang bersedia mengisi questioner secara sukarela. Pengumpulan data ini akan dilakukan di bulan Oktober - November 2015 setiap jam kerja. Masing-masing

responden akan diminta secara individu untuk mengisi questioner penelitian

### Instrumen Penelitian

Questioner dibagi menjadi dua bagian. Bagian pertama mencakup data demografis dari sampel dan bagian kedua mencakup pengukuran variabel independen. Pada bagian kedua questioner, ada 5 pengukuran yang diambil dari penelitian-penelitian terdahulu, seperti keterangan berikut:

1. Sikap Nasabah (diambil dari penelitian Taib et al, 2008)
2. Lingkungan Sosial (diambil dari penelitian Taib et al, 2008; Ramayah dan Suki, 2006)
3. Kewajiban Agama (diambil dari penelitian Metwally, 1996; Metawa dan Almosawi, 1998; Naser et al, 1999)
4. Dukungan Pemerintah (diambil dari penelitian Amin et al, 2011)
5. Harga (diambil dari penelitian Amin et al, 2011)

Item-item diatas diutarakan dalam bentuk kalimat sebagai bagian dari cara untuk menginvestigasi persepsi responden. Untuk mengukur persepsi responden, penelitian ini menggunakan Skala Likert ("1" untuk sangat tidak setuju - "5" untuk sangat setuju).

Questioner dibuat dalam bahasa Indonesia.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji Kualitas Data**

Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi *Product Moment* yang dari hasil SPSS nya akan

dilihat *Corrected Item – Total Correlation* dan jika  $r \text{ hitung} \geq r \text{ table}$  maka instrument atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Berikut ini adalah hasil dari pengujian validitas dari kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini:

**Tabel 4. Uji Validitas**

N o	Item	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan	N o	Item	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
1	(A1)	0,571	Valid	17	(P1)	0,207***	Tidak Valid
2	(A2)	0,676	Valid	18	(P2)	0,220	Valid
3	(A3)	0,715	Valid	19	(P3)	0,182**	Tidak Valid
4	(A4)	0,739	Valid	20	(P4)	0,117*	Tidak Valid
5	(A5)	0,654	Valid	21	(P5)	0,067*	Tidak Valid
6	(A6)	0,581	Valid	22	(G1)	0,523	Valid
7	(S1)	0,574	Valid	23	(G2)	0,436	Valid
8	(S2)	0,530	Valid	24	(G3)	0,483	Valid
9	(S3)	0,643	Valid	25	(G4)	0,566	Valid
10	(S4)	0,645	Valid	26	(G5)	0,430	Valid
11	(S5)	0,585	Valid	27	(ITU1)	0,644	Valid
12	(R1)	0,696	Valid	28	(ITU2)	0,671	Valid
13	(R2)	0,628	Valid	29	(ITU3)	0,600	Valid
14	(R3)	0,685	Valid	30	(ITU4)	0,664	Valid
15	(R4)	0,609	Valid	31	(ITU5)	0,613	Valid
16	(R5)	0,527	Valid				

Sumber : data olahan SPSS

catatan: \*olahan item-total statistic pertama, \*\*olahan item-total statistic kedua, \*\*\*olahan item-total statistic ketiga  
 $r\text{-tabel} = 0,2108, df = 87-2 = 85, \alpha = 5$

Dari 31 item pernyataan yang digunakan dalam kuesioner, ada 4 item pernyataan yaitu P1, P3, P4 dan P5 tidak bisa digunakan atau dibuang pada penelitian ini karena setelah diolah ketiga item tersebut dinyatakan tidak valid. Dari tabel dilihat pada pada kolom *corrected item-total correlation* item pernyataan P1 memiliki r hitung lebih kecil dari r tabel ( $0,207 <$

$0,2108$ ), item pernyataan P3, P4 dan P5 juga memiliki r hitung yang lebih kecil dari r tabel ( $(P3; 0,182 < 0,2108)$ ,  $(P4; 0,117 < 0,2108)$ ,  $(P5; 0,067 < 0,2108)$ ).

**Uji Reliabilitas**

Instrument pengujian reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Alpha Cronbach*. Berikut ini

adalah hasil uji reliabilitas yang diperoleh:

**Tabel 5. Uji Reliabilitas**

<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Cronbach's Alpha if Item Deleted</b>	<b>Keterangan</b>	<b>No</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Cronbach's Alpha if Item Deleted</b>	<b>Keterangan</b>
1	(A1)	0,938	Reliabel	17	(P2)	0,943	Reliabel
2	(A2)	0,937	Reliabel	18	(G1)	0,939	Reliabel
3	(A3)	0,936	Reliabel	19	(G2)	0,940	Reliabel
4	(A4)	0,936	Reliabel	20	(G3)	0,939	Reliabel
5	(A5)	0,937	Reliabel	21	(G4)	0,938	Reliabel
6	(A6)	0,938	Reliabel	22	(G5)	0,940	Reliabel
7	(S1)	0,938	Reliabel	23	(ITU1)	0,937	Reliabel
8	(S2)	0,939	Reliabel	24	(ITU2)	0,937	Reliabel
9	(S3)	0,937	Reliabel	25	(ITU3)	0,938	Reliabel
10	(S4)	0,937	Reliabel	26	(ITU4)	0,937	Reliabel
11	(S5)	0,938	Reliabel	27	(ITU5)	0,938	Reliabel
12	(R1)	0,937	Reliabel				
13	(R2)	0,938	Reliabel				
14	(R3)	0,937	Reliabel				
15	(R4)	0,938	Reliabel				
16	(R5)	0,939	Reliabel				

Sumber : data olahan SPSS

Dari tabel diatas terlihat bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk keseluruhan item pernyataan besar dari 0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan adalah reliable sehingga bisa digunakan untuk analisis berikutnya.

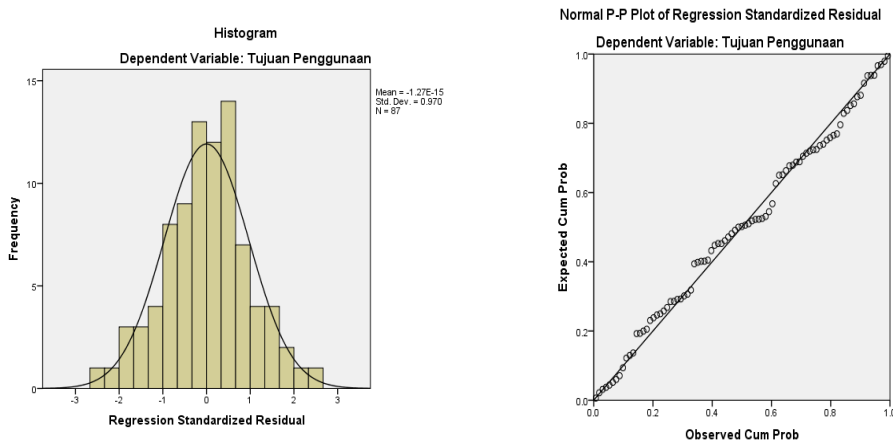
### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variable dependent

dan variable independent keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah sata yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak menggunakan analisis grafik dengan melihat histogram dan normal PP plot seperti gambar berikut:

**Gambar 1. Hasil Uji Normalitas**



Sumber : data olahan SPSS

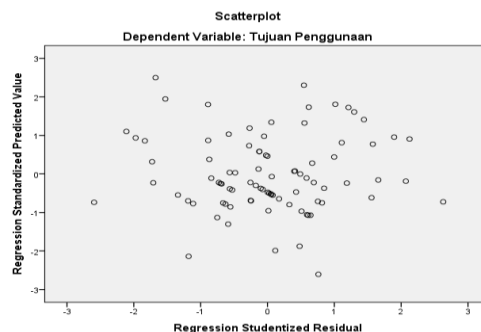
Berdasarkan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini sudah terdistribusi normal dan memenuhi syarat untuk uji regresi. Dari grafik output kita bisa melihat bentuk grafik tujuan penggunaan mengikuti bentuk distribusi normal (mengikuti bentuk lonceng). Sedangkan grafik P-P plot terletak disekitar garis diagonal (garis perpotongan antara probabilitas harapan dan probabilitas pengamatan). Jika kita lihat nilai plot PP tidak menyimpang jauh dari garis diagonal, sehingga bisa diartikan bahwa distribusi data tujuan penggunaan adalah normal.

**Uji Heterokedastisitas**

Heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Alat statistic yang digunakan untuk mendeteksi masalah

ini adalah dengan melihat pola titik-titik pada *scatter plot*, apabila titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas ataupun sebaliknya.

**Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas**



Sumber : data olahan SPSS

Berdasarkan *scatterplot* di atas, dapat dijelaskan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada data yang digunakan. Hal ini dibuktikan dari pola titik-titik pada *scatterplot* yang menyebar secara acak dan tidak membentuk pola.

**Uji Multikolinearitas**

Multikolinearitas adalah adanya hubungan spesifik antar variable independent, sehingga model regresi yang diperoleh tidak valid untuk memprediksi nilai variable independen. Diagnosis untuk mengetahui adanya multikolinearitas adalah menentukan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Indikator adanya multikolinearitas adalah apabila nilai VIF mendekati angka 8-10. Berikut ini adalah hasil pengujian multikolinearitas:

**Tabel 6. Hasil Uji ultikolinearitas**

Model	Tolerance	VIF
Constant		
Sikap Nasabah	0,550	1,817
Lingkungan Sosial	0,599	1,669
Kewajiban Agama	0,598	1,671
Harga	0,889	1,125
Dukungan Pemerintah	0,660	1,514

*Sumber: data olah SPSS*

Tabel di atas menunjukkan bahwa tidak ada variable independent yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0.100 dan nilai VIF (*Variance Inflating*

*Factor*) yang besar dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model pada penelitian ini memenuhi syarat untuk menjadi model regresi yang baik karena tidak terjadi korelasi antar variable (*non-multikolinearitas*)

**Uji Hipotesis**

Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode regresi linear berganda, dimana akan dilihat apakah variabel independen (Sikap nasabah, lingkungan sosial, kewajiban agama, harga dan dukungan pemerintah) mempengaruhi tujuan penggunaan pembiayaan Bank Syariah Mandiri. Analisa regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen. Hubungan ini bisa saja bersifat positif ataupun negative, selain itu analisa ini juga akan memprediksi nilai dari variabel dependen dengan memperhitungkan pengaruh dari masing-masing variabel independen.

**Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients (B)	t	Sig.
Constant	0,688	1,735	0,086
Sikap Nasabah	0,386	3,812	0,000
Lingkungan Sosial	0,004	0,040	0,968
Kewajiban Agama	0,295	3,243	0,002
Harga	-0,042	-0,662	0,510
Dukungan Pemerintah	0,177	1,448	0,152

*Sumber : data olahan SPSS*

Persamaan regresi yang diperoleh dari tabel di atas adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1A + \beta_2S + \beta_3R + \beta_4P + \beta_5G + e$$

$$ITU = 0,688 + 0,386A + 0,004S + 0,295R - 0,042P + 0,177G + e$$

Keterangan:

ITU = *Intention To Use* (Tujuan Penggunaan)

A = *Attitude* (Sikap Nasabah)

S = *Social Influence* (Lingkungan Sosial)

R = *Religious Obligation* (Kewajiban Agama)

P = *Price* (Harga)

G = *Government Support* (Dukungan Pemerintah)

e = *Error*

Berdasarkan hasil uji regresi terlihat bahwa sikap nasabah dan kewajiban agama menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap tujuan penggunaan. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas signifikan untuk sikap nasabah dan kewajiban yaitu 0,000 dan 0,002 (sig. < 0,05). Sementara untuk variabel lingkungan social, harga dan dukungan pemerintah menunjukkan hubungan yang tidak signifikan terhadap tujuan penggunaan. Hal ini dapat dilihat dari nilai probabilitas yang tidak signifikan berturut-turut 0,968, 0,510 dan 0,152

(sig. > 0,05). Hasil uji hipotesis dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut:

**H01: Sikap Nasabah (Attitude) tidak mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah Mandiri**  
**Ha1: Sikap Nasabah (Attitude) tidak mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah Mandiri**  
**Persamaan Regresi**

$$ITU = 0,688 + 0,386A + 0,004S + 0,295R - 0,042P + 0,177G + e$$

Konstanta dari persamaan regresinya adalah 0.688; artinya jika sikap nasabah, lingkungan sosial, kewajiban agama, dukungan pemerintah, dan harga adalah 0, maka nilai dari tujuan nasabah dalam menggunakan pembiayaan Bank Mandiri Syariah adalah 0.688; koefisien bernilai positif 0.386 artinya sikap nasabah (X1) berpengaruh terhadap ITU (Y). Setiap kali sikap nasabah naik 1% maka akan mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan pembiayaan Bank Mandiri Syariah sebesar 0.386. Berdasarkan table 4.6, nilai signifikansi untuk tekanan politik adalah 0.000 yang berarti kecil dari nilai alfa, maka dapat disimpulkan bahwa H01 ditolak dan Ha1 diterima dengan penjelasan bahwa sikap nasabah mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan

produk pembiayaan Bank Mandiri Syariah.

**H02: Lingkungan Sosial tidak mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah**

**Ha2: Lingkungan Sosial mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah.**

**Persamaan Regresi**

$$ITU = 0,688 + 0,386A + 0,004S +$$

$$0,295R - 0,042P + 0,177G + e$$

Nilai signifikansi variable lingkungan sosial (X2) adalah sebesar 0.968. Nilai ini lebih besar dari  $\alpha = 5\%$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H02 diterima dan Ha2 ditolak dengan penjelasan bahwa lingkungan social tidak mempengaruhi nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Mandiri Syariah

**H03: Kewajiban Agama tidak mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah**

**Ha3: Kewajiban Agama mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah**

**Persamaan Regresi**

$$ITU = 0,688 + 0,386A + 0,004S +$$

$$0,295R - 0,042P + 0,177G + e$$

Nilai koefisien untuk variable kewajiban agama adalah 0.295. Hal

ini menunjukkan bahwa kewajiban agama (X3) berpengaruh positif terhadap ITU (Y). Setiap peningkatan nilai dari kewajiban agama sebesar 1% akan meningkatkan tujuan/keinginan nasabah untuk menggunakan produk pembiayaan Bank Mandiri Syariah sebesar 0.295. Nilai signifikansi untuk variable kewajiban agama adalah sebesar 0.002, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha3 diterima dan H03 ditolak dengan penjelasan bahwa kewajiban agama mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Mandiri Syariah.

**H04: Harga tidak mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah**

**Ha4: Harga mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah**

**Persamaan Regresi**

$$ITU = 0,688 + 0,386A + 0,04S +$$

$$0,295R - 0,042P + 0,177G + e$$

Nilai signifikansi variabel Harga (X4) adalah sebesar 0.510. Nilai ini lebih besar dari  $\alpha = 5\%$ , sehingga dapat disimpulkan H04 diterima dan Ha4 ditolak dengan penjelasan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Mandiri Syariah.

**H05: Dukungan Pemerintah tidak mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah**

**Ha5: Dukungan Pemerintah mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah**

**Persamaan Regresi**

$$ITU = 0,688 + 0,386A + 0,04S + 0,295R - 0,042P + 0,177G + e$$

Nilai signifikansi variable Dukungan Pemerintah (X5) adalah

sebesar 0.152. Nilai ini lebih besar dari nilai  $\alpha = 5\%$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa H05 diterima dan Ha5 ditolak dengan penjelasan bahwa dukungan pemerintah tidak berpengaruh terhadap tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Mandiri Syariah.

**Uji Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,714 <sup>a</sup>	0,510	0,480	0,432

Sumber : data olahan SPSS

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat besar nilai *adjusted R square* sebesar 0,480 yang berarti bahwa variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 48%. Hal ini berarti 48% pengungkapan tujuan penggunaan pembiayaan BSM dipengaruhi oleh sikap nasabah, lingkungan sosial, kewajiban agama, harga dan dukungan pemerintah. Sisanya 52% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian yang

telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan regresi berganda diperoleh hasil bahwa sikap nasabah dan kewajiban agama mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan Bank Syariah Mandiri cabang Padang.
2. Hasil regresi berganda juga menunjukkan bahwa variable lain seperti lingkungan sosial, harga, dan dukungan pemerintah tidak mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan pada Bank Syariah Mandiri.



Hasil ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Amin et al dimana penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sikap nasabah dan lingkungan sosial adalah factor penting yang mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan bank syariah. Hal ini disebabkan oleh perbedaan sampel yang digunakan dan juga kondisi perkembangan bank syariah yang berbeda antara penelitian yang dilakukan oleh Amin et al pada 2 Bank Syariah di Malaysia dan penelitian ini hanya mengambil sampel pada 1 bank syariah yang ada di salah satu kota yang ada di Indonesia.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hanya variable sikap nasabah dan kewajiban agama saja yang mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan bank syariah. Hal ini membuktikan bahwa 2 faktor tersebut adalah faktor internal yang berasal dari kesadaran masing-masing nasabah untuk menggunakan produk pembiayaan bank syariah.
2. Sedangkan variabel lainnya seperti lingkungan sosial, harga dan

dukungan pemerintah tidak mempengaruhi tujuan nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan bank syariah.

3. Bagi peneliti selanjutnya untuk dapat menambahkan sampel yang digunakan agar memperoleh hasil yang lebih baik.

### DAFTAR PUSTAKA

- Amin, H. (2008), "*Choice criteria for Islamic home financing: empirical investigation among Malaysian bank customers*", International Journal of Housing Markets and Analysis, Vol. 1 No. 3, pp. 256-74.
- Amin, H et al (2011), "*Determinant of customers' intention to use Islamic personal financing The case of Malaysian Islamic Bank*" Journal of Islamic Accounting and Business Research, Vol. 2 No 1, pp. 22-42
- Ebert, R.J. and Griffin, R.W. (1998), *Business Essentials, 2nd ed.*, Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ.
- Fishbein, M. and Ajzen, I. (1975), "*Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*", Addison-Wesley, Reading, MA.
- Ghozali (2009), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*; Badan Penerbitan Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gopi, M. and Ramayah, T. (2007), "*Applicability of theory of planned behavior in predicting intention to trade online: some evidence from*

- a developing country*”, International Journal of Emerging Markets, Vol. 2 No. 4, pp. 348-60.
- Metawa, S.A. and Almosawi, M. (1998), “*Banking behaviour of Islamic bank customers: perspectives and implications*”, International Journal of Bank Marketing, Vol. 16 No. 7, pp. 299-313.
- Metwally, M. (1996), “*Attitudes of muslims towards Islamic banks in a dual banking system*”, American Journal of Islamic Finance, Vol. 6 No. 1, pp. 11-17.
- Naser, K., Jamal, A. and Al-Khatib, L. (1999), “*Islamic banking: a study of customer satisfaction and preferences in Jordan*”, International Journal of Bank Marketing, Vol. 17 No. 3, pp. 135-50.
- Omer, H. (1992), “*The implication of Islamic beliefs and practice on Islamic financial institutions in the UK*”, PhD dissertation, Loughborough University, Loughborough.
- Ramayah, T. and Suki, N.M. (2006), “*Intention to use mobile PC among MBA students: implications for technology integration in the learning curriculum*”, UNITAR e-Journal, Vol. 1 No. 2, pp. 1-10.
- Sulaiman, M. (2003), “*The influence of riba and zakat on Islamic accounting*”, Indonesia Management and Accounting Review, Vol. 2 No. 2, pp. 149-67.
- Taib, F.M., Ramayah, T. and Razak, D.A. (2008), “*Factor influencing intention to use diminishing partnership home financing*”, International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, Vol. 1 No. 3, pp. 235-48.
- Yuserrie, Z., Noresma, J. and Ramayah, T. (2004), “*Perception of Islamic banking: does it differ among users and non users*”, Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 6 No. 2, pp. 135-49.