

**ANALISIS NIAT NASABAH DALAM MENGADOPSI PERBANKAN
ISLAM PADA BPR SYARIAH BAKTIMAKMUR INDAH
CABANG AMPEL
DI SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Strata Satu
Program Studi Manajemen



Oleh :

SHERLY KARTIKA JATI

NIM : 2014210412

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2018

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

ma : Sherly Kartika Jati
mpat, Tanggal Lahir : Surabaya, 20 Agustus 1995
M : 2014210412
usan : Manajemen
ogram Pendidikan : Sarjana
onsentrasi : Pemasaran
bid : Analisis Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan
Islam Pada BPRS Baktimakmur Indah Cabang
Ampel di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing

Tanggal : 7/3/2018



(Drs.Ec. HARRY WIDYANTORO, M.Si.)

Ketua Program Sarjana Manajemen

Tanggal : 7 Maret 2018



(Dr. MUAZAROH, S.E., M.T)

ANALISIS NIAT NASABAH DALAM MENGADOPSI PERBANKAN ISLAM PADA BPR SYARIAH BAKTIMAKMUR INDAH CABANG AMPEL DI SURABAYA

Sherly Kartika Jati
STIE Perbanas Surabaya
Email : 2014210412@students.perbaas.ac.id

Harry Widyantoro
STIE Perbanas Surabaya Email
: harry@perbanas.ac.id

ABSTRAK

Islamic banking is banking that is so rampant and increasing in Indonesia especially in Surabaya itself. The purpose of this research aims to know the influence of the independent variable (religiosity, the amount of information, the relative advantage, compliance, and social influence) and in the dependent variable (the customer's intention in adopting Islamic banking). This research there are 120 respondents were selected using a purposive sampling method, therefore the sample used is based on predetermined criteria, Bank BPRS Baktimakmur Indah branch Ampel Surabaya which has age a minimum of 19 years. Data retrieval is done by dissemination of the questionnaire. This research uses tools test WarpPLS 6.0. The results of this research show that religiosity, the relative advantage, and compatibility has significantly to influence customer's intention in adopting Islamic banking.

Keyword : Religiosity, Amount of Information, Relative Advantage, Compatibility, Social Influence, and The Intention of Customers in Adopting Islamic Banking

PENDAHULUAN

Niat dalam melakukan transaksi dengan menggunakan produk-produk perbankan Islam dapat dipengaruhi oleh beberapa aspek penting, antara lain religiusitas, jumlah informasi, keuntungan relatif, kesesuaian, dan pengaruh sosial nasabah tentang layanan yang ada pada perbankan Islam. Tingginya niat transaksi nasabah yang beragama Islam dalam menggunakan perbankan Islam ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu ringannya riba dalam hal bagi hasil kepemilikan, adanya aturan yang berbeda dengan bank konvensional lainnya, jika perbankan Islam menggunakan aturan yang sesuai dengan syariat Islam. Dalam beberapa tahun ini perbankan Islam mulai berkembang dan banyak bank konvensional yang membuka juga bank Islam.

Berkembangnya industri perbankan Islam di Kota Surabaya dapat

menggambarkan bahwa semakin banyaknya nasabah yang menggunakan jasa perbankan Islam itu sendiri, karena memiliki sisi positif yang baik untuk nasabah di Surabaya. Saat ini tidak sedikit bank Islam atau syariah yang beroperasi di kantor pusat saja, namun banyak juga yang telah membuka cabang di beberapa titik lokasi di Kota Surabaya.

Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah (BPRS) Baktimakmur Indah dengan Kantor Pusat yang berkedudukan di Ruko Graha Niaga Citra Krian Blok 6-7, Jalan Raya Surabaya – Krian KM 29 Krian – Sidoarjo – Jawa Timur, merupakan salah satu Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah pertama di Wilayah Jawa Timur yang didirikan berdasarkan permintaan umat di Jawa Timur akan Lembaga Keuangan Syari'ah berbentuk Bank yang dalam operasionalnya senantiasa mengacu pada Al-qur'an dan Hadist. BPRS Baktimakmur menawarkan 2 produk yaitu : produk pembiayaan dan

simpanan. Produk pembiayaan antara lain: Pembiayaan Mudharabah, Pembiayaan Musyarakah, Pembiayaan Murabahah, Pembiayaan Istishna', Pembiayaan Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik (IMBT), Pembiayaan Al-Hiwalah, dan Pembiayaan Al Qardh. Sedangkan untuk simpanan antara lain: Tabungan Qdi'ah Haji, Tabungan Wadi'ah Qurban, Tabungan Wadi'ah Inshada, Tabungan Wadi'ah Qordhiyuu, Tabungan Mudharabah Umum, Tabungan Mudharabah Pelajar, Deposito Mudharabah, Deposito Mudharabah Muqayadah, Saham Biasa, dan Saham Preferens.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh religiusitas, jumlah informasi, keuntungan relatif, kesesuaian, pengaruh sosial terhadap niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam pada BPRS Baktimakmur Indah cabang Ampel di Surabaya.

KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Religiusitas

Perbankan Islam awalnya diperkenalkan untuk memenuhi permintaan pelanggan khususnya yang beragama Islam untuk mendapatkan pembiayaan yang halal atau pinjaman yang bebas dengan riba, sesuai dengan prinsip-prinsip dalam agama Islam. Menurut Glock dan Strak (2012) dalam jurnal Hassan Obeid dan Souheila Kaabachi (2016:1251) religiusitas adalah tingkat pemahaman dan komitmen seseorang terhadap agamanya. Menurut Thomson Reuters (2013) dalam jurnal Hassan Obeid dan Souheila Kaabachi (2016:1245) kepatuhan bank terhadap aturan pada agama Islam adalah faktor yang paling penting dalam menentukan pilihan perbankan Islam.

Jumlah Informasi

Jumlah informasi dalam penelitian ini adalah seberapa banyak informasi yang diperoleh seseorang tentang perbankan

Islam. Dalam jurnal Hassan Obeid dan Souheila Kaabachi (2016:1251) informasi sebagai data yang telah diproses, namun pemrosesan tersebut dilakukan untuk suatu tujuan tertentu. Pada jurnal Hassan Obeid dan Souheila Kaabachi (2016:1246) bahwa jumlah informasi adalah hal yang terpenting dalam adopsi konsumen untuk niat nasabah mengadopsi perbankan Islam.

Keuntungan Relatif

Menurut (Tatik Suryani, 2013:231) adalah sebuah produk baru mempunyai keuntungan relatif dari produk yang beredar dipasaran jika produk tersebut dapat dengan mudah diterima oleh konsumen. Artinya nasabah akan tertarik dengan produk baru jika produk tersebut mempunyai nilai lebih dibandingkan produk-produk yang sudah ada sebelumnya. Menurut Rogers (2003) dalam jurnal Hassan Obeid dan Souheila Kaabachi (2016:1246) keuntungan relatif didefinisikan sebagai sejauh mana suatu inovasi dianggap lebih baik. Menurut Rogers (2003) dalam jurnal Sani Yahya et.al (2014:17) keuntungan relatif adalah sejauh mana konsumen merasakan keuntungan dalam penelitian memberitahu atau layanan lebih baik dari pada menggunakan subjeknya.

Kesesuaian

Kesesuaian (*compatibility*) adalah kesesuaian dalam pemilihan suatu produk baru atau inovasi yang dianggap berkesinambungan dengan sistem sosial mereka, norma-norma, kepercayaan, standar yang saat ini didapat, gaya hidup dan nilai-nilai yang telah mereka dapat (Tornatzky & Klein, 1982; Gerrard & Cunningham, 2003) dalam jurnal Hassan Obeid dan Souheila Kaabachi (2016:1246). Kesesuaian ditetapkan sebagai tingkat dimana persepsi dianggap konsisten dengan inovasi yang ada, nilai dan kepercayaan sosiokultural, pengalaman dan kebutuhan pengadopsian di masa lalu (Souheila Kaabachi, Hassan Obeid, 2016:8). Menurut Rogers (2003) dalam jurnal Sani Yahya et.al (2014:16) adalah sejauh mana inovasi

dianggap sesuai dengan nilai, pengalaman masa lalu, dan kebutuhan pengadopsi potensial. Menurut (Tatik Suryani, 2013:232) kesesuaian berpengaruh pada hasil inovasi terhadap penerimaan konsumen.

Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial adalah norma subjektif mengacu pada persepsi individu dari kemungkinan bahwa kelompok rujukan potensial atau individu akan menyetujui atau tidak menyetujui perilaku tersebut, Ajzen (1991) dalam jurnal Hassan Obeid dan Souheila Kaabachi (2016:1246). Menurut Mahmoud & Abduh (2014) dalam Hassan Obeid dan Souheila Kaabachi (2016:1246) keputusan konsumen atau nasabah untuk mengadopsi perbankan syariah dipengaruhi oleh pasangan, teman dan kerabat.

Pengaruh Religiusitas terhadap Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam

Perbankan Islam diperkenalkan untuk memenuhi permintaan pelanggan muslim dalam mendapatkan pembiayaan yang halal atau pinjaman yang bebas dengan riba, sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam. Menurut Thomson Reuters (2013) dalam jurnal Hassan Obeid dan Souheila Kaabachi (2016:1251) bahwa kepatuhan bank untuk aturan pada agama Islam adalah faktor yang paling penting dalam menentukan pilihan perbankan Islam. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis pada penelitian ini adalah : H_1 Religiusitas berpengaruh signifikan positif terhadap niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam pada BPRS Baktimakmur Indah Cabang Ampel di Surabaya.

Pengaruh Jumlah Informasi terhadap Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam

Menurut Amin (2007) dalam jurnal Hassan Obeid dan Souheila Kaabachi (2016:1251) bahwa jumlah informasi adalah hal yang terpenting dalam adopsi

konsumen pada niat nasabah mengadopsi perbankan Islam. Dalam jurnal Hassan Obeid dan Souheila Kaabachi (2016:1251) bahwa jumlah informasi tentang perbankan Islam memiliki dampak positif signifikan terhadap niat nasabah mengadopsi perbankan Islam. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis pada penelitian ini adalah : H_2 Jumlah Informasi berpengaruh signifikan positif terhadap niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam pada BPRS Baktimakmur Indah Cabang Ampel di Surabaya.

Pengaruh Keuntungan Relatif terhadap Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam

Menurut Rogers (2003) dalam jurnal Souheila Kaabachi Hassan Obeid (2016:7) keuntungan relatif didefinisikan sebagai sejauh mana suatu inovasi dianggap lebih baik. Keuntungan relatif (*relative advantage*) adalah tingkat kelebihan suatu inovasi, apakah lebih baik dari inovasi yang ada sebelumnya atau lebih baik dari apa yang sudah kita dapatkan pada sebuah produk dari hal-hal yang biasa dilakukan. Dalam jurnal Hassan Obeid dan Souheila Kaabachi (2016:1246) bahwa keuntungan relatif memiliki dampak positif signifikan terhadap niat nasabah mengadopsi perbankan Islam.

Menurut Rogers (2003) dalam jurnal Sani Yahya et al., (2014) sifar dari inovasi inilah yang biasanya menentukan dimensi keunggulan relatif yang spesifik adalah perhatian yang lebih besar kepada pengadopsi, meskipun karakteristik pengadopsi mungkin memiliki efek. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis pada penelitian ini adalah : H_3 Keuntungan Relatif berpengaruh signifikan positif terhadap niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam pada BPRS Baktimakmur Indah Cabang Ampel di Surabaya.

Pengaruh Kesesuaian terhadap Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam

Menurut Lakhi Muhammad *et al.* (2012) kesesuaian sejauh mana suatu inovasi dianggap konsisten dengan nilai-nilai yang ada, pengalaman masa lalu dan kebutuhan potensial. Kesesuaian yang lebih tinggi adalah sumber adopsi. Kompatibilitas mengarah ke adopsi positif sifat manusia untuk mendapatkan kepuasan yang lebih tinggi dan ditemukan kesesuaian dengan gaya hidupnya. Tingkat yang lebih tinggi kepuasan menyebabkan sumber penetrasi inovasi yang dalam kelompok individu sosial yang bersangkutan.

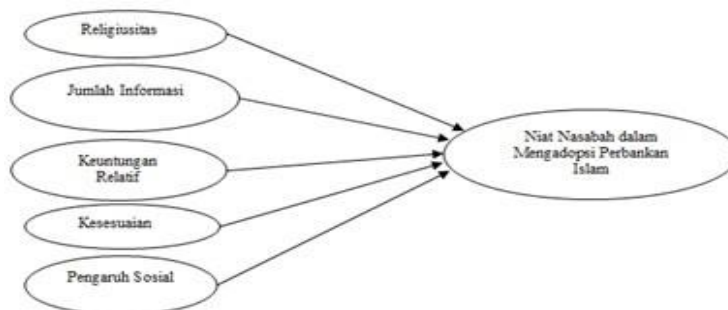
Menurut Tatik Suryani (2013:232) kesesuaian berpengaruh pada hasil inovasi terhadap penerimaan konsumen.

Pengaruh Sosial terhadap Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam

Pengaruh sosial adalah norma subjektif mengacu pada persepsi individu dari kemungkinan bahwa kelompok rujukan potensial atau individu akan menyetujui atau tidak menyetujui perilaku tersebut, Ajzen (1991) dalam jurnal (Hassan Obeid dan Souheila Kaabachi, 2016:1246). Menurut Mahmoud & Abduh (2014) dalam jurnal Hassan Obeid dan Souheila Kaabachi (2016:1246), keputusan konsumen atau nasabah untuk mengadopsi

Kesesuaian (*compatibility*) adalah kesesuaian dalam pemilihan suatu produk baru atau inovasi yang dianggap berkesinambungan dengan sistem sosial mereka, norma-norma, kepercayaan, standar yang saat ini didapat, gaya hidup dan nilai-nilai yang telah mereka dapat (Tornatzky & Klein, 1982; Gerrard & Cunningham, 2003) dalam jurnal Hassan Obeid Hassan Obeid dan Souheila Kaabachi (2016:1246) bahwa kesesuaian memiliki dampak positif signifikan terhadap niat nasabah mengadopsi perbankan Islam. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis pada penelitian ini adalah : H₄ Kesesuaian berpengaruh signifikan positif terhadap niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam pada BPRS Baktimakmur Indah Cabang Ampel di Surabaya.

perbankan Islam dipengaruhi oleh pasangan, teman dan kerabat. Dalam jurnal Hassan Obeid dan Souheila Kaabachi (2016:1246) bahwa pengaruh sosial memiliki dampak positif signifikan terhadap niat nasabah mengadopsi perbankan Islam. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis pada penelitian ini adalah : H₅ Pengaruh Sosial berpengaruh signifikan positif terhadap niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam pada BPRS Baktimakmur Indah Cabang Ampel di Surabaya.



Gambar 1
KERANGKA PEMIKIRAN

METODE PENELITIAN

Populasi, Sampel, dan Teknik

Pengambilan Sampel

Menurut (Burhan Bungin, 2013:101) dalam metodologi penelitian populasi digunakan untuk menyebutkan sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karenanya, populasi penelitian merupakan keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga

$$\begin{aligned} N &= (8 \times V. \text{Bebas}) + 50 \\ &= (8 \times 5) + 50 = 90 \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus diatas maka jumlah sampel dalam penelitian ini minimal 90 responden. Untuk responden yang akan diteliti meliputi :

1. Pengguna produk perbankan Islam di BPRS Baktimakmur Indah, Surabaya
2. Berdomisili di Surabaya.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan *sampling non probabilitas*. *Sampling non-probabilitas* merupakan teknik yang tidak memberikan kesempatan atau peluang bagi anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Burhan Bungin, 2013:112).

Jenis sampel *non prababilitas* yang akan digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan penelitian – penelitian yang lebih mengutamakan tujuan penelitian dari pada sifat populasi dalam menentukan sampel penelitian (Burhan Bungin, 2013:118). Penelitian saat ini menggunakan sampel keputusan dengan memilih siapa saja yang pantas atau memenuhi syarat untuk ditetapkan sebagai sampel. Penelitian ini menggunakan sampel nasabah BPRS Baktimakmur Indah cabang Ampel di Surabaya.

Data dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer. Menurut (Sugiyono, 2013:376) data primer adalah sumber data yang

objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.

Populasi dari penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan perbankan Islam di BPRS Baktimakmur Indah, Surabaya.

Sampel adalah kesimpulan yang ditarik dari populasi dapat digeneralisasikan kepada seluruh populasi (Burhan Bungin, 2013:103). Rumus yang digunakan untuk mendapatkan seberapa banyak sampel yang digunakan, sebagai berikut :

langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data tersebut merupakan hasil jawaban para responden dari kuesioner yang diajukan langsung kepada responden pengguna perbankan Islam. Setiap responden yang dituju diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah disediakan dalam kuesioner.

Metode pengumpulan data merupakan langkah paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2013:375). Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dengan cara metode kuesioner. Metode kuesioner merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan kepada nasabah BPRS Baktimakmur Indah, Surabaya yang menggunakan perbankan Islam, dimana pengguna diminta untuk menanggapi hal-hal yang berkaitan dengan penelitian ini dengan cara memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan pada kuesioner.

Variabel Penelitian

Variabel dependen pada penelitian ini yaitu Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam (NNDMPI), sedangkan variabel independen pada penelitian ini adalah Religiusitas, Jumlah Informasi, Keuntungan Relatif, Kesesuaian, dan Pengaruh Sosial

Definisi Operasional

Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam

Niat nasabah merupakan penilaian responden atas niat dalam mengadopsi Bank BPRS Baktimakmur Indah dalam menggunakan produk-produk yang ditawarkan. Indikator niat nasabah untuk mengadopsi perbankan Islam dapat diukur dengan:

- a. Responden bertujuan akan mengadopsi pelayanan bank BPRS Baktimakmur Indah di masa depan.
- b. Responden memprediksi bahwa akan lebih sering menggunakan bank BPRS Baktimakmur Indah di masa depan.
- c. Responden akan merekomendasikan orang lain untuk menggunakan layanan bank BPRS Baktimakmur Indah.

Religiusitas (X₁)

Religiusitas merupakan penilaian responden mengenai keyakinan terhadap nilai-nilai agama yang diwujudkan dengan mematuhi perintah dan menjauhi larangan dengan keikhlasan hati dan dengan seluruh jiwa raga dalam mengadopsi atau menggunakan produk dari BPRS Baktimakmur Indah. Indikator pengaruh religiusitas dapat diukur dengan :

- a. Nasabah mencoba untuk mengikuti dasar – dasar agama Islam didalam aspek kehidupan nasabah.
- b. Nasabah selalu mencoba untuk menghindari dosa besar dan dosa kecil yang telah diajarkan pada agama Islam.
- c. Nasabah memiliki kepercayaan yang kuat dalam segala dasar dan dimensi ideologi nasabah.
- d. Nasabah mengetahui dasar dan hal – hal penting yang ada pada agama Islam.
- e. Nasabah merasa sedih dan tidak puas ketika saya melakukan sesuatu yang berlawanan dengan iman saya.

Jumlah Informasi (X₂)

Jumlah informasi merupakan suatu penilaian responden mengenai informasi yang didapat atas produk Bank BPRS

Baktimakmur Indah yang akan digunakan. Indikator pengaruh jumlah informasi dapat diukur dengan:

- a. Nasabah telah menerima informasi mengenai Bank BPRS Baktimakmur Indah.
- b. Nasabah telah menerima informasi tentang fitur Bank BPRS Baktimakmur Indah.
- c. Nasabah telah menerima informasi tentang keuntungan menggunakan Bank BPRS Baktimakmur Indah.
- d. Nasabah telah menerima informasi tentang instrumen penggunaan dalam produk yang ditawarkan Bank BPRS Baktimakmur Indah (Mudharabah, Murabaha, Musharaka, Ijaraa), menggunakan Bank BPRS Baktimakmur Indah dari sumber media.

Keuntungan Relatif (X₃)

Keuntungan relatif merupakan penilaian responden terhadap Bank BPRS Baktimakmur Indah merupakan produk yang mempunyai manfaat lebih dibanding produk lain. Indikator pengaruh keuntungan relatif dapat diukur dengan

- a. Bank BPRS Baktimakmur Indah beroperasi dengan mendasarkan diri pada prinsip – prinsip Islam
- b. Pembiayaan berdasarkan bagi hasil atau rugi antara peminjam dan yang meminjam bermanfaat bagi kedua belah pihak.
- c. Investasi di BPRS Baktimakmur Indah lebih aman.
- d. Hasil yang diperoleh dari menabung di BPRS Baktimakmur Indah lebih baik dibanding dengan bank konvensional
- e. BPRS Baktimakmur Indah mengenakan biaya administrasi rekening yang lebih indah dibanding dengan bank konvensional.

Kesesuaian (X₄)

Kesesuaian merupakan penilaian responden sebagai nasabah dari perbankan Islam bahwa Bank Perkreditan Rakyat Syariah Baktimakmur Indah memiliki suatu

produk yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah. Indikator pengaruh kesesuaian dapat diukur dengan:

- a. Bank BPRS Baktimakmur Indah sejalan dengan nilai – nilai hidup saya.
- b. Bank BPRS Baktimakmur Indah sejalan dengan kebutuhan saya.
- c. Bank BPRS Baktimakmur Indah sejalan dengan gaya hidup saya.
- d. Penggunaan bank BPRS Baktimakmur Indah sejalan dengan cara saya mengelola keuangan.

Pengaruh Sosial (X_5)

Pengaruh sosial merupakan penilaian responden atas usaha untuk mengubah sikap, kepercayaan, persepsi, ataupun tingkah laku satu atau beberapa orang lainnya. Indikator pengaruh sosial dapat diukur dengan:

- a. Orang – orang di dengarkan bisa memberikan nasabah pengaruh untuk menggunakan bank BPRS Baktimakmur Indah.
- b. Kebanyakan orang – orang yang penting bagi nasabah dapat mendukung responden untuk menggunakan bank BPRS Baktimakmur Indah.
- c. Kebanyakan teman/rekan responden telah menggunakan bank BPRS Baktimakmur Indah setuju bahwa keuangan Islam lebih baik dari pada konvensional.

Alat Analisis

Merujuk dari rumusan masalah, tujuan, dan hipotesis penelitian maka penelitian ini menggunakan dua analisis yaitu analisis deskriptif dan analisis statistik. Dan memberikan gambaran hasil analisis yang telah dilakukan oleh peneliti terutama yang berkaitan dengan responden dari nasabah Bank BPRS Baktimakmur Indah di Surabaya.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran hasil penelitian di lapangan terutama berkaitan dengan

responden penelitian. Sehingga analisa deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan gambaran tentang pengaruh dari religiusitas, jumlah informasi, keuntungan relatif, kesesuaian, pengaruh sosial, dan niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam di Bank BPRS Baktimakmur Indah di Surabaya.

Analisis Statistik

Penelitian ini menggunakan metode PLS (*Partial Least Square*). Data selanjutnya merupakan hipotesis untuk menguji apakah terdapat hubungan antara religiusitas, jumlah informasi, keuntungan relatif, kesesuaian, pengaruh sosial, dan niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam pada Bank BPRS Baktimakmur Indah di Surabaya.

Penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah regresi *Partial Least Square* (PLS). Penelitian ini menggunakan bantuan *WarpPLS* 6.0 yang mudah untuk digunakan (*easy to use*) serta *user friendly* dengan dukungan fitur yang lengkap (Imam Ghozali, 2014:7), menjelaskan analisis *Partial Least Square* sebagai teknik statistik *multivariate* yang melakukan perbandingan antara *multiple eksogen* dan *endogen* variabel dengan banyak indikator. Kriteria uji dilakukan pada kedua model tersebut:

1. *Measurement Model*

Model ini mendefinisikan hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikatornya. Dapat dikatakan bahwa *outer model* mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Uji yang dilakukan pada *outer model*:

- a. *Convergent Validity*. Nilai *convergent validity* adalah nilai *loading* faktor pada variabel laten dengan banyak indikator. Ukuran reflektif individual dapat dikatakan tinggi jika nilai yang di harapkan >0.7 dengan nilai konstruk yang diukur. Dalam penelitian tahap awal pengukuran nilai *loading* 0.5

sampai 0.6 dianggap cukup sebagai acuan data (Imam Ghazali, 2014:39).

- b. *Discriminant Validity*. Nilai ini merupakan nilai *cross loading* faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai *loading* pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan *loading* dengan konstruk yang lain.
- c. *Composite Reliability*. Data yang memiliki *composite reliability* >0.7 mempunyai reliabilitas yang tinggi (Imam Ghazali, 2014:93).
- d. *Cronbach Alpha*. Suatu data yang memiliki nilai besar dari 0.6 maka data tersebut dapat dikatakan reliabel atau mempunyai tingkat reliabilitas yang tinggi (Syofian Siregar, 2013:57).

2. Structural Model

Inner model yang disebut juga dengan (*inner relation, structural model* dan *substantive theory*) menjelaskan hubungan antara variabel laten dengan *substantive theory* (Imam Ghazali, 2014:37)

Model struktural dapat dievaluasi dengan menggunakan *R-squares* untuk konstruk dependen. Perubahan pada nilai *R-squares* dapat menjelaskan 2 variabel yaitu variabel laten eksogen dengan variabel laten endogen apakah keduanya mempunyai pengaruh yang substantif. Nilai pada *R-squares* yaitu 0.75, 0.50 dan 0.25 dapat dikatakan bahwa variabel laten memiliki pengaruh yang kecil, menengah, dan besar pada level struktural.

Selain melihat nilai *R-squares*. PLS juga dapat dievaluasi dengan melihat *Q-square* untuk model konstruk. *Q-square* dapat mengukur seberapa besar nilai observasi yang dihasilkan oleh model. Nilai *Q-square* lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa model mempunyai nilai keterkaitan jika nilai dibawah 0 maka model kurang mempunyai nilai keterkaitan dengan model lainnya (Imam Ghazali, 2014:41).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Subyek Penelitian

Pada sub bab gambaran subyek penelitian ini dibahas tentang karakteristik responden yang meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, nomor telepon, alamat, pekerjaan, dan lama penggunaan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan pengumpulan data secara *non randomnessampling* dengan metode *purposive sampling* yang disebar kepada responden yang menggunakan BPRS Baktimakmur Indah yang berdomisili di Surabaya, selanjutnya data diolah sesuai dengan kebutuhan penelitian. Subyek penelitian ini adalah responden yang menggunakan BPRS Baktimakmur Indah yang berusia minimal 19 tahun.

Jumlah kuesioner yang disebar kepada responden sesuai dengan karakteristik responden yang dibutuhkan oleh peneliti yaitu sebanyak 120 kuesioner, kuesioner tersebut meliputi 30 kuesioner sampel kecil dan 90 kuesioner sampel besar, sebelum melakukan penyebaran sampel besar peneliti terlebih dahulu menyebarkan sampel kecil untuk mengetahui lebih pasti apakah pernyataan yang terdapat dalam kuesioner tersebut terbilang valid atau reliabel.

Peneliti juga harus menentukan tempat yang dituju sebagai kegiatan untuk melakukan penyebaran kuesioner agar lebih mudah untuk mendapatkan responden yang sesuai dengan ketentuan peneliti, dalam penelitian ini peneliti menentukan satu tempat yang digunakan sebagai kegiatan penyebaran kuesioner yaitu di BPRS Baktimakmur Indah Surabaya Cabang Ampel.

Setelah melakukan penyebaran kuesioner dan mendapatkan data yang dibutuhkan, tahap selanjutnya melakukan analisis yang membahas masalah penelitian ini.

Tabel 1
KARAKTERISTIK RESPONDEN

Kriteria	Sub Kriteria	%	Kriteria	Sub Kriteria	%
Jenis Kelamin	Laki-laki	47.78	Pendidikan Terakhir	SMP/SLTP	2.22
	Perempuan	52.22		SMU/SMK/MA	53.33
Usia	19-25 tahun	6.67		Diploma	3.33
	26-32 tahun	2.22		Sarjana	40
	33-39 tahun	17.78		Pasca Sarjana	1.12
	40-46 tahun	67.78		PNS	1.11
	47-53 tahun	5.56		Pegawai Swasta	35.56
	>53 tahun	0	Profesional	1.11	
Lama Penggunaan Produk	<6 Bulan	77.78	Pekerjaan	Wiraswasta	61.11
	>6 Bulan	22.22		Lainnya	1.11

Sumber: Diolah Peneliti

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin responden dengan jumlah terbanyak didominasi oleh responden jenis kelamin perempuan yaitu dengan persentase sebesar 52.22%. Apabila dilihat berdasarkan Usia, maka responden penelitian di dominasi oleh responden yang berusia 40-46 tahun sebanyak 61 responden atau sebesar 67.78%. Apabila dilihat berdasarkan Pendidikan Terakhir, maka responden penelitian di dominasi oleh responden yang memiliki tingkat pendidikan SMU/SMK/MA sebanyak 48 responden atau sebesar 53.33%. Apabila dilihat berdasarkan Pekerjaan, maka responden penelitian di dominasi oleh responden dengan status pekerjaan wiraswasta sebanyak 55 responden atau sebesar 61.11%. Sedangkan Lama Penggunaan Produk didominasi oleh responden yang memiliki tingkat lama penggunaan produk <6 bulan sebanyak 70 responden atau sebesar 70%.

Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang sudah dilakukan oleh peneliti yang diambil dari jawaban responden yang sudah ditentukan oleh peneliti, maka didapatkan hasil gambaran objek yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan skala Likert dengan model skala jawaban antara nomer 1 sampai dengan 5. Peneliti menyebarkan 90 kuesioner untuk sampel besar dari penyebaran tersebut dapat diambil kesimpulan karakteristik responden sesuai dengan ketentuan responden mulai dari segi usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan lama penggunaan. Menentukan nilai rata-rata dari setiap responden pada item pertanyaan dapat dilakukan dengan cara menjumlah nilai jawaban tersebut selanjutnya dibagi dengan masing-masing jumlah indikator dalam tiap variabel yang dapat dilakukan dengan menggunakan interval kelas yang akan dijelaskan di bawah ini:

$$\text{Interval kelas} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Tabel 2
INTERVAL KELAS

Nilai	Kategori	Interval
5	Sangat Setuju	$4,20 < X \leq 5,00$
4	Setuju	$3,40 < X \leq 4,20$
3	Netral	$2,60 < X \leq 3,40$
2	Tidak Setuju	$1,80 < X \leq 2,60$
1	Sangat Tidak Setuju	$1,00 \leq X \leq 1,80$

Sumber : Sugiyono (2013:169)

Berikut adalah hasil pengujian deskriptif yang dilakukan pada penelitian ini:

Tabel 3
HASIL TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP VARIABEL BEBAS DAN TERIKAT

Variabel	Mean	Kategori
Religiusitas	4,34	Sangat Setuju
Jumlah Informasi	4,17	Setuju
Keuntungan Relatif	4,22	Sangat Setuju
Kesesuaian	4,12	Setuju
Pengaruh Sosial	4,17	Setuju
Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam	4,18	Setuju

Sumber: Data diolah peneliti

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Religiusitas

Tabel 3 menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel Religiusitas dimana secara keseluruhan rata-rata tanggapan responden terhadap variabel Religiusitas sebesar 4,34. Jika dikaitkan dengan panjang kelas interval pada Tabel 2, maka penelitian ini menunjukkan bahwa responden menyatakan “Sangat Setuju” terhadap seluruh indikator dalam variabel ini. Hal ini berarti bahwa responden sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada didalam kuesioner.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Jumlah Informasi

Tabel 3 menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel Jumlah Informasi dimana secara keseluruhan rata-rata tanggapan responden terhadap variabel Jumlah Informasi sebesar 4,17. Jika dikaitkan dengan panjang kelas interval pada Tabel 2, maka penelitian ini menunjukkan bahwa responden menyatakan “Setuju” terhadap seluruh indikator dalam variabel ini. Hal ini berarti bahwa responden sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada didalam kuesioner.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keuntungan Relatif

Tabel 3 menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel Keuntungan Relatif dimana secara keseluruhan rata-rata tanggapan responden terhadap variabel Keuntungan Relatif sebesar 4,22. Jika dikaitkan dengan panjang kelas interval pada Tabel 2, maka penelitian ini menunjukkan bahwa responden

menyatakan “Sangat Setuju” terhadap seluruh indikator dalam variabel ini. Hal ini berarti bahwa responden sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada didalam kuesioner.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kesesuaian

Tabel 3 menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel Kesesuaian dimana secara keseluruhan rata-rata tanggapan responden terhadap variabel Kesesuaian sebesar 4,12. Jika dikaitkan dengan panjang kelas interval pada Tabel 2, maka penelitian ini menunjukkan bahwa responden menyatakan “Setuju” terhadap seluruh indikator dalam variabel ini. Hal ini berarti bahwa responden sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada didalam kuesioner.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengaruh Sosial

Tabel 3 menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel Pengaruh Sosial dimana secara keseluruhan rata-rata tanggapan responden terhadap variabel Pengaruh Sosial sebesar 4,17. Jika dikaitkan dengan panjang kelas interval pada Tabel 2, maka penelitian ini menunjukkan bahwa responden menyatakan “Setuju” terhadap seluruh indikator dalam variabel ini. Hal ini berarti bahwa responden sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada didalam kuesioner.

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam

Tabel 3 menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam dimana secara keseluruhan rata-rata tanggapan responden terhadap variabel Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam sebesar 4,18. Jika dikaitkan dengan panjang kelas interval pada Tabel 2, maka penelitian

ini menunjukkan bahwa responden menyatakan “Setuju” terhadap seluruh indikator dalam variabel ini. Hal ini berarti bahwa responden sangat setuju dengan pernyataan-pernyataan yang ada didalam kuesioner.

Hasil Analisis dan Pembahasan

Hasil analisis dan pembahasan dalam penelitian dijelaskan berdasarkan hubungan antar variabel sebagaimana di bawah ini.

Tabel 4
Standart Errors And Effect Size For Path Coefficients

	Religius	Jmlhinf	Keunrel	Kesesuai	Pengsos	Nndmpi
R-squared						0.615
Adj. R-squared						0.592
Composite reliab	0.886	0.785	0.836	0.841	0.875	0.855
Cronbach's alpha	0.838	0.633	0.754	0.748	0.783	0.744
Avg. var.extrac	0.608	0.480	0.508	0.570	0.701	0.663
Full collin. VIF	2.688	2.243	4.309	2.737	3.770	2.598
Q-squared						0.597

Sumber: WarpPLS 6.0

Berdasarkan hasil output pada tabel 4 diperoleh nilai *R-square* untuk variabel Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam (NNDMPI) sebesar 0.615. Dapat disimpulkan bahwa pengaruh variasi variabel RELIGIUS, JMLHINF, KEUNREL, KESESUAI, dan PENGSAOS terhadap variasi variabel niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam (NNDMPI) sebesar 61,5% sisanya 38.5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini. Nilai AVE (*Average Variance Extracted*) diatas menunjukkan bahwa, pada

keseluruhan konstruk yaitu RELIGIUS, KEUNREL, KESESUAI, PENGSAOS, dan NNDMPI nilainya diatas >0,5. Tetapi hanya 1 variabel yang mendekati 0,5 yaitu variabel JMLHINF dengan nilai 0,480. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel dikatakan valid kecuali JMLHINF yang mendekati 0.5. Nilai *Full Collinerarity* VIF untuk setiap konstruk RELIGIUS, JMLHINF, KEUNREL, KESESUAI, PENGSAOS, dan NNDMPI sangat baik yaitu >3.3 sehingga tidak terjadi problem *collinearity* dalam konstruk ini. Adapun nilai *Q-Squared* pada

konstruk NNDMPI yaitu sebesar $0.597 > 0$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *Q-Squared* pada konstruk tersebut terbilang sangat baik yang berarti bahwa model mempunyai *predictive relevance* (Imam Ghozali, 2014:185).

Pengaruh Religiusitas Terhadap Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam pada BPRS Baktimakmur Indah di Surabaya. Penelitian ini memberikan hasil yang sama dengan penelitian yang terdahulu yang dilakukan oleh Hassan Obeid, Souheila Kaabachi (2016) dimana religiusitas mempengaruhi secara signifikan terhadap niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam. Dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas yang dilakukan responden maka semakin tinggi juga niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam dalam menggunakan BPRS Baktimakmur Indah. Sebaliknya jika kurang dalam hal religiusitas maka semakin menurun niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam BPRS Baktimakmur Indah.

Religiusitas merupakan suatu variabel yang paling efektif dalam mengukur kepuasan atau ketidakpuasan seseorang ketika melakukan sesuatu yang berlawanan dengan iman seseorang di agama Islam. Melihat pada data penelitian menunjukkan bahwa indikator X1.5 (religiusitas) memiliki nilai mean yaitu 4,42 paling tinggi dibandingkan

dengan indikator X1.1 sampai X1.4 dan dilihat dari *loading factornya* yaitu 0,792 indikator X1.1 juga memiliki nilai yang paling tinggi dibandingkan dengan indikator X1.2 sampai X1.5. Hal ini menunjukkan perbedaan antara mean dan nilai *loading factornya* memiliki nilai yang paling tinggi dibandingkan dengan indikator X1.2 sampai X1.4. Hal ini dapat disimpulkan bahwa X1.1 dan X1.5 mencerminkan variabel religiusitas dimana X1.1 menjelaskan “Saya mencoba untuk mengikuti dasar – dasar agama Islam didalam aspek kehidupan saya” dan indikator X1.5 menjelaskan “Saya merasa sedih dan tidak puas ketika saya melakukan sesuatu yang berlawanan dengan iman saya”.

Melihat pada pembahasan di atas menunjukkan bahwa kenyataannya responden lebih setuju dengan pernyataan pada indikator X1.5 dibandingkan X1.1 yang memiliki *loading factornya* lebih tinggi dari pada X1.5. Hal tersebut didukung dengan indikator X1.5 yang berbunyi “responden merasa sedih dan tidak puas ketika melakukan sesuatu yang berlawanan dengan iman responden”, hal ini memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam pada BPRS Baktimakmur Indah. Pada pembahasan diatas penyebab dari signifikan pada variabel religiusitas yaitu responden setuju dan paham dalam dasar-dasar penting yang ada pada agama Islam dapat dilihat pada QS. An-Nisaa ayat 31, yang artinya:

Jika kamu menjauhi dosa-dosa besar di antara dosa-dosa yang dilarang

mengerjakannya, niscaya Kami hapus kesalahan-kesalahanmu dan akan Kami masukkan kamu ke tempat yang mulia (surga).

Dari ayat tersebut dapat diartikan bahwa umat muslim diharuskan untuk menghindari dosa-dosa besar maupun dosa-dosa kecil. Implikasi dari variabel religiusitas merupakan aspek yang harus dipertahankan terkait dengan niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam.

Berdasarkan temuan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa Religiusitas berpengaruh signifikan positif terhadap Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam di Surabaya diterima.

Pengaruh Jumlah Informasi Terhadap Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel jumlah informasi berpengaruh tidak signifikan terhadap niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam pada BPRS Baktimakmur Indah di Surabaya. Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hassan Obeid, Souheila Kaabachi (2016) dimana jumlah informasi mempengaruhi secara signifikan terhadap niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam.

Hal tersebut didukung dengan data yang responden berikan pada kuesioner yang telah disebar. Pilihan jawaban responden dengan “tidak setuju” pada indikator X2.1 sebanyak 2 responden, dan X2.4

sebanyak 1 responden. Hal tersebut responden tidak setuju terhadap pernyataan atau pertanyaan yang ada pada indikator X2.1 yang berbunyi “saya telah menerima informasi mengenai Bank BPRS Baktimakmur Indah” dan pernyataan pada indikator X2.4 yang berbunyi “saya telah menerima informasi tentang instrumen penggunaan dalam produk yang ditawarkan oleh BPRS Baktimakmur Indah”. Tidak pengaruh signifikan karena jumlah informasi yang didapatkan oleh responden selalu sama dengan bank-bank syariah lainnya, sehingga tidak dapat mempertimbangkan banyaknya informasi yang sama terhadap instrumen perbankan Islam yang ada. Sebagian responden memiliki pemikiran bahwasannya perbankan Islam mempunyai instrumen atau produk yang sama dengan perbankan konvensional.

Berdasarkan temuan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa Jumlah Informasi berpengaruh signifikan positif terhadap Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam ditolak.

Pengaruh Keuntungan Relatif Terhadap Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keuntungan relatif berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam pada BPRS Baktimakmur Indah di Surabaya. Penelitian ini memberikan hasil yang sama dengan penelitian yang terdahulu yang dilakukan oleh Hassan Obeid, Souheila Kaabachi

(2016) dimana keuntungan relatif mempengaruhi secara signifikan terhadap niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam. Dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat keuntungan yang dirasakan responden maka semakin tinggi juga niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam dalam menggunakan BPRS Baktimakmur Indah. Sebaliknya jika kurang dalam hal keuntungan relatif maka semakin menurun niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam BPRS Baktimakmur Indah.

Keuntungan relatif merupakan suatu variabel yang paling efektif dalam mengukur pembiayaan berdasarkan bagi hasil atau rugi antara permintaan dan yang meminjamkannya. Melihat pada data penelitian menunjukkan bahwa indikator X3.2 (keuntungan relatif) memiliki nilai mean yaitu 4,30 paling tinggi dibandingkan dengan indikator X3.1, X3.3, X3.4, X3.5 dan dilihat dari *loading factornya* yaitu 1,400 indikator X3.1 juga memiliki nilai yang paling tinggi dibandingkan dengan indikator X3.2 sampai X3.5. Hal ini menunjukkan perbedaan antara mean dan nilai *loading factornya* memiliki nilai yang paling tinggi dibandingkan dengan indikator X3.3 sampai X3.5. Hal ini dapat disimpulkan bahwa X3.2 dan X3.1 mencerminkan variabel religiusitas dimana X3.2 menjelaskan “Pembiayaan berdasarkan bagi hasil atau rugi antara peminjaman dan yang meminjam bermanfaat bagi kedua belah pihak” dan indikator X3.1 menjelaskan “Bank BPRS Baktimakmur Indah beroperasi dengan mendasarkan diri pada prinsip-prinsip Islam”.

Melihat pada pembahasan di atas menunjukkan bahwa kenyataannya responden lebih setuju dengan pernyataannya pada indikator X3.2 dibandingkan X3.1 yang memiliki *loading factornya* lebih tinggi dari pada X3.2. Hal tersebut didukung oleh indikator X3.2 yang berbunyi “pembiayaan berdasarkan bagi hasil atau rugi antara peminjaman dan yang meminjam bermanfaat bagi kedua belah pihak”, hal ini memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam pada BPRS Baktimakmur Indah. Pada pembahasan di atas penyebab dari signifikan pada variabel keuntungan relatif yaitu responden setuju dan paham dalam prinsip-prinsip yang ada pada agama Islam dapat dilihat pada QS. Al-Baqarah ayat 275-276, yang artinya:

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambil dahulu (sebelum datang larangan), dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang-orang yang

kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. Allah memusnahkan riba dan menguburkan sedakah. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa.

Dari ayat tersebut dapat diartikan bahwa umat muslim harus menjauhkan larangan-larangan yang

Pengaruh Kesesuaian Terhadap Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kesesuaian berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam pada BPRS Baktimakmur Indah di Surabaya. Penelitian ini memberikan hasil yang sama dengan penelitian yang terdahulu yang dilakukan oleh Hassan Obeid, Souheila Kaabachi (2016) dimana kesesuaian mempengaruhi secara signifikan terhadap niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam. Dapat dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat kesesuaian yang dilakukan responden maka semakin tinggi juga niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam dalam menggunakan BPRS Baktimakmur Indah. Sebaliknya jika kurang dalam hal kesesuaian maka semakin menurun niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam BPRS Baktimakmur Indah.

Kesesuaian merupakan suatu variabel yang paling efektif dalam mengukur penggunaan BPRS

menimbulkan riba dan pembiayaan yang diperoleh berdasarkan bagi hasil atau rugi antara peminjam dan meminjam secara merata menurut syariat Islam yang telah ditetapkan.

Berdasarkan temuan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa Keuntungan Relatif berpengaruh signifikan positif terhadap Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam di Surabaya diterima.

Baktimakmur Indah sejalan dengan cara responden dalam mengelola keuangan dan BPRS Baktimakmur Indah sejalan dengan nilai – nilai hidup seorang responden. Melihat pada data penelitian menunjukkan bahwa indikator X4.4 (kesesuaian) memiliki nilai mean yaitu 4,17 paling tinggi dibandingkan dengan indikator X4.1 sampai X4.3 dan dilihat dari *loading factornya* yaitu 0,912 indikator X4.1 juga memiliki nilai yang paling tinggi dibandingkan dengan indikator X4.2 sampai X4.4. Hal ini menunjukkan perbedaan antara mean dan nilai *loading factornya* memiliki nilai yang paling tinggi dibandingkan dengan indikator X4.2 sampai X4.3. Hal ini dapat disimpulkan bahwa X4.4 dan X4.1 mencerminkan variabel kesesuaian dimana X4.4 menjelaskan “Penggunaan BPRS Baktimakmur Indah sejalan dengan cara saya mengelola keuangan” dan indikator X4.1 menjelaskan “Bank BPRS Baktimakmur Indah sejalan dengan nilai – nilai hidup saya”.

Melihat pada pembahasan di atas menunjukkan bahwa kenyataannya responden lebih setuju

dengan pernyataannya pada indikator X4.4 dibandingkan X4.1 yang memiliki *loading factornya* lebih tinggi dari pada X4.4. Hal tersebut didukung oleh indikator X4.4 yang berbunyi “penggunaan BPRS Baktimakmur Indah sejalan dengan cara responden mengelola keuangan”, hal ini memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam pada BPRS Baktimakmur Indah. Pada pembahasan diatas penyebab dari signifikan pada variabel kesesuaian yaitu sejalan atau sesuai dengan nilai-nilai hidup responden, sesuai dengan kebutuhan pada responden, sesuai dengan cara responden dalam mengelola keuangan secara ajaran agama Islam.

Berdasarkan temuan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa Kesesuaian berpengaruh signifikan positif terhadap Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam di Surabaya diterima.

Pengaruh Pengaruh Sosial Terhadap Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengaruh sosial berpengaruh tidak signifikan terhadap niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam pada BPRS Baktimakmur Indah di Surabaya. Penelitian ini berbeda

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dari tahap analisis deskriptif hingga pengujian hipotesis dengan media

dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hassan Obeid, Souheila Kaabachi (2016) dimana pengaruh sosial mempengaruhi secara signifikan terhadap niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam.

Hal tersebut didukung dengan data yang responden berikan pada kuesioner yang telah disebar. Pilihan jawaban responden dengan “tidak setuju” pada indikator X5.3 sebanyak 2 responden. Hal tersebut responden menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan atau pertanyaan yang ada pada indikator X5.3 yang berbunyi “kebanyakan teman/rekan responden telah menggunakan Bank BPRS Baktimakmur Indah setuju bahwa keuangan Islam lebih baik dari pada konvensional”. Faktor penyebab pengaruh sosial yang membuat tidak signifikan, karena orang lain sama sekali tidak dapat mempengaruhi untuk mengadopsi perbankan Islam. Responden tidak berpengaruh yang positif ketika rekan, teman atau kerabat dekat merekomendasikan bahwa perbankan Islam cocok untuk diri responden.

Berdasarkan temuan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa Pengaruh Sosial berpengaruh signifikan positif terhadap Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam ditolak.

WarpPLS 6.0 maka dapat diambil kesimpulan, sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat Religiusitas maka semakin

tinggi pula Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam BPRS Baktimakmur Indah di Surabaya.

2. Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Jumlah Informasi berpengaruh signifikan positif terhadap Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam di tolak. Hal tersebut menyebabkan bahwa semakin tinggi jumlah informasi, tidak mempengaruhi niat nasabah dalam mengadopsi perbankan Islam pada penilaian responden mengenai informasi yang ada pada produk BPRS Baktimakmur Indah di Surabaya.
3. Hipotesis ketiga yang menyatakan semakin tinggi tingkat Keuntungan Relatif maka semakin tinggi pula Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam di Surabaya.
4. Hipotesis keempat yang menyatakan semakin tinggi tingkat Kesesuaian maka semakin tinggi pula Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam di Surabaya.
5. Hipotesis kelima yang menyatakan bahwa Pengaruh Sosial berpengaruh signifikan positif terhadap Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam di tolak. Hal tersebut menyebabkan bahwa semakin tinggi Pengaruh Sosial, tidak mempengaruhi Niat Nasabah dalam Mengadopsi Perbankan Islam pada penilaian responden atas usaha untuk mengubah sikap, kepercayaan, persepsi, ataupun tingkah laku satu atau beberapa orang lainnya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan selama satu semester, maka terdapat beberapa keterbatasan yang

dialami oleh peneliti dalam penelitian yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Peneliti mengalami keterbatasan dalam memberikan kuesioner ketika mendekati waktu liburan natal dan tahun baru, sehingga waktu yang diberikan sedikit lambat.
2. Adanya persepsi dari variabel jumlah informasi membuat nasabah menerima informasi yang sama dengan perbankan lainnya.

Berikut adalah saran-saran yang diberikan kepada pihak yang akan meneliti dan menggunakan penelitian ini sebagai referensi.

1. Bagi BPRS Baktimakmur Indah di Surabaya Cabang Ampel
 - a. Bank BPRS Baktimakmur Indah ketika ingin tetap mempertahankan variabel religiusitas agar tetap signifikan dengan cara memberikan penyuluhan atau penjelasan kepada warga atau ibu-ibu pengajian bahwa bank BPRS Baktimakmur Indah mengikuti dasar-dasar agama Islam didalam aspek kehidupan responden, serta tetap memiliki kepercayaan yang kuat dalam dasar dan dimensi ideologi sesuai dengan ajaran agama Islam. Hal tersebut dapat diperkuat dengan cara mensupport kegiatan-kegiatan agama Islam yang ada di lingkungan sekitar bank BPRS Baktimakmur Indah Cabang Ampel di Surabaya seperti: pengajian-pengajian, adanya kegiatan mengaji setiap hari jumat.
 - b. Bank BPRS Baktimakmur Indah ketika ingin tetap mempertahankan variabel keuntungan relatif agar tetap

- signifikan dengan cara meningkatkan pelayanan pada *customers services* untuk memberikan informasi yang lengkap kepada responden tentang BPRS Baktimakmur Indah, hal tersebut juga didukung dengan memberikan pelatihan kepada karyawan *customers services*.
- c. Bank BPRS Baktimakmur Indah ketika ingin tetap mempertahankan variabel kesesuaian agar tetap signifikan dengan cara memberikan promosi kepada responden bahwa produk yang dimiliki oleh BPRS Baktimakmur Indah sesuai dengan apa yang responden butuhkan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
- Peneliti selanjutnya dianjurkan untuk mendampingi dan menjelaskan kepada responden di dalam mengisi kuesioner.
 - Peneliti selanjutnya dianjurkan untuk memperluas wilayah penelitian sehingga dapat memperoleh gambaran responden secara lebih komprehensif.
 - Peneliti selanjutnya dianjurkan untuk tetap bekerjasama dengan Bank BPRS Baktimakmur untuk mengumpulkan responden agar dapat memperoleh dukungan dari bank agar akses yang lebih baik kepada para nasabah.

DAFTAR RUJUKAN

- Anwar Sanusi 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat
- M Burhan Bungin. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Imam Ghozali. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang : BP Undip.
- Imam Ghozali. 2014. *Partial Least Square. Konsep, Metode, dan Aplikasi Menggunakan Program WarpPLS 4.0*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- _____. 2014. *Structural Equation Modelling Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)*. Semarang : Universitas Diponegoro
- Hassan Obeid, Souheila Kaabachi. 2016. Empirical Investigation Into Customer Adoption of Islamic Banking in Tunisia. *The Journal of Applied Business Research*, 1243-1254.
- Juliansyah Noor. 2011. *Metode Penelitian. Skripsi, Tesis, Disertasi, Karya Ilmiah*. Jakarta : Kencana
- _____. 2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Souheila Kaabachi, Hassan Obeid. 2016. Determinants of Islamic Banking Adoption in Tunisia: Empirical Analysis. *Journal of Bank Marketing*, 1-32.

- Sani Yahaya, Wan Sulaiman Bin Wan Yusoff, Ahmad Fauzi, Yusuf Haji. 2014. Conceptual Framework for Adoption of Islamic Banking in Nigeria: The Role of Customer Involvement. *Business and Management*, 11-2
- Syofian Siregar. 2012. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian : Dilengkapi perhitungan manual dan aplikasi SPSS*. Jakarta: Rajawali Press.
- Syofian Siregar. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS*. Jakarta : Kencana Prenada
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

