

**PENGARUH POTENSI, PERSEPSI DAN PREFERENSI TERHADAP
SIKAP MASYARAKAT PADA PRODUK PEMBIAYAAN RUMAH
DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Kota Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

TRI WAHYU RIZQIKA PANGESTI

NIM. 1817202129

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2023**

**PENGARUH POTENSI, PERSEPSI DAN PREFERENSI TERHADAP
SIKAP MASYARAKAT PADA PRODUK PEMBIAYAAN RUMAH
DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Kota Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

TRI WAHYU RIZQIKA PANGESTI

NIM. 1817202129

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tri Wahyu Rizqika Pangesti
NIM : 1817202129
Jenjang : S.1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Potensi, Persepsi dan Preferensi terhadap Sikap Masyarakat pada Produk Pembiayaan Rumah di Bank Syariah (Studi Kasus Kota Purwokerto)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 26 Desember 2022

Saya yang menyatakan


Tri Wahyu Rizqika Pangesti

1817202129



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH POTENSI, PERSEPSI DAN PREFERENSI TERHADAP
SIKAP MASYARAKAT PADA PRODUK PEMBIAYAAN RUMAH
DI BANK SYARIAH
(Studi Kasus Kota Purwokerto)**

Yang disusun oleh Saudara **Tri Wahyu Rizqika Pangesti** NIM **1817202129** Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa** tanggal **17 Januari 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Sekretaris Sidang/Penguji


Dr. H. Chandra Warsito S. TP., S.E., M.Si.
NIP. 19790323 201101 1 007


Umdah Aulia Rohmah, M.H.
NIP. 19930421 202012 2 015

Pembimbing/Penguji


H. Ubaidillah, S.E., M.E.I
NIP. 19880924 201903 1 008

Purwokerto, 24 Januari 2023

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan




Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth : Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri

Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Tri Wahyu Rizqika Pangesti NIM 1817202129 yang berjudul:

Pengaruh Potensi, Persepsi dan Preferensi terhadap Sikap Masyarakat pada Produk Pembiayaan Rumah di Bank Syariah (Studi Kasus Kota Purwokerto)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 26 Desember 2022

Pembimbing,



H. Ubaidillah, S.E., M.E.I

NIP. 19880924 201903 1 008

MOTO

“Agar kamu tidak bersedih hati terhadap apa yang luput dari kamu, dan tidak pula terlalu gembira terhadap apa yang diberikan-Nya kepadamu. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang sombong dan membanggakan diri.”

-QS Al-Hadid: 24-

Hiduplah seperti apa yang kamu inginkan dan berbahagialah.

-Tri Wahyu Rizqika Pangesti-



**Pengaruh Potensi, Persepsi dan Preferensi Terhadap Sikap Masyarakat
Pada Produk Pembiayaan Rumah di Bank Syariah
(Studi Kasus Kota Purwokerto)**

Tri Wahyu Rizqika Pangesti

1817202129

E-mail: qikapangesti@gmail.com

Program Studi Perbankan Syariah, Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Produk pembiayaan rumah di Bank Syariah merupakan salah satu produk untuk kepemilikan rumah yang menarik perhatian di kalangan masyarakat. Disayangkan terdapat masyarakat khususnya kaum muslim yang berpotensi dari segi ekonomi maupun demografi, namun tidak menjadikan produk tersebut sebagai preferensi yang disebabkan oleh berbagai persepsi. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, ditujukan kepada masyarakat Kota Purwokerto dengan jumlah 100 responden, serta melakukan wawancara dengan narasumber atau informan terkait. Pengambilan sampel menggunakan teknik *cluster sampling*. Analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, t, f, dan koefisien determinasi melalui program SPSS versi 25. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan variabel potensi tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap masyarakat Kota Purwokerto, dengan nilai $t_{hitung} 1,172 < t_{tabel} 1,975$ dan nilai signifikansi $0,244 > 0,05$. Sementara variabel persepsi diketahui bahwa $t_{hitung} 3,355 > t_{tabel} 1,975$ dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Serta variabel preferensi diketahui bahwa $t_{hitung} 6,700 > t_{tabel} 1,975$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang berarti variabel persepsi dan preferensi berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap sikap masyarakat Kota Purwokerto. Sedangkan hasil penelitian secara simultan menunjukkan variabel potensi, persepsi, dan preferensi berpengaruh positif signifikan terhadap sikap masyarakat Kota Purwokerto pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah, dengan nilai f_{hitung} sebesar $50,815 > f_{tabel} 2,70$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Potensi, Persepsi, Preferensi, Sikap.

*The Effect of Potential, Perceptions and Preferences on Community Attitudes
On Home Financing Products at Islamic Banks
(Case Study of Purwokerto City)*

Tri Wahyu Rizqika Pangesti

1817202129

E-mail: qikapangesti@gmail.com

*Study Program of Islamic Banking, Department of Islamic Economics
And Finance, Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

ABSTRACT

Home financing products at Islamic Banks are one of the products for home ownership that has attracted attention among the public. It is regrettable that there are people, especially Muslims, who have potential from an economic and demographic perspective, but do not make these products their preference due to various perceptions. This type of research is a quantitative research. The data collection method used was a questionnaire, aimed at the people of Purwokerto City with a total of 100 respondents, as well as conducting interviews with relevant sources or informants. Sampling using cluster sampling technique. Data analysis used validity, reliability, classical assumptions, multiple linear regression, t, f, and the coefficient of determination through the SPSS version 25 program. The partial results showed that the potential variable did not significantly influence the attitude of the people of Purwokerto City, with a tcount of $1.172 < t_{table} 1.975$ and a significance value of $0.244 > 0.05$. While the perception variable is known that tcount is $3.355 > t_{table} 1.975$ and a significance value of $0.001 < 0.05$. As well as the preference variable, it is known that tcount $6.700 > t_{table} 1.975$ and a significant value of $0.000 < 0.05$, which means that the variables of perception and preference have a partially positive effect on the attitude of the people of Purwokerto City. While the results of the study simultaneously show that the variables of potential, perception, and preference have a significant positive effect on the attitude of the people of Purwokerto City towards home financing products at Islamic Banks, with an fcount value of $50.815 > 2.70 f_{table}$ and a significance value of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Potential, Perception, Preference, Attitude.

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi diartikan sebagai pengalihan huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf latin beserta perangkatnya. Pedoman transliterasi yang digunakan adalah Sistem Transliterasi Arab-Latin berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan Nomor 0543 b/u/1987 tertanggal 22 Januari 1988.

1. Konsonan Tunggal

Bunyi konsonan bahasa Arab dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Transliterasi pada tulisan ini dilambangkan dengan huruf, tanda, serta dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini adalah daftar huruf Arab beserta transliterasinya dengan huruf Latin, sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	Ĥ	<u>H</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	žal	<u>Z</u>	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	<u>S</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>D</u>	de (dengan garis di bawah)

ط	ṭa	<u>T</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	Ẓa	<u>Z</u>	zet (dengan garis di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa’	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	‘el
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Waw	W	W
ه	ha’	H	Ha
ء	hamzah	‘	Apostrof
ي	ya’	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta’addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>‘iddah</i>

3. Ta’marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya):

- a) Bila diikuti dengankata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>Karâmah al-auliyâ</i>
----------------	---------	--------------------------

- b) Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t.

زكاة لغير	Ditulis	<i>Zakât al-fitr</i>
-----------	---------	----------------------

4. Vokal Pendek

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

◌َ	Fathah	Ditulis	A
◌ِ	Kasrah	Ditulis	I
◌ُ	Dhammah	Ditulis	U

5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif ditulis	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	<i>jâhiliyyah</i>
2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	A
	تانس	Ditulis	<i>Tansa</i>
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	<i>karîm</i>
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	<i>Furûd</i>

6. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf yaitu:

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	<i>bainaqum</i>
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof.

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
تن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

8. Kata sandang alim+lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القرآن	Ditulis	<i>Al-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>al-qiyâs</i>

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah

السماء	Ditulis	<i>as-samâ</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-syams</i>

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya sebagai berikut:

ذوي الفروض	Ditulis	<i>zawi al-furûd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah *rabbil'alamin*, penulis panjatkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, dan hidayah-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dapat berjalan dan terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW, yang kita semua nanti-nantikan penuh dengan harapan mendapatkan limpahan *syafa'atnya* kelak *fi yaumil qiyamah*, *aamiin ya rabbal'alamin*. Penulisan karya tulis ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi strata 1 (S1) guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang berjudul “Pengaruh Potensi, Persepsi dan Preferensi terhadap Sikap Masyarakat pada Produk Pembiayaan Rumah di Bank Syariah (Studi Kasus Kota Purwokerto)”.

Selama dalam kepenulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa tidak lepas mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan sumbangan pemikiran, bimbingan, arahan, serta saran dan masukan yang positif, maka penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag., Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Fauzi, M.Ag., Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Wakil Rektor II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag., M.M., Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

6. Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. H. Ubaidillah, S.E., M.E.I selaku dosen pembimbing, terima kasih telah meluangkan waktu, tenaga, motivasi, dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Segenap Staff Administrasi Perpustakaan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Kedua orang tua penulis, teruntuk Bapak Khawarir terima kasih telah mendidik serta mengajarkan bagaimana caranya bekerja keras dan sabar sejak kecil hingga usia ini yang terasa kehadirannya, penulis akan terus tumbuh dan berjuang dalam menjalani hidup dengan baik. Terima kasih untuk Ibu Martini yang tak pernah berhenti memberikan doa yang luar biasa, dukungan, motivasi, pengertian, dan selalu memberikan yang terbaik untuk penulis.
11. Kedua kakak penulis Yohana Septya Ningrum dan Irma Wijayanti, serta satu-satunya adik penulis Baharudin Hendra Maulana, terima kasih atas doa, dukungan, dan hal baik lainnya yang selalu diberikan. Untuk keponakan tersayang Zafran Alfarezi yang senantiasa menghibur, menemani dan memberikan banyak pengalaman serta pelajaran baik.
12. Friza Ilham Fisabilillah selaku teman terbaik sekaligus sebagai kakak bagi penulis yang selalu memberikan doa, semangat, motivasi, senantiasa mendukung hal baik yang penulis lakukan, yang selalu memberikan bantuan sekuat tenaga, yang senantiasa mau direpotkan, dan selalu menyediakan telinganya untuk mendengarkan keluh kesah penulis.
13. Teman-teman tercinta penulis, dari kelas PS C angkatan 2018, teman satu angkatan maupun teman satu kampus dan di luar kampus yang telah memberikan pencerahan maupun sokongan bagi penulis dalam menjalani masa-masa skripsi di akhir semester yang terus bertambah.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebut satu-persatu yang telah mendukung dan membantu dalam pengerjaan skripsi ini.

15. *Stray Kids, Treasure, Day6* dengan adanya karya kalian yang luar biasa serta energi positif yang kalian miliki telah meningkatkan *mood* saat penulis merasa *down* dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Semoga bantuan dan kebaikan kalian mendapatkan balasan yang terbaik dari Allah SWT. Penulisan menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penyusun, pihak yang ingin mengkaji dan meneliti lebih lanjut maupun bagi pembaca pada umumnya.

Penulis, 26 Desember 2022



Tri Wahyu Rizqika Pangesti
1817202129



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTO.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Sistematika Pembahasan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
A. Landasan Teori.....	15
B. Landasan Teologis.....	25
C. Kajian Pustaka.....	29
D. Kerangka Pemikiran.....	34
E. Hipotesis.....	35

BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian.....	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
C. Populasi dan Sampel Penelitian	38
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	41
E. Sumber Data.....	43
F. Teknik Pengumpulan Data.....	43
G. Uji Instrumen Data.....	45
H. Analisis Data	46
I. Uji Hipotesis	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
B. Karakteristik Responden	54
C. Hasil Penelitian	58
D. Pembahasan Hasil Penelitian	70
BAB V PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	82
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	117

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Laju Pertumbuhan Penduduk Menurut Kecamatan	10
Tabel 1. 2 Jumlah Kepala Keluarga Penerima Bantuan.....	11
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3. 1 Data Penduduk Kota Purwokerto Menurut Kelompok Umur 2019.....	39
Tabel 3. 2 Data Penduduk per-Klaster Menurut Kelompok Umur	41
Tabel 3. 3 Variabel dan Indikator Penelitian	42
Tabel 3. 4 Skala Likert	44
Tabel 3. 5 Kategori Uji Determinasi	49
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Menurut Umur	55
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin	56
Tabel 4. 3 Karakteristik Reponden Menurut Pendidikan.....	56
Tabel 4. 4 Karakteristik Reponden Menurut Pekerjaan.....	57
Tabel 4. 5 Karakteristik Reponden Menurut Pendapatan	58
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4. 10 Hasil Uji t (Uji Parsial)	66
Tabel 4. 11 Hasil Uji F (Uji Simultan).....	68
Tabel 4. 12 Hasil Uji Determinasi.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4. 1 Peta Kecamatan Purwokerto Timur	52
Gambar 4. 2 Peta Kecamatan Purwokerto Selatan.....	52
Gambar 4. 3 Peta Kecamatan Purwokerto Barat.....	53
Gambar 4. 4 Peta Kecamatan Purwokerto Utara	53
Gambar 4. 5 Uji P- Plot.....	61
Gambar 4. 6 Grafik Histogram.....	61
Gambar 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia negara dengan mayoritas penduduknya muslim, yang sudah seyogyanya menggunakan produk maupun jasa pada lembaga keuangan yang berprinsipkan Syariah Islam. Lembaga keuangan itu sendiri memiliki beberapa jenis, mulai dari lembaga keuangan bukan bank, lembaga keuangan bank, bank syariah, serta lembaga keuangan syariah bukan bank. Dilihat dari segi cara menentukan harga, bank terbagi menjadi dua kelompok, yaitu Bank Konvensional dan Bank Syariah. Bank Konvensional menggunakan sistem bunga sebagai penetapan harga pada produk maupun jasanya. Sedangkan penetapan harga produk pada Bank Syariah tidak menggunakan sistem bunga, karena berdasarkan prinsip Syariah (Kasmir, 2015: 25-26). Haramnya sistem bunga atau riba di dalam lembaga perbankan, dituangkan dalam UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan sebagai awal berlakunya Perbankan Syariah sebagai sistem perbankan di Indonesia. Kemudian peraturan mengenai Perbankan Syariah diperbaiki menjadi UU No. 10 Tahun 1998. Setelah itu akhirnya menciptakan UU No. 3 Tahun 2004 tentang Bank Indonesia dan UU No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang masih berlaku hingga masa kini. Bank Syariah yang pertama kali berdiri di Indonesia pada tahun 1992, yaitu Bank Muamalat yang sampai sekarang masih beroperasi dan tetap eksis. Di tahun 2021 tepatnya tanggal 1 Februari terjadi penggabungan 3 Bank Syariah milik pemerintah atau disebut merger, diantaranya PT Bank BNI Syariah, PT Bank BRI Syariah Tbk dan PT Bank Syariah Mandiri yang melahirkan Bank Syariah Indonesia.

Produk dari Bank Syariah berdasarkan jenisnya, terdiri dari: produk simpanan (wadi'ah: tabungan, giro, deposito), produk pembiayaan dengan bagi hasil (*musyarakah, mudharabah, muzara'ah, musaqah*), produk jual-beli (*murabahah, salam, istishna*), produk jasa (*ijarah, wakalah, kafalah, hawalah, rahn*) (Kasmir, 2015: 244-254). Berdasarkan banyaknya produk pembiayaan

yang ditawarkan Bank Syariah, produk pembiayaan rumah syariah salah satu produk yang cukup menarik perhatian di kalangan masyarakat. Hal tersebut seiring dengan kesadaran masyarakat terhadap kebutuhan hunian yang layak semakin tinggi. Produk pembiayaan rumah pada Bank Syariah tidak hanya menawarkan pembelian rumah baru saja, namun juga menawarkan pembelian rumah *second*, pembangunan atau renovasi dan *take over* rumah, ruko, rukan, apartemen, rusun maupun kavling siap bangun (Wijaya A. , 2016). Pembiayaan kepemilikan rumah termasuk ke dalam pembiayaan jangka panjang, dengan jatuh tempo pembiayaan rata-rata tiga tahun lebih. Pembiayaan kepemilikan rumah berdasarkan penggunaannya, dapat berupa tujuan konsumtif dan produktif (Rustam, 2017).

Produk pembiayaan rumah di Bank Syariah dikenal dengan angsuran atau cicilannya yang ringan, tetap dan tidak mengandung unsur bunga atau riba. Namun persepsi masyarakat mengenai produk pembiayaan rumah pada Bank Syariah prosesnya lebih rumit dan lambat dibandingkan pada *developer property* (Irawan, 2019). Dibanding dengan produk KPR di Bank Konvensional, produk pembiayaan rumah di Bank Syariah memiliki keunggulan, dimana jumlah angsuran perbulan sesuai dengan keinginan nasabah dan angsurannya *fixed* atau tetap sampai pada batas akhir pembiayaan dengan margin yang kompetitif, kemudian apabila pelunasan dilakukan lebih cepat dari jatuh tempo tidak akan dikenakan biaya pinalti. Agunan atau jaminan yang digunakan pun merupakan sertifikat rumah itu sendiri, selaku objek yang di beli nasabah tersebut, ujar Pak Dani selaku Marketing BSI KC Purwokerto Karang Kobar.

Pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang biasa disebut berupa transaksi bagi hasil, transaksi sewa-menyewa barang ataupun jasa, transaksi jual beli, dan transaksi pinjam-meminjam berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara BUS dan UUS dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai dan atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan ujarah, tanpa imbalan, margin, atau bagi hasil (PBI No.23/13, 2021). Skim yang kerap digunakan

oleh Perbankan Syariah di Indonesia dalam menjalankan produk pembiayaan pada produk pembiayaan rumah, yaitu: skim *murabahah* (jual beli), *istishna* (jual-beli dengan pesanan khusus) dan *ijarah* (sewa-menyewa), khususnya *ijarah mumtahiya bi tamlik* atau IMBT (sewa-beli) (Hidayatullah & Thantawi, 2017). Mekanisme pembiayaan menggunakan akad *murabahah* adalah bank sebagai pihak penyedia yang membiayai sebagian atau seluruh harga barang yang telah sepakat akan dibeli oleh nasabah. Bank sebelumnya menyediakan dana terlebih dahulu untuk membeli barang yang dipesan nasabah dan dapat memberikan potongan harga dengan jumlah yang wajar, namun pemberian potongan harga tersebut tanpa adanya perjanjian di muka kepada nasabah. Dengan memilih menggunakan akad *murabahah*, nasabah dapat membeli barang tertentu yang diinginkan melalui produk pembiayaan yang diberikan bank. Nasabah juga dapat membayar jumlah angsuran yang tetap selama masa perjanjian yang telah disepakati di awal (Muhamad, 2017: 47).

Berbagai Bank Umum Syariah berlomba-lomba menyelenggarakan *event* penawaran harga spesial, promo margin maupun hadiah untuk pembiayaan kepemilikan rumah, dengan menawarkan produknya masing-masing di tahun 2021 sampai tahun 2022 saat ini. Salah satu *event* yaitu peluncuran “Griya Si Muda” dari BSI untuk produk Pembiayaan Rumah yang ditujukan bagi para milenial dalam kepemilikan rumah, kemudian tanggal 25 Juni 2022 BSI menggelar akad masal 2.500 nasabah KPR Sejahtera dengan target penyaluran sejumlah 1,5 triliun (BSI, 2022). Pendapat Pak Dani, dari beberapa *event* produk pembiayaan rumah BSI di tahun 2021, *event* “Griya Si Muda” yang paling banyak menarik perhatian dan minat masyarakat. *Event* tersebut ditujukan untuk mereka yang berusia muda, dan masih baru dalam berkarir, serta ingin memiliki rumah impiannya dengan porsi keuangan yang mereka miliki. Selama pandemi di tahun 2021 kualitas pembiayaan di BSI KC Purwokerto Karang Kobar terbilang masih terjaga dan masih banyak nasabah yang berminat untuk menggunakan produk pembiayaan rumah sampai tahun 2022.

Produk pembiayaan rumah di Bank Syariah berhasil menarik perhatian tiga dari sepuluh calon konsumen properti dengan sistem cicilan dibanding produk KPR konvensional di bank umum. Minat beli properti dengan skema pembiayaan terus meningkat pada semester II 2021 yang bertambah 5% dari periode sebelumnya sehingga menjadi 28%. Minat beli properti pada skema lain peningkatannya tidak signifikan, yaitu skema cicilan langsung kepada developer, KPR Bank Konvensional, maupun KPR non-bank (Rumah.com, 2021). Data mengenai minat masyarakat terus meningkat terhadap produk pembiayaan rumah tinggal pada Bank Syariah, dikarenakan pembiayaan bersifat *fixed rate* sampai akhir periode pembiayaan dengan margin yang tetap, permintaan produk halal termasuk halal *finance* terus meningkat, kemudian banyaknya pilihan akad yang ditawarkan dibanding dengan Bank Konvensional, sehingga nasabah dapat memiliki akad yang sesuai dengan kebutuhannya (Suryandari, 2021). Hal-hal tersebut membuktikan bahwa perkembangan Perbankan Syariah saat ini sedang dan terus mengalami kenaikan eksistensinya pada sisi pembiayaan khususnya produk pembiayaan rumah.

Keinginan dan kebutuhan masyarakat semakin bermacam ragamnya seiring perkembangan zaman. Pasar untuk suatu produk maupun jasa sangatlah luas jangkauannya, oleh karena itu Bank Syariah harus mampu membaca dan memenuhi kebutuhan masyarakat dengan melalui pendekatan segmentasi pasar (Wijaya A, 2016). Segmentasi pasar merupakan proses membagi pasar menjadi bagian-bagian konsumen yang memiliki kekhasan, kebutuhan, sifat yang sama, lalu memilih salah satu atau beberapa segmen yang nantinya dijadikan sasaran pemasaran yang berbeda-beda. Segmentasi pasar itu sendiri terdiri dari segmentasi demografis, geografis, psikologis, psikografis, sosial budaya, terkait pemakaian, situasi pemakaian, kemudian segmentasi manfaat dan segmentasi gabungan (Schiffman & Kanuk, 2008). Variabel-variabel yang perlu dimasukkan dalam menentukan dasar-dasar segmentasi pasar, ialah jenis kelamin, umur, gaya hidup dan penghasilan konsumen yang termasuk dalam segmentasi demografis. Sebab itu, penting untuk menganalisis awal atau dasar

mengenai hubungan antara konsumen dengan produk dalam segmentasi pasar (Peter & Olson, 2014).

Adanya kondisi atau situasi dan waktu tertentu dapat mengakibatkan para konsumen berperilaku yang mulanya konsisten menjadi terlihat tidak konsisten terhadap sikapnya sendiri (Firmansyah, 2018). Konsumen terkadang tidak mengetahui informasi maupun hal-hal mengenai produk, dimana mereka tidak menyukai, atau tidak tahu kemana untuk membelinya, kemudian terkadang membeli produk yang sedang populer sehingga menjadikan mereka merasa puas. Pemasar harus membuat dan menyiapkan strategi untuk hal-hal tersebut yang bergantung pada tingkat respon afektif, kognitif dan perilaku konsumen terhadap produk (Peter & Olson, 2014: 36). Ketergantungan konsumen terhadap produk tersebut selaras dengan model sikap tiga komponen yang terdiri dari komponen kognitif berupa pengetahuan dan persepsi yang berasal dari gabungan pengalaman-pengalaman langsung dengan objek sikap dan informasi-informasi yang berhubungan dari berbagai sumber, kemudian komponen afektif berupa emosi atau perasaan seseorang akan suatu produk atau merek tertentu dan komponen konatif berupa kecenderungan atau kemungkinan seseorang akan melakukan tindakan khusus atau berperilaku menggunakan cara tertentu terhadap objek sikap tertentu (Schiffman & Kanuk, 2008: 225). Berdasarkan komponen dan faktor tersebut, peneliti memutuskan memilih tiga variabel yaitu potensi, persepsi dan preferensi karena hal tersebut yang dapat mempengaruhi sikap seseorang dalam menggunakan maupun membeli suatu produk.

Sikap adalah kecenderungan yang dipelajari guna menanggapi penawaran suatu produk, apakah baik atau kurang baik secara konsisten. Sikap berpengaruh terhadap perilaku konsumen, yang di dalamnya terdapat proses menciptakan persepsi dan menentukan preferensi akan suatu produk dengan potensi yang mereka miliki (Arifandi, 2018). Sikap seseorang dimana menyukai atau tidak menyukai terhadap suatu objek atau ide. Sikap berasal dari pembelajaran dan pengalaman yang mampu mempengaruhi perilaku pembelian dalam waktu evaluasi tertentu (Kotler & Keller, 2009: 186-187).

Potensi seseorang dapat diukur berdasarkan kemampuan suatu demografi yang terdiri dari: umur, jenis kelamin, dan pendidikan. Yang kedua, dapat diukur berdasarkan ekonomi, meliputi penghasilan dan status pekerjaan (Sholihah, Fatmah, 2017). Jenis pekerjaan dan penghasilan nasabah merupakan faktor utama yang menunjukkan bahwa nasabah tersebut terbilang memiliki potensi terhadap diterimanya pengajuan pembiayaan rumah, namun ada beberapa faktor lain yang penting yang harus dipertimbangkan untuk mengetahui potensi suatu nasabah, yaitu dilihat dari segi perbandingan antara kebutuhan atau pengeluaran dengan penghasilannya. Dipastikan juga nasabah tersebut tidak *over financing*, lalu ada atau tidaknya riwayat yang buruk dengan perbankan menurut laporan SLIK atau BI *checking*. Kemudian kelompok umur yang paling berpengaruh diterimanya nasabah dalam pengajuan pembiayaan rumah adalah umur produktif yang usianya masih muda antara 20-35 tahun, tutur Pak Dani selaku marketing BSI KC Purwokerto Karang Kobar.

Pada seseorang, persepsi merupakan proses memilih, mengatur dan memandang sesuatu secara teoritis terhadap informasi-informasi dan pengalaman yang didapatkannya kemudian ditafsirkan, sehingga mewujudkan keseluruhan gambaran yang bermakna (Arifandi, 2018). Setiap orang memiliki kecenderungan dalam melihat atau memandang suatu benda atau suatu hal yang sama dengan caranya masing-masing atau dengan cara yang berbeda. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi persepsi, diantaranya faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang mempengaruhi persepsi berhubungan dengan kebutuhan psikologis, latar belakang pendidikan, alat indera, saraf atau pusat susunan saraf, pengalaman, kepribadian, penerimaan diri, serta keadaan individu di masa tertentu. Faktor eksternal merupakan faktor yang digunakan untuk objek yang diapresiasi oleh seseorang, keadaan, intensitas rangsangan, kekuatan rangsangan serta lingkungan yang berperan sebagai penentu didasari atau tidaknya rangsangan tersebut (Firmansyah, 2018).

Preferensi dapat digambarkan ketika seorang mengambil keputusan dalam pembelian hendaknya memiliki satu pilihan di antara beberapa alternatif

pilihan yang ada. Pengambilan keputusan berawal dari usaha dalam pemenuhan kebutuhan, kemudian dari beberapa alternatif yang ada tersebut dievaluasi agar mendapat alternatif terbaik yang berasal dari persepsi konsumen tersebut. Pada proses evaluasi, konsumen membutuhkan informasi dengan kuantitas dan taraf kepentingan yang berdasarkan kebutuhan serta lingkungan maupun keadaan yang sedang dihadapi (Firmansyah, 2018).

Terdapat bukti empiris yang menyatakan terdapat pengaruh signifikan pada variabel potensi, persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat, diantaranya hasil penelitian Umi Khoiriyah (2018) berupa variabel potensi, persepsi dan preferensi berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap sikap masyarakat muslim Kota Semarang. Namun penelitian milik Pandu Robby Arifandi (2018) tidak adanya variabel potensi, yaitu hasilnya berupa variabel persepsi dan preferensi berpengaruh terhadap sikap masyarakat untuk melakukan pembiayaan rumah pada Bank Syariah di Kota Bogor. Penelitian milik Pandu Robby Arifandi sama dengan penelitian milik Ellen Kurnia & Fatmah (2017) berupa variabel persepsi, preferensi dan perilaku berpengaruh terhadap sikap masyarakat untuk berwakaf uang.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah milik Liliana Ahass (2018), dimana penelitiannya menggunakan variabel pendidikan, pekerjaan, pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat beli produk Bank Syariah, kemudian variabel tersebut dijadikan kesatuan berupa variabel potensi pada penelitian ini. Pada penelitian Ellen Kurnia & Fatmah (2017), variabel potensi tidak berpengaruh terhadap sikap masyarakat pada produk Bank Syariah. Kemudian penelitian milik Widya Wardhani (2015) berupa faktor lokasi, harga, promosi pada variabel persepsi dan faktor sosial pada variabel preferensi tidak mempengaruhi keputusan pembelian hunian *Green Product*. Begitu juga dengan penelitian milik Arief Hidayatullah (2017), dkk menunjukkan hasil bahwa persepsi masyarakat Kota Bogor terhadap KPR Syariah dianggap lebih mahal dibanding dengan KPR Bank Konvensional, sehingga mereka ragu untuk memilih menggunakannya. Alasan menambahkan potensi sebagai variabel bebas pada penelitian ini dikarenakan saran pada

penelitian milik Widya Wardhani, yaitu berupa saran untuk memasukkan variabel-variabel lainnya terkait dengan penelitian, seperti kebutuhan konsumen, sikap konsumen, gaya hidup konsumen, motivasi, tingkat pendapatan, perkembangan informasi, perbaikan tingkat ekonomi dan pengetahuan.

Ronald Demos Lee menguraikan mengenai kekhawatiran pertumbuhan penduduk yang saat ini ketersediaan lahan sudah terbatas, penekanan untuk infrastruktur, kemudian penekanan pada modal manusia yang memiliki macam sifat, kebiasaan, pengetahuan, kepribadian, dan sosialnya, serta pengaruh memperbaiki persaingan pasar yang tinggi merupakan aspek dari masalah lingkungan dan populasi yang seharusnya dapat dimanfaatkan untuk menjadi lebih baik (Priyono, Ismail, 2012).

Berdasarkan hasil proyeksi jumlah dan laju pertumbuhan penduduk, dalam 25 tahun mendatang penduduk Indonesia terus meningkat, yang mulanya 238,5 juta di tahun 2010 menjadi 305,6 juta di tahun 2035. Jumlah dan laju pertumbuhan penduduk Indonesia sangat mempengaruhi susunan umur penduduk, yang disebabkan oleh tingkat kelahiran dan kematian di Indonesia. Hal tersebut juga membawa perubahan susunan penduduk di usia kerja terus meningkat (BPS, 2013). Jumlah penduduk Provinsi Jawa Timur, Barat maupun Jawa Tengah di Pulau Jawa tahun 2018-2020 berada di peringkat teratas secara berurutan. Jumlah penduduk terus meningkat, namun hanya Provinsi Jawa Tengah yang mengalami kenaikan secara stabil atau tidak secara drastis (BPS, 2022).

Kabupaten Banyumas adalah salah satu kabupaten di Jawa Tengah yang memiliki kerja sama ekonomi regional dengan kabupaten sekitar di wilayah Barat Daya Jawa Tengah, meliputi Kabupaten Banjarnegara, Purbalingga, Cilacap dan Kebumen yang disingkat menjadi "BARLINGMASCAKEB". Kabupaten Banyumas berada di urutan kedua dengan jumlah penduduk yang mengalami kenaikan secara stabil atau tidak secara drastis dengan jumlah kenaikan 12.712 jiwa dari tahun 2020 sampai 2021 setelah Kabupaten Cilacap dengan jumlah peningkatan 18.967 jiwa dan

mayoritas beragama Islam (BPS, 2022). Ketimpangan atau gini rasio di kawasan Barlingmascakeb pada tahun 2016-2018 berada pada kategori sedang, dimana rata-rata angka gini rasio di setiap daerahnya adalah diatas 0.30. Ketimpangan di Kabupaten Banyumas berada di urutan ke-3 diantara 5 kabupaten, yang berarti bahwa kecilnya ketimpangan antara penduduk miskin dan penduduk kaya serta distribusi pendapatannya merata. Kabupaten Banyumas juga berada di peringkat ke-3 dengan Tingkat Pengangguran Terbuka di Wilayah Barlingmascakeb, menggambarkan bahwa penyerapan tenaga kerja di Kabupaten Banyumas dan angka pengangguran terbilang merata (BAPPEDA Jawa Tengah, 2019). Kabupaten Banyumas memiliki jumlah Pegawai Negeri Sipil yang tertinggi menurut kabupaten/kota di Jawa Tengah tahun 2022, yaitu berjumlah 11.374. Hal tersebut menunjukkan salah satu potensi yang dimiliki masyarakat di wilayah Banyumas, berupa banyaknya jumlah pekerja yang terbilang layak dan tetap (BPS, 2022).

Jumlah rumah tangga di Kabupaten Banyumas yang berstatus kepemilikan bangunan tempat tinggal milik sendiri di tahun 2020 89,6% dan meningkat di tahun 2021 menjadi 92,3%. Presentase Kabupaten Banyumas dibandingkan dengan kabupaten lain se-Barlingmascakeb merupakan presentase yang paling kecil (BPS, 2022). Diharapkan kedepannya untuk setiap rumah tangga di Kabupaten Banyumas khususnya Kota Purwokerto, memiliki bangunan tempat tinggalnya masing-masing dengan menggunakan produk pembiayaan rumah pada Bank Syariah mengingat jumlah penduduk yang terus meningkat. Luas lahan bukan sawah dan bukan pertanian di Kabupaten Banyumas tahun 2019 berjumlah 100.862 ha (BPS, 2021) yang merupakan salah satu potensi untuk mendirikan pemilikan rumah.

Besarnya presentase kepadatan penduduk per-km² dapat dipengaruhi oleh persebaran penduduk suatu wilayah serta pendistribusian atau tata ruang khususnya pemukiman (Wikipedia, 2021). 4 kecamatan terpilih memiliki presentase laju pertumbuhan penduduk paling tinggi per-tahun 2010-2020 diantara 27 kecamatan di Kabupaten Banyumas (BPS, 2022). Data tersebut disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1. 1
Laju Pertumbuhan Penduduk Menurut Kecamatan
di Kabupaten Banyumas tahun 2010–2020

No	Kecamatan	Laju Pertum buhan	No	Kecamatan	Laju Pertum buhan
1	Lumbir	0,06	16	Pekuncen	0,07
2	Wangon	0,05	17	Cilongok	0,05
3	Jatilawang	0,07	18	Karanglewas	0,08
4	Rawalo	0,07	19	Kedungbanteng	0,10
5	Kebasen	0,10	20	Baturraden	0,04
6	Kemranjen	0,06	21	Sumbang	0,13
7	Sumpiuh	0,06	22	Kembaran	0,04
8	Tambak	0,09	23	Sokaraja	0,06
9	Somagede	0,08	24	Purwokerto Selatan	1,21
10	Kalibagor	0,12	25	Purwokerto Barat	1,21
11	Banyumas	0,06	26	Purwokerto Timur	1,32
12	Patikraja	0,10	27	Purwokerto Utara	1,21
13	Purwojati	0,10	Kabupaten Banyumas		0,95
14	Ajibarang	0,05			
15	Gumelar	0,08			

Sumber: BPS Kabupaten Banyumas tahun 2022

Berdasarkan data tabel diatas, presentase laju pertumbuhan yang tinggi disebabkan oleh banyaknya persebaran penduduk yang bermukim ke wilayah tersebut yang bukan merupakan penduduk asli. Dapat menunjukan wilayah tersebut berpotensi dan diperlukan adanya pembangunan rumah atau pemukiman. Selain itu, Kecamatan Purwokerto Selatan, Barat, Timur dan Utara merupakan kecamatan dengan jumlah kepala keluarga yang paling sedikit terealisasi menerima bantuan sosial pangan di tahun 2021 (BPS Kabupaten Banyumas, 2022). Data disajikan sebagai berikut:

Tabel 1. 2
Jumlah Kepala Keluarga Penerima Bantuan
di Kota Purwokerto tahun 2021

Nama Kecamatan	Jumlah Penerima Bantuan (Kepala Keluarga)	
	Rencana	Realisasi
Purwokerto Selatan	6.040	5.832
Purwokerto Barat	5.098	4.966
Purwokerto Timur	4.758	4.602
Purwokerto Utara	4.381	4.290

Sumber: BPS Kabupaten Banyumas tahun 2022

Keempat wilayah kecamatan tersebut dapat dikatakan memiliki penduduk yang mayoritas memiliki potensi ekonomi. Terdapat 5 proyek properti yang ditemukan di Purwokerto dengan dua diantaranya berlokasi di Kecamatan Purwokerto Selatan. Tiga sisanya masing-masing di wilayah Kecamatan Purwokerto Barat, Utara dan Timur (Rumah.com, 2022). Tercatat jumlah rumah baru atau bekas dijual di Kota Purwokerto, yaitu 281 buah (Rumah.com, 2023). Dengan adanya banyak proyek properti serta banyaknya kesediaan rumah siap huni di suatu wilayah, mampu membuka besar peluang bagi masyarakat Kota Purwokerto untuk memenuhi kebutuhan hunian rumah.

Adanya produk pembiayaan rumah di berbagai Bank Syariah diharapkan masyarakat khususnya di Kota Purwokerto mampu mengerti dan memahami mengenai produk tersebut, terutama pada mekanisme dan gambaran secara mendetail. Disayangkan terdapat masyarakat khususnya kaum muslim di Kota Purwokerto yang berpotensi menggunakan produk pembiayaan rumah syariah, namun tidak menjadikan produk tersebut sebagai preferensi yang disebabkan oleh berbagai persepsi yang ada pada masyarakat. Berbagai persepsi masyarakat yang sudah melekat sejak lama meskipun memiliki potensi, dirasakan tidak mudah untuk mengarah kepada produk dari lembaga yang berasaskan Syariah Islam. Karena pada dasarnya produk pembiayaan rumah di Bank Syariah merupakan produk yang sudah semestinya dijadikan

preferensi, khususnya bagi masyarakat muslim yang berada di Kota Purwokerto. Diperlukan penelitian masa kini, untuk mengungkap sikap apa yang akan diberikan masyarakat Kota Purwokerto pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam melalui penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Potensi, Persepsi dan Preferensi terhadap Sikap Masyarakat pada Produk Pembiayaan Rumah di Bank Syariah (Studi Kasus Kota Purwokerto)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada bagian latar belakang penelitian di atas, maka permasalahan yang ada dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah potensi berpengaruh terhadap sikap masyarakat Kota Purwokerto pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah?
2. Apakah persepsi berpengaruh terhadap sikap masyarakat Kota Purwokerto pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah?
3. Apakah preferensi berpengaruh terhadap sikap masyarakat Kota Purwokerto pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah?
4. Apakah potensi, persepsi dan preferensi berpengaruh terhadap sikap masyarakat Kota Purwokerto pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan rumusan masalah di atas dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh potensi terhadap sikap masyarakat Kota Purwokerto pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap sikap masyarakat Kota Purwokerto pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh preferensi terhadap sikap masyarakat Kota Purwokerto pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

4. Untuk mengetahui pengaruh potensi, persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat Kota Purwokerto pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dapat diambil dari hasil penelitian ini bagi berbagai pihak, khususnya bagi:

1. Manfaat Teoritis

- a. Bagi peneliti berikutnya, diharapkan mampu meningkatkan dedikasi pada bidang pendidikan, serta dijadikan perbandingan penelitian maupun bahan kajian lebih lanjut mengenai potensi, persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat Kota Purwokerto pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.
- b. Bagi literatur, mampu menambah wawasan, pengetahuan maupun informasi mengenai potensi, persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat Kota Purwokerto pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

2. Manfaat Praktis, yaitu:

- a. Bagi Bank Syariah, diharapkan mampu dijadikan bahan masukan atau pertimbangan bagi kalangan perbankan syariah di Indonesia, guna memunculkan maupun meluncurkan strategi yang diberlakukan kepada masyarakat.
- b. Bagi akademis, mampu mendorong dalam penerapan ilmu pengetahuan yang sebelumnya telah dipelajari, seberapa jauh teori-teori yang telah diterapkan sehingga mengetahui jika diperlukan adanya perbaikan pada hal yang masih kurang tepat.
- c. Bagi penulis, mampu memberikan dan meningkatkan pengetahuan serta wawasan yang membangun mengenai dunia perbankan khususnya perbankan syariah yang meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

E. Sistematika Pembahasan

Agar pembaca mudah memahami pokok-pokok pembahasan pada penelitian ini, sehingga peneliti menyusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I yaitu pendahuluan, bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II adalah landasan teori, bab ini menguraikan tentang landasan teori, landasan teologis, kajian pustaka dari penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, serta hipotesis.

BAB III yaitu metode penelitian, bab ini terdiri dari uraian tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel dan indikator penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, uji instrumen data, analisis data, serta uji hipotesis.

BAB IV adalah hasil dan pembahasan, bab ini memuat penjabaran tentang gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V yaitu penutup, bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian dan saran untuk penelitian serupa atau yang berhubungan di masa yang akan datang.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Potensi

a. Pengertian Potensi

Pengertian potensi di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan kemampuan, kekuatan, kesanggupan, daya yang memiliki peluang agar dapat dikembangkan. Sedangkan menurut kamus ilmiah, arti dari potensi ialah pengaruh, daya dan kefungisian yang dapat berasal dari bawaan atau bakat, maupun hasil stimulus atau latihan dalam perkembangan (Khoiriyah, 2018). Potensi dapat dilihat berdasarkan sumber daya dan kegiatan ekonomi di suatu wilayah, pola sikap maupun preferensi perilaku ekonomi mengenai produk dan jasa dari Bank Syariah (Ananda, 2017). Potensi termasuk dalam segmentasi geografis dan demografis. Sedangkan persepsi, preferensi dan sikap termasuk ke dalam segmentasi psikologis (Schiffman & Kanuk, 2008). Potensi seseorang dapat diukur berdasarkan kemampuan suatu demografi yang terdiri dari: umur, jenis kelamin, dan pendidikan. Yang kedua, dapat diukur berdasarkan ekonomi, meliputi penghasilan dan status pekerjaan (Sholihah, Fatmah, 2017). Choudhury (1998) mengungkapkan bahwa ketika pertumbuhan penduduk meningkat, maka pertumbuhan ekonomi dan pendapatan setiap penduduk pun juga akan meningkat (Muflih, 2006: 130).

b. Karakteristik Segmentasi Demografis

Karakter dari segmentasi demografi yang paling sering digunakan, diantaranya: umur, jenis kelamin, status perkawinan, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan.

1) Umur

Perbedaan umur telah menjadi hal yang memotivasi masyarakat dalam menggunakan produk ataupun jasa. Para

pemasar pun telah mengklaim, bahwa umur merupakan variabel dari demografis yang sangat berguna dalam segmentasi pasar. Kecenderungan seseorang dalam memilih atau menyukai suatu hal terjadi saat orang tersebut mencapai suatu kategori usia tertentu.

2) Jenis kelamin

Jenis kelamin dapat digunakan pemasar dalam upaya membedakan konsumen pada beberapa kategori produk. Para pemasar menargetkan wanita pekerja lebih dominan, dimana dengan cara mereka berbelanja untuk pakaian, aksesoris pribadi, maupun kebutuhan rumah tangga dan keluarga.

3) Status perkawinan

Status perkawinan dapat berupa lajang, duda atau janda, orang tua tunggal maupun pasangan suami isteri. Beberapa pemasar telah memperhatikan banyaknya dan ragam rumah tangga dalam melakukan pembelian atau kepemilikan pada suatu produk.

4) Pendapatan

Pendapatan seseorang adalah indikator yang berpengaruh akan mampu atau tidaknya dalam melakukan atau kepemilikan produk dan model produk tertentu. Pendidikan, pekerjaan dan pendapatan cenderung memiliki hubungan yang erat, sehingga disebut hubungan kausalitas.

5) Pendidikan

Pendidikan agak rendah yang dimiliki seseorang, memiliki sedikit peluang untuk pekerjaan pada tingkat tinggi.

6) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang yang tinggi akan mendapatkan penghasilan yang tinggi pula dan kerap memerlukan pelatihan pendidikan lanjutan.

c. Karakteristik Segmentasi Geografis

Karakteristik segmentasi geografis dapat dilihat dari masyarakat yang sama-sama bermukim di suatu daerah dengan

keinginan dan kebutuhan mereka yang sama, kemudian kebutuhan dan keinginan tersebut berbeda dengan masyarakat yang tinggal di daerah lain. Indikator dari segmentasi geografis berupa daerah, ukuran kota, kepadatan daerah dan iklim (Schiffman & Kanuk, 2008: 41-47). Sarana prasarana yang memadai dan potensi masyarakat yang baik yaitu masyarakat menengah ke atas, serta potensi pasar mampu mempercepat penjualan produk ke sasaran pasar secara optimal (Anzela, 2017). Memasarkan suatu produk bukan hanya bersifat memberitahu, tetapi harus dapat mempengaruhi terutama pada konsumen-konsumen potensial dengan cara memberi tahu kelebihan pada produk yang dimiliki dibanding dengan produk lain (Idris, 2021).

2. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Setiap individu melihat peristiwa yang sama dan dalam waktu yang bersamaan akan mengutarakan dan menggambarkannya secara berbeda-beda dengan kecenderungan atau cara khususnya sendiri. Realitas atau kenyataan setiap individu adalah bentuk dari pribadi orang tersebut, yang didasarkan pada kebutuhan, keinginan, nilai-nilai dan pengalamannya pribadinya. Persepsi adalah proses dimana seseorang melakukan pengenalan, pemilihan, pengaturan dan penafsiran stimuli (masukan pancaindera) berdasarkan kebutuhan, nilai-nilai dan harapan, menjadi gambaran yang berarti mengenai lingkungan sekitarnya (Schiffman & Kanuk, 2008: 136-137). Menurut Kotler dan Keller (2016), persepsi seseorang dapat berupa: rangsangan fisik, rangsangan yang berkaitan mengenai sekitar tempat tinggalnya serta keadaan orang tersebut (Firmansyah, 2018).

b. Unsur Persepsi

Unsur-unsur yang terdapat dalam persepsi, diantaranya:

- 1) Sensasi. Berupa respon yang langsung dan secara cepat dari pancaindera terhadap stimuli sederhana, seperti iklan, kemasan, merek. Perbedaan kekuatan pada masukan pancaindera akan

mempengaruhi sensasi yang diterima, baik itu sedikit ataupun tidak sama sekali.

- 2) Ambang absolut. Ketika seseorang berada di tingkat stimulasi tertentu sehingga mereka dapat mengalami sensasi tertentu yang akan menjadi terbiasa atau disebut penyesuaian diri.
- 3) Ambang diferensial. Perbedaan yang bisa dirasakan dari kedua macam stimuli yang nyaris mirip atau perbedaan yang mulai bisa dilihat. Hukum Weber mengungkapkan bahwa semakin besar stimulus pertama, maka semakin besar insensitas tambahan yang dibutuhkan agar dengan stimulus kedua mudah dibedakan (Schiffman & Kanuk, 2008: 137-139).

c. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor utama yang mempengaruhi stimuli atau seleksi berdasarkan persepsi, ialah:

- 1) Sifat stimulus, stimuli dalam pemasaran mempengaruhi persepsi konsumen yang terdiri dari variabel keadaan produk, ciri fisik produk, kemasan, merk, iklan, posisi iklan cetak maupun online, serta lingkungan editorial.
- 2) Pengalaman, penafsiran persepsi yang dilakukan setiap individu didasarkan pada pengharapan apa yang telah ia lihat berdasarkan pengalaman yang telah terjadi, kemudian berdasarkan berbagai penjelasan dianggap masuk akal yang dapat mereka terima, serta motif dan minat mereka di saat persepsi itu terjadi. Sehingga berbagai pengalaman dan interaksi sosial yang telah terjadi sebelumnya, mampu membantu pembentukan harapan tertentu yang menjelaskan alternatif guna menafsirkan stimuli. Semakin banyak pengalaman individu, maka akan semakin luas akses pada penjelasan alternatif.
- 3) Kebutuhan, pemasar menentukan target produk mereka berdasarkan kebutuhan-kebutuhan yang dirasakan para konsumen

dengan cara menggolongkan produk berdasarkan kebutuhan di setiap segmen.

- 4) Keinginan, setiap individu cenderung memperhatikan apa saja yang dibutuhkan dan diinginkannya. Semakin tinggi keinginan dari individu tersebut, semakin tinggi pula kecenderungan untuk mengesampingkan stimuli yang tidak berhubungan dengan lingkungan sekitarnya.
- 5) Harapan, seseorang hendaknya memiliki harapan untuk apa yang ingin dilihat maupun rasakan akan suatu produk berdasarkan pengetahuan, pengalaman atau keadaan yang sebelumnya telah terjadi (Schiffman & Kanuk, 2008: 146-157).

d. Indikator Persepsi

Indikator-indikator yang terdapat pada persepsi menurut Prasetyo dan Ihalauw (2005:68), adalah:

- 1) Faktor-faktor internal:
 - a) Pengalaman. Pengalaman seseorang atas kesimpulan serta penafsiran mengenai objek, peristiwa atau hubungan-hubungan, informasi dan pesan yang sebelumnya pernah didapat.
 - b) Kebutuhan saat itu. Kebutuhan memicu perubahan yang ada di lingkungan sekitar mendapatkan perhatian, nantinya kebutuhan-kebutuhan tersebut mampu menyebabkan setiap orang memberi kesannya secara tersendiri.
 - c) Nilai-nilai yang dianutnya. Nilai yang dipercayai tumbuh dikarenakan terdapat harapan atau ekspektasi dalam pemenuhan kebutuhan, serta kecenderungan untuk meninggalkan perubahan yang tidak berkaitan di sekitarnya.
 - d) Ekspektasi/pengharapan. Pada umumnya seseorang mempunyai harapan yang berasal dari pengalaman sebelumnya, informasi yang berasal dari pancaindra, dari media masa atau orang yang dikenal.

b. Faktor-Faktor Eksternal:

- a) Tampilan produk. Tampilan produk menurut fisiknya atau penggambaran yang di terima panca indera manusia merupakan perantara pada pembentukan persepsi.
- b) Sifat-sifat stimulus. Stimulus terdiri dari: ciri-ciri produk, atribut produk, kemasan, merek serta iklan beserta spesifikasinya.
- c) Situasi lingkungan. Informasi, keadaan dan situasi lingkungan sekitar mampu mempengaruhi persepsi seseorang yang nantinya menjadikan suatu penilaian (Bentarti et al, 2021).

3. Preferensi

a. Pengertian Preferensi

Definisi preferensi menurut Assael adalah pilihan konsumen akan ketertarikan atau sesuatu yang lebih disukainya (Sholihah & Fatmah, 2017). Preferensi konsumen menurut Kotler dan Keller (2009) sikap oleh konsumen perihal pilihannya berkenaan satu merek produk yang hadir berdasarkan evaluasi dari bermacam pilihan merek lain (Fitrian, 2017). Preferensi adalah keyakinan dan pilihan konsumen kepada suatu produk yang sebelumnya mereka melakukan pencarian, pemrosesan dan menyikapi atas informasi-informasi yang diterimanya (Sutisna, 2003)

b. Indikator preferensi

Indikator preferensi pada konsumen menurut Husein (2005:75), yaitu:

- 1) Faktor Lingkungan. Perilaku konsumen di lingkungan sekitarnya yang kompleks nantinya mampu terpengaruh oleh faktor-faktor lingkungan, yaitu: budaya, kelas sosial, dan pribadinya.
- 2) Faktor Psikologis. Faktor psikologis dimana terdapat tahap mengolah informasi, mempelajari dan merubah sikap atau perilaku yang mencakup motivasi, keterlibatan, persepsi, proses belajar atau

pengetahuan, kepercayaan, demografi, serta sikap (Bentarti et al, 2021).

Faktor psikologis yang melekat pada setiap individu dalam pengambilan keputusan berdasarkan preferensi, yaitu berupa motivasi, pengetahuan, kebutuhan dan kepribadian. Preferensi termasuk ke dalam segmentasi pasar psikologis dengan variabel segmentasinya berupa kepribadian atau pengaruh pribadi, keterlibatan dalam belajar atau proses belajar dan motivasi kebutuhan (Schiffman & Kanuk, 2008). Preferensi menurut Robins & Judge (2012) termasuk dalam langkah pembuatan keputusan yang rasional, dimana dari beberapa alternatif yang ada dan telah seseorang buat tersebut nantinya akan dipertimbangkan dan dipilih menurut prioritasnya (Wijaya C, 2017: 57).

4. Sikap Masyarakat

a. Pengertian Masyarakat

Masyarakat adalah kelompok manusia yang saling berkomunikasi atau bersosialisasi serta berkaitan satu dengan yang lain menggunakan berbagai prasarana untuk mencapai tujuan bersama-sama (Darmansyah, 1986)

b. Pengertian Sikap

Allport (1993) mengemukakan sikap, yakni suatu mental dan saraf yang berhubungan akan kecakapan seseorang dalam menanggapi, mengorganisasi pengalaman serta pengaruh yang cenderung dan atau mudah menyesuaikan terhadap perilaku (Setiadi, 2013). Sikap adalah kecenderungan yang dipelajari, dimana seseorang cenderung menyukai atau tidak menyukai dan membeli atau tidak membeli suatu produk yang berasal dari hasil pengalaman langsung akan suatu produk, dari informasi lisan maupun non lisan yang didapat oleh seseorang, iklan media massa atau pemasaran secara langsung. Sikap memiliki motivasi yang mampu mengajak konsumen mengarah ke perilaku tertentu atau menyeret konsumen dari perilaku tertentu (Schiffman & Kanuk, 2008).

c. Karakteristik Sikap

- 1) Sikap terbentuk dari hasil pengalaman secara langsung maupun tidak langsung.
- 2) Sikap memiliki sifat konsistensi, sikap yang terlihat sesuai dengan perilaku yang dicerminkan. Namun tidak semua sikap dimiliki secara permanen karena sikap mampu berubah.
- 3) Sikap mampu berubah karena terpengaruh oleh situasi tertentu, yaitu berupa keadaan atau peristiwa di tahap dan waktu tertentu (Schiffman & Kanuk, 2008: 222-223).

d. Komponen Sikap

Sikap memiliki 3 komponen utama yang bertujuan untuk menjelaskan dan meramalkan apa yang mendasari sikap tertentu dari seseorang dalam hidup bermasyarakat, yaitu:

- 1) Komponen Kognitif, berupa pengetahuan dan persepsi seseorang yang berasal dari gabungan pengalaman realitas terhadap objek sikap, serta informasi-informasi terkait yang berdasarkan berbagai macam sumber. Menurut (Darmansyah, 1986: 89), komponen kognitif berisikan hal-hal yang diinginkan masyarakat atau kelompok itu sendiri yang memiliki penilaian serta pemahaman cara untuk bertindak atas keinginannya.
- 2) Komponen Afektif, berupa perasaan atau emosi terhadap suatu merek atau produk (objek sikap) secara langsung serta keseluruhan, yaitu seseorang memberi penilaian terhadap objek sikap berupa menyukai atau tidak menyukai serta menilai baik atau buruknya objek sikap. Menurut (Darmansyah, 1986: 89), komponen afektif memuat nilai tentang perasaan emosional seseorang.
- 3) Komponen Konatif, berupa kecenderungan atau peluang seseorang hendak melakukan respons khusus atau berperilaku menggunakan cara tertentu perihal objek sikap (Schiffman & Kanuk, 2008).

Menurut (Darmansyah, 1986: 89), komponen konatif berarti nilai yang mempengaruhi tingkah laku seseorang.

e. Fungsi Sikap

Fungsi sikap menurut Daniel Katz (2006) diklasifikasikan sebagai berikut:

- 1) Fungsi Utilitarian. Fungsi yang berkaitan akan prinsip konsumen, dimana mengembangkan sikap puas atau tidak puas atas suatu produk.
- 2) Fungsi Ekspresi Nilai. Konsumen menguraikan sikap mengenai suatu merek produk yang berdasarkan kemampuannya dengan mengekspresikan nilai yang terdapat dalam dirinya.
- 3) Fungsi Mempertahankan Ego. Mengembangkan sikap yang diberikan konsumen cenderung dalam melindungi diri dari tantangan dari luar atau dari dalam.
- 4) Fungsi Pengetahuan. Pengetahuan yang konsumen miliki dapat membantu memilih informasi yang relevan atau tidak relevan guna mengurangi ketidakpastian dan kebingungan (Setiadi, 2013).

5. Pembiayaan

a. Pengertian Pembiayaan

Pembiayaan juga disebut dengan *financing*, yaitu pendanaan yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun oleh lembaga. Dalam perbankan, pembiayaan diartikan sebagai aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dananya kepada pihak nasabah yang membutuhkan dana. Sebelum menyalurkan dana melalui pembiayaan, Bank Syariah perlu melakukan analisis pembiayaan yang mendalam. Pembiayaan merupakan salah satu dari tiga fungsi utama bank dalam menyalurkan dana bagi nasabahnya untuk meningkatkan produksi dan mengembangkan usaha. Pembiayaan pada perbankan Islam atau istilah teknisnya disebut sebagai aktiva produktif. Aktiva produktif adalah penanaman dana bank Islam, baik dalam bentuk rupiah

maupun valuta asing dalam bentuk pembiayaan, piutang, *qardh*, surat berharga Islam, penempatan, penyertaan modal, penyertaan modal sementara, komitmen, dan kontingensi pada rekening administratif, serta sertifikat *wadi'ah* (Sobana, 2017: 259).

b. Fungsi Pembiayaan Syariah

Fungsi pembiayaan Bank Syariah yang menjalankan pembiayaan berdasarkan prinsip syariat bukan hanya untuk mencari keuntungan dan meramaikan bisnis perbankan di Indonesia, melainkan juga untuk menciptakan lingkungan bisnis yang aman, di antaranya:

- 1) Memberikan pembiayaan dengan prinsip syariat yang menerapkan sistem bagi hasil yang tidak memberatkan debitur.
- 2) Membantu kaum duafa yang tidak tersentuh oleh bank konvensional karena tidak mampu memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh bank konvensional.
- 3) Membantu masyarakat ekonomi lemah yang selalu dipermainkan oleh rentenir dengan membantu melalui pendanaan untuk usaha yang dilakukan (Sobana, 2017: 260-261).

c. Unsur Pembiayaan Syariah

Unsur-unsur yang terkandung dalam pembiayaan syariah terdiri atas:

- 1) Bank Syariah badan usaha yang memberikan pembiayaan kepada pihak lain yang membutuhkan dana.
- 2) Kepercayaan (*trust*), memberikan kepercayaan kepada pihak yang menerima pembiayaan bahwa mitra akan memenuhi kewajiban untuk mengembalikan dana dari pihak Bank Syariah sesuai dengan jangka waktu yang telah ditetapkan.
- 3) Akad, kontrak perjanjian atau kesepakatan yang dilakukan oleh Bank Syariah dan pihak nasabah.

- 4) Jangka waktu, periode waktu yang diperlukan oleh nasabah untuk membayar kembali pembiayaan yang telah diberikan oleh Bank Syariah (Sobana, 2017: 268).

d. Sifat Penggunaan Pembiayaan Syariah

Menurut sifat penggunaannya, pembiayaan syariah dapat dibagi menjadi dua hal, yaitu:

- 1) Pembiayaan produktif, yaitu pembiayaan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan produksi dalam arti luas, seperti peningkatan usaha, baik usaha produk perdagangan maupun investasi.
- 2) Pembiayaan konsumtif, yaitu pembiayaan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang akan habis digunakan. Kebutuhan konsumen dapat dibedakan menjadi kebutuhan primer (makanan, minuman, pakaian, tempat tinggal, barang, jasa seperti pendidikan dan pengobatan) serta kebutuhan sekunder (barang, bangunan rumah, kendaraan, perhiasan, jasa seperti pariwisata dan hiburan) (Antonio, 2001: 168).

B. Landasan Teologis

1. Bank Syariah

Bank Syariah adalah lembaga keuangan berbentuk bank dengan kegiatan usaha yang dijalankan berdasarkan Prinsip Syariah. Jenis dari Bank Syariah ada dua, yaitu Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) (UU No. 21 Tahun 2008). Terdapat ayat Al-Qur'an yang artinya membahas mengenai mengelola dan memanfaatkan segala sesuatu termasuk harta dalam kegiatan ekonomi sesuai dengan ketentuan Allah selaku pemilik segalanya (Antonio, 2001: 8), sebagai berikut:

(QS Al-Baqarah 2: Ayat 29)

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ ۚ وَهُوَ بِكُلِّ

شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya: “Dialah (Allah) yang menciptakan segala apa yang ada di bumi untukmu kemudian Dia menuju ke langit, lalu Dia menyempurnakannya menjadi tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu.”

Adapun ayat Al-Qur’an tentang larangan Allah bagi seorang muslim memakan harta dengan cara riba (Antonio, 2001: 49), sebagai berikut:

(QS. Ali-Imran 3: Ayat 130)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung”

2. Pembiayaan

Pembiayaan adalah kegiatan penyediaan dana atau tagihan, yang terdiri dari: transaksi bagi hasil, sewa-menyewa barang atau jasa, jual-beli, pinjam-meminjam dimana sebelumnya telah terjalin persetujuan atau kesepakatan antara Bank Syariah dan atau Unit Usaha Syariah serta pihak lain yang memberikan kewajiban kepada pihak yang menerima pembiayaan dan atau diberi fasilitas dana untuk mengembalikan dana tersebut dalam jangka waktu tertentu beserta imbalan atau *ujrah*, tanpa imbalan atau bagi hasil (UU No. 21 Tahun 2008). Menurut Antonio (2001) pembiayaan komersil atau pembiayaan milik Bank Syariah yang bertujuan guna memenuhi kebutuhan barang konsumsi dengan menerapkan skema, diantaranya:

a. *Murabahah*

Jual beli atau biasa disebut *ba'i al-murabahah* dalam Islam, merupakan jual-beli barang maupun jasa dengan menambahkan harga dari asalnya atau keuntungan yang telah disepakati bersama. Dimana penjual wajib memberi tahu harga produk atau jasa kepada pembeli dan menentukan besaran keuntungan sebagai tambahan (Antonio, 2001: 101). Adapun ayat Al-Qur’an yang berisikan mengenai diperbolehkannya melakukan jual-beli dan larangan riba dalam Islam, sebagai berikut:

(QS. Al-Baqarah 2: Ayat 275)

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۗ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ
 قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ ۙ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ ۙ فَآ
 نْتَهَىٰ فَلَهُ ۗ مَا سَلَفَ ۗ وَأَمْرُهُ ۙ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْعَا ذَٰلِكَ وَلَيْكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا
 خَالِدُونَ

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”.

Adapun salah satu Hadis shahih yang berisikan mengenai manfaat melakukan jual beli, sebagai berikut:

أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبَرَكَةُ: الْبَيْعُ إِلَىٰ أَجَلٍ، وَالْمُقَارَضَةُ،
 وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ (رواه ابن ماجه عن صهيب)

Artinya: “Tiga hal yang di dalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah, bukan untuk dijual” (HR Ibnu Majah) (Antonio, 2001: 102).

b. *Ijarah Muntahia Bi Tamlik*

Ijarah merupakan perjanjian atas memindahkan hak guna terhadap barang maupun jasa dengan pembayaran melalui upah sewa, tanpa adanya pemindahan hak milik atau kepemilikan atas barang maupun jasa tersebut. Terdapat perjanjian dimana gabungan dari transaksi jual-beli dengan sewa, yaitu perjanjian sewa yang diakhiri dengan kepemilikan barang oleh penyewa atau biasa disebut *Ijarah Muntahia Bi Tamlik* (IMBT). Adapun ayat Al-Qur’an yang di dalamnya berisikan tentang sewa-menyewa (Antonio, 2001: 117-118), yaitu:

(QS. Al-Baqarah 2: Ayat 233)

وَإِنْ أَرَدْتُمْ أَنْ تَسْتَرْضِعُوا أَوْلَادَكُمْ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ إِذَا سَلَّمْتُمْ مَا اتَيْتُمْ بِالْمَعْرُوفِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Artinya: “... Dan jika kamu ingin menyusukan anakmu kepada orang lain, maka tidak ada dosa bagimu memberikan pembayaran dengan cara yang patut. Bertakwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.”

c. *Musyarakah Mutanaqishah*

Musyarakah merupakan perjanjian kerja sama dalam suatu usaha tertentu di antara dua pihak atau lebih dengan ketentuan pihak yang bersangkutan sama-sama menyerahkan kontribusi dana, serta setuju untuk membagi keuntungan serta menanggung risiko secara bersama-sama. *Musyarakah mutanaqishah* merupakan bentuk kerjasama kemitraan dengan karakteristik berupa pengurangan secara bertahap atas porsi kepemilikan (*redeem porsi*) atas hak kepemilikan salah satu mitra melalui pembayaran dari mitra lainnya (Zaenah, 2019: 14). Adapun ayat Al-Qur'an yang di dalamnya berisikan mengenai *musyarakah* (Antonio, 2001: 91), sebagai berikut:

(QS. Sad 38: Ayat 24)

... وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ

Artinya: “... Memang banyak di antara orang-orang yang bersekutu itu berbuat zalim kepada yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan.

d. *Istishna*

Istishna merupakan perjanjian antara penjual dan pembeli dimana barang yang diinginkan oleh pembeli dipesan terlebih dahulu, kemudian penjual memesan barang tersebut kepada pembuat barang sesuai dengan spesifikasi barang serta perjanjian yang telah disepakati bersama. Pembayaran dapat menggunakan sistem cicilan, di muka maupun tangguhkan sampai pada waktu yang akan datang

(Antonio, 2001: 113). Adapun Hadis yang berisikan tentang perbuatan Rasul yang menunjukkan akad *istishna* diperbolehkan.

عَنْ أَنَسٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ نَبِيَّ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ كَانَ أَرَادَ أَنْ يَكْتُبَ إِلَى الْعَجَمِ
فَقِيلَ لَهُ إِنَّ الْعَجَمَ لَا يَقْبَلُونَ إِلَّا كِتَابًا عَلَيْهِ خَاتِمٌ. فَاصْطَنَعَ خَاتِمًا مِنْ فِضَّةٍ. قَالَ كَأَنِّي أَنْظُرُ
إِلَى بَيَاضِهِ فِي يَدِهِ. رَوَاهُ مُسْلِمٌ

Artinya: “Diriwayatkan dari sahabat Anas radhiallahu ‘anhu, pada suatu hari Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam hendak menuliskan surat kepada seorang raja non arab, lalu dikabarkan kepada beliau: Sesungguhnya raja-raja non arab tidak sudi menerima surat yang tidak distempel, maka beliaupun memesan agar ia dibautkan cincin stempel dari bahan perak. Anas mengisahkan: Seakan-akan sekarang ini aku dapat menyaksikan kemilau putih di tangan beliau.” (Riwayat Muslim).

3. Sikap

Sikap adalah kecenderungan yang dipelajari, dimana seseorang berperilaku sesuai pada menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu objek tertentu (Schiffman & Kanuk, 2008: 222). Adapun ayat Al-Qur’an yang memiliki makna bahwa manusia dalam menyenangi atau menyukai sesuatu hendaknya sesuai dengan apa yang Allah senangi dan sukai, dan Allah mengetahui apa saja yang terbaik bagi hamba-Nya, sebagai berikut:

(QS. Al-Baqarah 2: Ayat 226)

كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهُ لَكُمْ وَعَسَى أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَعَسَى أَنْ تُحِبُّوا

شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

Artinya: “Diwajibkan atas kamu berperang, padahal itu tidak menyenangkan bagimu. Tetapi boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.”

C. Kajian Pustaka

Penulis telah melakukan peninjauan terhadap beberapa artikel jurnal maupun skripsi terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh potensi, persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah. Hasil penelitian terkait yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, diantaranya:

Pertama, skripsi milik Pandu Robby Arifandi dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan judul “Pengaruh Persepsi dan Preferensi terhadap Sikap Masyarakat Kota Surabaya pada Pembiayaan Rumah Syariah”. Adapun hasil penelitian berupa adanya pengaruh persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat untuk melakukan pembiayaan rumah syariah. Persepsi dan preferensi yang melekat pada masyarakat Kota Surabaya mempengaruhi sikap mereka sendiri untuk melakukan pembiayaan rumah syariah (Arifandi, 2018).

Kedua, jurnal milik Umi Khoiriyah dari Universitas Wahid Hasyim Semarang dengan judul “Pengaruh Potensi, Persepsi, dan Preferensi terhadap Sikap dalam Wakaf Uang”. Hasil penelitian ini berupa variabel potensi, persepsi dan preferensi berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap sikap masyarakat muslim Kota Semarang dalam wakaf uang (Khoiriyah, 2018).

Ketiga, Ellen Kurnia Sari Sholihah dan Fatmah dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan judul “Pengaruh Potensi, Persepsi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Muslim Surabaya terhadap Wakaf Uang dengan Sikap sebagai Variabel Intervening”. Adapun hasil dari penelitian ini persepsi dan preferensi berpengaruh positif terhadap sikap masyarakat, kemudian sikap mempengaruhi perilaku masyarakat untuk melakukan wakaf uang. Sementara itu variabel potensi suatu daerah berpengaruh negatif terhadap sikap masyarakat untuk berwakaf uang (Sholihah & Fatmah, 2017).

Keempat, Surya Bentarti, dkk dari Universitas Pelita Bangsa Bekasi dengan judul “Pengaruh Persepsi dan Preferensi Masyarakat terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Syariah di Kabupaten Bekasi”. Hasil yang

diberikan adanya persepsi dan preferensi masyarakat sebagai konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat keputusan pembelian produk perumahan syariah (Bentari, Haris, & Hidayatullah, 2021).

Kelima, jurnal oleh Widya Wardhani, dkk dari Institut Pertanian Bogor berjudul “Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian *Green Product*”. Penelitian ini menghasilkan berupa persepsi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada faktor citra pengembangan, produk dan fasilitas, kemudian preferensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada faktor lingkungan dan metode pembayaran. Sementara itu, faktor lokasi, harga, promosi pada persepsi dan faktor sosial pada preferensi tidak mempengaruhi keputusan pembelian hunian *Green Product* (Wardhani, Sumarwan, & Yuliati, 2015).

Keenam, Liliana Ahas dari Institut Agama Islam Negeri Saltiga berjudul “Pengaruh Pendidikan, Pekerjaan, Pendapatan, Persepsi, Perilaku, dan Preferensi terhadap Minat Beli Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus BNI Syariah KC Ungaran)”. Penelitian ini menghasilkan berupa pendidikan, pekerjaan dan pendapatan nasabah berpengaruh negatif terhadap minat beli produk perbankan syariah. Sementara itu persepsi, perilaku dan preferensi berpengaruh positif terhadap minat beli produk perbankan syariah (Ahas, 2018).

Ketujuh, Arief Hidayatullah, T. Rifqy Thantawi dari Universitas Djuanda Bogor dengan judul “Persepsi Masyarakat Kota Bogor terhadap Skim Pembiayaan KPR Syariah”. Hasil yang di berikan pada penelitian ini berupa persepsi masyarakat mengenai produk KPR Syariah jauh lebih mahal dibanding dengan KPR Bank Konvensional sehingga ragu atau enggan menggunakan pembiayaan KPR Syariah. Hal ini karena minimnya pengetahuan akan mekanisme KPR Syariah secara detail dan benar (Hidayatullah & Thantawi, 2017).

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti Tahun, dan Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Pandu Robby Arifandi (2018) Pengaruh Persepsi dan Preferensi Terhadap Sikap Masyarakat Kota Surabaya pada Pembiayaan Rumah Syariah	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki variabel bebas persepsi dan preferensi. Variabel terikat yang digunakan sikap masyarakat. • Pengambilan sampel yang digunakan teknik <i>Fraction Per Cluster</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak adanya variabel bebas potensi, sedangkan penelitian yang dilakukan ada. • Data primer hanya berasal dari kuesioner, sedangkan pada penelitian yang dilakukan dari kuesioner dan wawancara.
2.	Umi Khoiriyah (2018) Pengaruh Potensi, Persepsi, dan Preferensi terhadap Sikap dalam Wakaf Uang	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel bebas potensi, persepsi dan preferensi. Variabel terikat yang digunakan sikap. • Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik <i>Cluster Sampling</i>. • Analisis data menggunakan regresi linear berganda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Menentukan ukuran sampel dengan cara mengambil 20% dari jumlah populasi, sedangkan pada penelitian yang dilakukan menggunakan rumus slovin. • Data primer hanya berasal dari kuesioner, sedangkan pada penelitian yang dilakukan dari kuesioner dan wawancara.
3.	Ellen Kurnia Sari Sholihah, Fatmah (2017) Pengaruh Potensi, Persepsi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Muslim Surabaya Terhadap Wakaf Uang Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan potensi, persepsi dan preferensi sebagai variabel bebas. • Terdapat pembahasan mengenai sikap masyarakat. • Menggunakan teknik <i>Cluster Sampling</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sikap sebagai variabel intervening, sedangkan pada penelitian yang dilakukan sebagai variabel terikat. • Teknik pengumpulan data dengan metode survei, sedangkan pada penelitian yang dilakukan kuesioner dan wawancara.

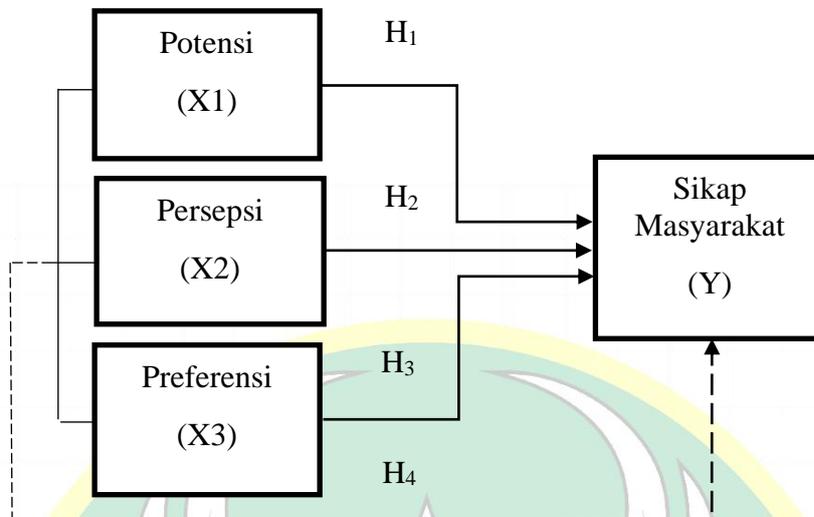
4.	Surya Bentarti, Dea Aryandhana Mulyana Haris, Refangi Hidayatullah (2021) Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Masyarakat Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Syariah di Kabupaten Bekasi	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel bebas yang digunakan berupa persepsi dan preferensi. • Skala pengukuran yang digunakan skala likert. 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel terikat berupa keputusan pembelian konsumen, sedangkan pada penelitian yang dilakukan berupa sikap. • Teknik pengambilan sampel yang digunakan teknik <i>Accidental Sampling</i>, sedangkan pada penelitian yang dilakukan dengan <i>Cluster Sampling</i>.
5.	Widya Wardhani, Ujang Sumarwan, Lilik Noor Yulianti (2015) Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian <i>Green Product</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Metode pengumpulan data yang digunakan berupa kuesioner. • Skala pengukuran yang digunakan skala likert 	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan analisis Partial Least Square dari program Smart PLS, sedangkan pada penelitian yang dilakukan menggunakan program SPSS versi 25. • Teknik pengumpulan data dengan survei, sedangkan pada penelitian yang dilakukan kuesioner dan wawancara. • Teknik <i>sampling</i> menggunakan <i>Convenience Sampling</i>, sedangkan pada penelitian yang dilakukan <i>Cluster Sampling</i>.
6.	Liliana Ahas, (2018) Pengaruh Pendidikan, Pekerjaan, Pendapatan, Persepsi, Perilaku, dan Preferensi terhadap	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan persepsi dan preferensi sebagai variabel bebas. • Menggunakan alat analisis regresi linear berganda 	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan variabel bebas pendidikan, pekerjaan, pendapatan yang dapat digabung sebagai variabel potensi pada penelitian yang

	Minat Beli Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus BNI Syariah KC Ungaran)		dilakukan. <ul style="list-style-type: none"> • Variabel terikat menggunakan minat beli, sedangkan pada penelitian yang dilakukan sikap. • Objek penelitian nasabah, sedangkan pada penelitian yang dilakukan masyarakat.
7.	Arief Hidayatullah, T. Rifqy Thantawi (2017) Persepsi Masyarakat Kota Bogor Terhadap Skim Pembiayaan KPR Syariah	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel bebas menggunakan persepsi. • Pembahasan mengenai masyarakat. • Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>Purposive Sampling</i>. • Teknik analisis data statistika deskriptif 	<ul style="list-style-type: none"> • Membahas mengenai Skim Pembiayaan KPR Syariah, sedangkan pada penelitian yang dilakukan produk Pembiayaan Rumah di Bank Syariah. • Data primer hanya menggunakan metode kuesioner, sedangkan pada penelitian yang dilakukan kuesioner dan wawancara.

D. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir menurut Suriasumantri (1986) adalah keterangan atau uraian sementara perihal berbagai indikasi pada objek permasalahan yang ada. Kerangka berpikir yang baik adalah yang memiliki alur-alur pikiran logis dalam membangun dan mampu membuahkan kesimpulan berupa hipotesis, sehingga dapat meyakinkan sesama peneliti (Sugiyono, 2015: 92). Berdasarkan latar belakang, tinjauan teori, penelitian terdahulu serta sumber-sumber yang ada di atas, kemudian dapat dibuat kerangka pemikiran, seperti:

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran



E. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara mengenai rumusan masalah penelitian berdasarkan teori-teori relevan yang disajikan menggunakan kalimat pertanyaan maupun pernyataan. Perumusan hipotesis digunakan pada penelitian yang memiliki pendekatan kuantitatif. Hipotesis penelitian memiliki dua macam, yaitu hipotesis kerja yang merupakan hipotesis yang akan diuji (pernyataan yang berupa kalimat positif) dan hipotesis nol atau nihil yang merupakan lawan dari hipotesis kerja (pernyataan yang berupa kalimat negatif) (Sugiyono, 2015: 96-99).

Berdasarkan teori dan ketujuh penelitian terdahulu yang telah dijabarkan di atas, serta berdasarkan kerangka pemikiran yang ada, dapat disusun hipotesis guna mengetahui terdapat atau tidaknya pengaruh antara variabel potensi, persepsi dan preferensi dengan variabel sikap masyarakat, yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh Potensi terhadap Sikap

Penelitian terdahulu yang sejenis dengan penelitian ini, yaitu penelitian milik Umi Khoiriyah (2018) Pengaruh Potensi, Persepsi, dan Preferensi terhadap Sikap dalam Wakaf Uang menunjukkan bahwa potensi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap masyarakat

muslim Kota Semarang dalam Wakaf Uang. Menurut penjelasan tersebut, dapat disusun hipotesis yaitu:

H₀: Tidak terdapat pengaruh antara potensi terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

H₁: Terdapat pengaruh antara potensi terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

2. Pengaruh Persepsi terhadap Sikap

Penelitian terdahulu yang sejenis dengan penelitian ini yang memiliki hasil persepsi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap masyarakat untuk melakukan pembiayaan rumah syariah, yaitu penelitian milik Pandu Robby Arifandi (2018), Pengaruh Persepsi dan Preferensi Terhadap Sikap Masyarakat Kota Surabaya pada Pembiayaan Rumah Syariah. Menurut penjelasan tersebut, dapat disusun hipotesis yaitu:

H₀: Tidak terdapat pengaruh antara persepsi terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

H₂: Terdapat pengaruh antara persepsi terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

3. Pengaruh Preferensi terhadap Sikap

Penelitian yang sejenis dengan penelitian ini oleh peneliti terdahulu, yaitu milik Ellen Kurnia Sari Sholihah & Fatmah (2017), Pengaruh Potensi, Persepsi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Muslim Surabaya Terhadap Wakaf Uang Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening memiliki hasil preferensi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap masyarakat untuk melakukan wakaf uang. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat disusun hipotesis yaitu:

H₀: Tidak terdapat pengaruh antara preferensi terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

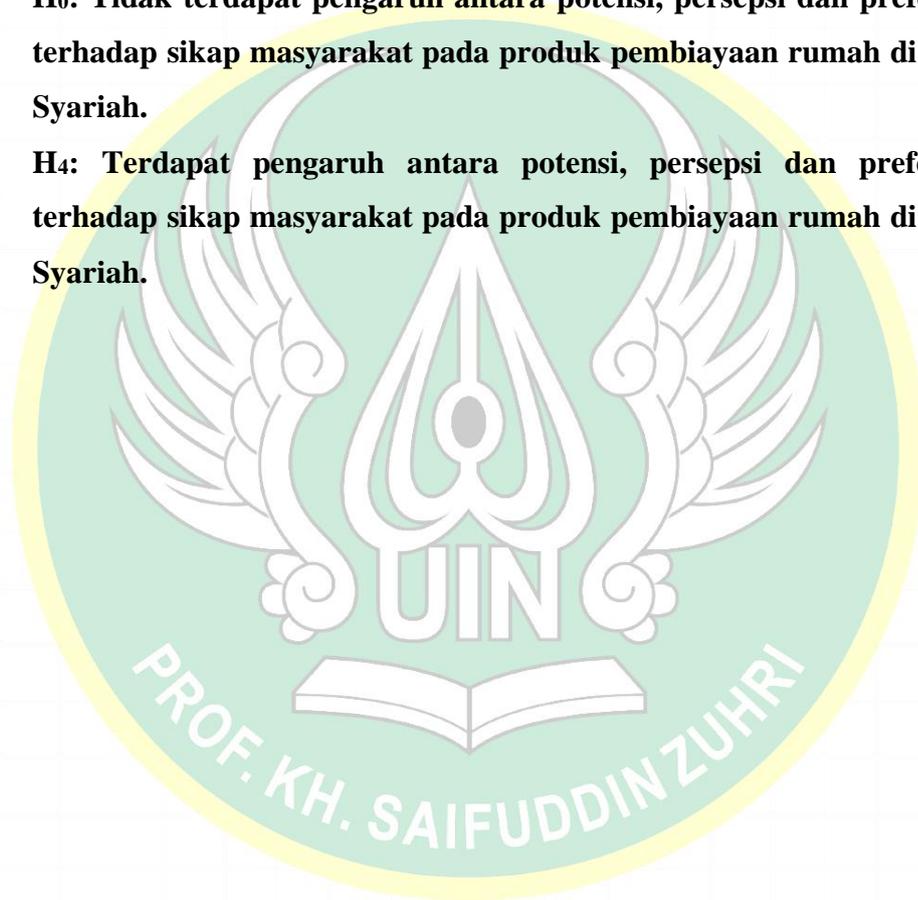
H₃: Terdapat pengaruh antara preferensi terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

4. Pengaruh Potensi, Persepsi dan Preferensi terhadap Sikap

Penelitian terdahulu yang sejenis dengan penelitian ini adalah penelitian milik Umi Khoiriyah (2018) Pengaruh Potensi, Persepsi, dan Preferensi terhadap Sikap dalam Wakaf Uang menunjukkan bahwa potensi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap sikap masyarakat muslim Kota Semarang dalam Wakaf Uang. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat disusun hipotesis yaitu:

H₀: Tidak terdapat pengaruh antara potensi, persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

H₄: Terdapat pengaruh antara potensi, persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan guna meneliti populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengambilan sampel yang kerap digunakan adalah secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data bersifat statistik yang bertujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2015, p. 14).

Tujuan dari metode penelitian kuantitatif adalah untuk menunjukkan hubungan antar variabel, menguji teori, mencari generalisasi yang mempunyai nilai prediktif. Berbeda dengan metode penelitian kualitatif yang tujuannya untuk menemukan pola hubungan yang bersifat interaktif, menemukan teori, menggambarkan realitas yang kompleks dan memperoleh pemahaman makna (Sugiyono, 2015, p. 23).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian di Kota Purwokerto, Kabupaten Banyumas tepatnya Kecamatan Purwokerto Selatan, Purwokerto Barat, Purwokerto Timur dan Purwokerto Utara. Waktu penelitian mulai pada 22 September sampai dengan 16 Desember tahun 2022.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu, kemudian ditetapkan dalam penelitian untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, melainkan mencakup seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki objek/subjek tersebut (Sugiyono, 2015: 117). Populasi pada penelitian ini

ialah seluruh masyarakat yang berada di Kota Purwokerto menurut data BPS di tahun 2019 dalam kelompok umur, yaitu umur 20-44 tahun sejumlah 95.317 responden (BPS, 2020), disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Data Penduduk Kota Purwokerto Menurut
Kelompok Umur tahun 2019

No.	Kelompok Umur	Laki-laki dan Perempuan
1.	20 – 24	25.552
2.	25 – 29	17.968
3.	30 – 34	17.758
4.	35 – 39	17.789
5.	40 – 49	16.250
	Jumlah	93.317

Sumber: Kecamatan Purwokerto Selatan, Barat, Timur, Utara Dalam Angka 2020

Sampel adalah sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang diteliti. Sampel yang diambil dan dipelajari, kesimpulannya harus mampu mewakili atau representatif populasi. Sedangkan teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2015: 118).

Pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah teknik *cluster sampling* atau sampel area atau daerah, yaitu teknik untuk menentukan sampel dimana objek yang akan diteliti cakupannya sangat luas, seperti penduduk suatu negara, provinsi atau kabupaten. Teknik *area sampling* atau sampel wilayah menggunakan dua tahap penyelesaian, tahap pertama menentukan sampel daerah lalu tahap kedua menentukan orang-orang atau individu yang berada di daerah tersebut secara *sampling* (Sugiyono, 2015: 121-122), sebagai berikut:

a) Tahap Penentuan Sampel Daerah.

Merupakan tahap penentuan sampel daerah dengan cara memilih secara random dan menurut karakteristik tertentu diantara 27 kluster

kecamatan, yang terpilih adalah Kecamatan Purwokerto Selatan, Purwokerto Barat, Purwokerto Timur, dan Purwokerto Utara.

b) Tahap Penentuan Sampel Individu

Berdasarkan sampel daerah yang terpilih, peneliti menentukan beberapa subjek atau individu dari keempat klaster tersebut yang berusia 20-44 tahun. Jumlah individu atas 4 klaster berbeda-beda atau heterogen, maka perlu mencari faktor pembanding antara individu di setiap klaster dengan jumlah seluruh populasi yang disebut *sample fraction* atau pecahan sampel untuk mendapatkan sampel individu di setiap klaster (Umar, 1996). Menentukan ukuran sampel daerah pada peneliti ini menggunakan formula atau rumus yang dikembangkan oleh Slovin (Sujarweni, 2021), dengan taraf kesalahan 10%, sebagai berikut:

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

Keterangan: n = Ukuran sampel
N = Populasi
e = Margin error

Maka:

$$n = \frac{95.317}{1 + (95.317 \times 10\%^2)}$$

$$n = \frac{95.317}{1 + (95.317 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{95.317}{954,17}$$

$$n = 99,89$$

$$n = 100$$

Jadi, jumlah sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini adalah 100 responden. Selanjutnya menetapkan sampel individu di setiap klaster, yaitu menghitung nilai *sample fraction*, dengan rumus sebagai berikut:

$$f_i = \frac{N_i}{N} = \frac{31.748}{95.317} = 0,33$$

$$N_i = f_i \times n = 0,33 \times 100 = 33$$

Jadi, jumlah sampel individu pada Kecamatan Purwokerto Selatan sebanyak 33 responden. Nilai dan jumlah sampel di setiap klaster disajikan dalam tabel, sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Data Penduduk per-Klaster Menurut Kelompok Umur
di Kota Purwokerto

Klaster (Kecamatan)	N_i	f_i	n_i
Purwokerto Selatan	31.748	0,33	33
Purwokerto Barat	20.525	0,21	21
Purwokerto Timur	21.499	0,23	23
Purwokerto Utara	21.545	0,23	23

Sumber: Kecamatan Purwokerto Selatan, Barat, Timur, Utara Dalam Angka 2020

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel menurut Kerlinger (1973) adalah konstruk atau sifat yang akan dipelajari. Sedangkan menurut Kidder (1981) variabel adalah sesuatu kualitas yang dapat dipelajari dan ditarik kesimpulannya oleh seorang peneliti.

- a. Variabel bebas (independen) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau munculnya variabel terikat (dependen). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah: (X1) Potensi, (X2) Persepsi dan (X3) Preferensi.
- b. Variabel terikat (dependen) dalam penelitian ini, yaitu (Y) Sikap Masyarakat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena terdapat variabel bebas (Sugiyono, 2015, p. 61).

Inti dari penyusunan penelitian adalah variabel-variabel penelitian yang telah dipilih untuk diteliti, kemudian variabel-variabel tersebut diberikan definisi operasionalnya dan ditentukan indikator yang akan diukur beserta skala pengukurannya. Dari indikator tersebut, kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Penetapan indikator penelitian pada setiap variabel memerlukan wawasan yang luas dan mendalam tentang variabel yang diteliti, beserta teori-teori yang mendukung, referensi dari buku

atau jurnal, hasil penelitian sebelumnya yang sejenis, dan konsultasi pada orang yang dianggap ahli (Sugiyono, 2015: 149-150). Disajikan dalam tabel, sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator Penelitian	Skala Ukur
Potensi (X1) (Schiffman & Kanuk, 2008) (Sholihah & Fatmah, 2017)	Potensi merupakan suatu kemampuan, kekuatan, kesanggupan atau daya yang mempunyai peluang untuk dapat dikembangkan.	<ul style="list-style-type: none"> • Usia • Pendidikan • Pekerjaan • Pendapatan 	Likert
Persepsi (X2) (Schiffman & Kanuk, 2008) (Bentarti, Haris, & Hidayatullah, 2021)	Persepsi adalah proses melakukan pengenalan, pemilihan, pengaturan dan penafsiran stimuli (masukan pancaindera) berdasarkan kebutuhan, nilai-nilai dan harapan, menjadi gambaran yang berarti mengenai lingkungan sekitarnya	<ul style="list-style-type: none"> • Pengalaman • Kebutuhan • Keinginan • Harapan • Sifat Stimuli 	Likert
Preferensi (X3) (Schiffman & Kanuk, 2008) (Bentarti, Haris, & Hidayatullah, 2021)	Preferensi ialah ketertarikan seseorang atau menyukai terhadap salah satu produk diantara produk lain yang ada melalui pencarian, pemrosesan dan menyikapi atas informasi-informasi yang diterima sebelumnya.	<ul style="list-style-type: none"> • Motivasi • Pengetahuan • Kebutuhan • Kepribadian 	Likert
Sikap (Y) (Schiffman & Kanuk, 2008) (Arifandi, 2018)	Sikap adalah kecenderungan yang dipelajari, dimana seseorang cenderung menyukai atau tidak menyukai akan suatu objek dan mempunyai motivasi yang mampu mengajak ataupun menyeret seseorang ke arah perilaku tertentu.	<ul style="list-style-type: none"> • Komponen Kognitif • Komponen Afektif • Komponen Konatif 	Likert

E. Sumber Data

Berbagai sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah, sebagai berikut:

a) Data Primer

Data primer yakni data yang dikumpulkan dan diperoleh peneliti secara langsung atau melalui data yang masih asli dan apa adanya (Tarjo, 2019). Data primer pada penelitian ini hasil dari kuesioner yang disebarkan kepada responden terkait potensi, persepsi dan preferensi. Selain itu, penulis melakukan wawancara dengan narasumber atau informan terkait pembiayaan rumah di Bank Syariah untuk memperkuat dan menambah data yang dibutuhkan, yaitu Pak Dani dan Pak Galih selaku *marketing* di BSI KC Purwokerto Karang Kobar. Iskandar (2008) mendefinisikan kuesioner, sebagai alat teknik pengumpulan data yang dilaksanakan melalui cara memberikan beberapa pertanyaan tertulis maupun lisan untuk para responden guna mendapatkan jawaban (Sujarweni, 2021).

b) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan tidak secara langsung atau sebelumnya telah dikumpulkan oleh pihak lain atau data yang telah melalui proses perhitungan (Tarjo, 2019). Data sekunder pada penelitian ini bersumber dari kajian pustaka, buku, jurnal-jurnal, artikel serta situs web resmi.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dari awal sampai akhir penelitian (Sugiyono, 2015). Teknik pengumpulan data merupakan hal yang penting dalam memengaruhi kualitas data hasil penelitian, serupa dengan instrumen penelitian. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara *interview* atau wawancara, kuesioner atau angket,

observasi atau pengamatan, serta dengan cara gabungan dari ketiga tersebut (Sugiyono, 2015: 193-194).

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner atau angket adalah salah satu teknik dalam pengumpulan data penelitian dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan secara tertulis untuk diberikan kepada responden yang telah bersedia menjawab. Kuesioner cocok digunakan bila jumlah responden cukup banyak dan tersebar di wilayah yang sangat luas. (Sugiyono, 2015: 199). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner, yaitu akan dibagikan kepada masyarakat Kota Purwokerto, Kabupaten Banyumas. Kuesioner disusun berdasarkan konsep, teori dan penelitian-penelitian terdahulu yang sudah ada kemudian disesuaikan akan situasi dan kondisi masyarakat.

Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert, yang memiliki fungsi dalam pengukuran sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang mengenai fenomena sosial. Skala likert menggunakan sistem skor untuk mengukur jawaban pada setiap item instrumen penelitian (Sugiyono, 2015: 134-135), sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Skala Likert

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
RG	Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan sebagai pendahuluan untuk menemukan berbagai permasalahan yang harus diteliti, kemudian untuk mengetahui hal-hal dari responden. Teknik

wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak terstruktur guna mengetahui gambaran permasalahan yang lebih lengkap, sehingga peneliti dapat menentukan secara pasti permasalahan atau variabel apa yang harus diteliti (Sugiyono, 2015: 194-198). Wawancara dilakukan dengan narasumber atau informan yaitu Pak Dani dan Pak Galih selaku *marketing* BSI KC Purwokerto Karang Kobar untuk memperkuat dan menambah data yang dibutuhkan.

G. Uji Instrumen Data

Instrumen penelitian merupakan alat untuk mengukur fenomena alam atau fenomena sosial yang diamati, dan fenomena tersebut merupakan variabel penelitian (Sugiyono, 2015: 148). Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Instrumen yang baik haruslah valid, dimana instrumen tersebut harus mempunyai validitas internal dan eksternal. Validitas internal itu sendiri memiliki kriteria yang terdapat pada instrumen secara rasional atau teoritis, sedangkan validitas eksternal memiliki kriteria berdasarkan fakta-fakta empiris yang telah ada. Sehingga dalam penyusunan instrumen harus memperhatikan teori dan fakta di lapangan agar memiliki hasil yang baik (Sugiyono, 2015: 174). Uji validitas digunakan untuk mengetahui pertanyaan-pertanyaan yang dianggap tidak relevan pada kuesioner perlu diubah atau dihilangkan. Uji validitas menggunakan rumus korelasi *Product Moment* guna melihat nilai koefisien korelasi skor per-item dengan skor total dari data yang telah terhitung. Uji validitas juga dapat dilakukan secara manual dengan dukungan perangkat lunak SPSS (Umar, 1996, p. 61).

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui instrumen yang ada pada kuesioner, bisa atau tidaknya digunakan lebih dari satu kali

contohnya digunakan pada responden yang sama. Apabila kuesioner pertama yang telah diisi seseorang itu hilang, maka kuesioner yang pertama harus sama dengan kuesioner yang kedua atau dianggap sama (Umar, 1996: 166-169). Penelitian dikatakan reliabel apabila hasil pengukuran konstan meskipun diuji berkali-kali dalam rentang waktu singkat maupun lama (Kusumastuti, Khoirin, & Achmadi, 2020: 88).

H. Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasikan data berdasarkan variabel dan seluruh jenis responden, menyajikan data variabel-variabel yang diteliti, menghitung jawaban dari rumusan masalah serta menghitung pengujian hipotesis yang telah diajukan. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear. Menurut Ghazali (2005) alat analisis yang bertujuan untuk melihat pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat melalui skala pengukuran atau rasio dalam suatu persamaan linier yang diolah menggunakan perangkat lunak SPSS (Sujarweni, 2021), yang artinya dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh potensi, persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

1. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik diperlukan guna menguji asumsi-asumsi di dalam penelitian bermodel regresi. Model penelitian regresi harus terhindar dari asumsi klasik, yang diantaranya: normalitas, multikolinearitas, heteroskedostisitas, dan autokorelasi (Arifandi, 2018).

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan guna menguji terdapat atau tidaknya distribusi normal di dalam variabel terikat dan variabel bebas. Model regresi dikatakan baik apabila berdistribusi normal atau mendekati normal, yang dapat diketahui melalui grafik.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan uji pada model regresi yang bertujuan untuk menemukan adanya korelasi di antara variabel independen atau variabel bebas. Apabila timbul korelasi, maka terdapat masalah atau biasa disebut kolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan guna mengetahui ada atau tidak kesamaan varians dan residual masing-masing pengamatan. Model regresi yang baik tidak terjadi heterokedastisitas, yaitu varians dan residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap atau disebut homoskedastisitas (Umar, 1996: 177-181). Jika terjadi gejala heterokedastisitas, maka persamaan yang dihasilkan bukanlah persamaan yang bersifat BLUE (*Best Linear Unbias Estimator*). Untuk menguji ada atau tidaknya masalah heterokedastisitas, dapat menggunakan metode grafik (Yudiatmaja, 2013: 82).

2. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis yang dilakukan terhadap satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas, dengan tujuan menyatakan bahwa data yang diperoleh dari persamaan regresi adalah data prediksi (Yudiatmaja, 2013: 15). Berikut persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dimana:	Y	= Variabel Sikap
	a	= Nilai Konstanta
	X_1	= Variabel Potensi
	X_2	= Variabel Persepsi
	X_3	= Variabel Preferensi
	b_1	= Koefisien Potensi
	b_2	= Koefisien Persepsi
	b_3	= Koefisien Preferensi

I. Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Ghozali (2005) mengemukakan uji t dilakukan guna memahami, sampai mana pengaruh satu variabel bebas atau variabel penjelas secara individual terhadap variabel terikat.

- Jika nilai signifikansi lebih kecil ($<$) dari 0,05 maka secara parsial variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
- Jika nilai signifikansi lebih besar ($>$) dari 0,05 maka secara parsial variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat (Sujarweni, 2021).

2. Uji F (Simultan)

Uji simultan dilakukan guna menguji apakah terdapat atau tidak pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Dalam penelitian ini yaitu untuk melihat apakah variabel bebas yaitu potensi (X_1), persepsi (X_2), preferensi (X_3) bersama-sama memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel terikat yaitu sikap masyarakat.

- Jika $\text{sig} > \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak atau variabel bebas dari model regresi linier tidak bisa menjelaskan variabel terikat.
- Jika $\text{sig} < \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau variabel bebas dari model regresi linier dapat menjelaskan variabel terikat (Sujarweni, 2021).

3. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi atau *Goodness of fit* merupakan analisis yang bertujuan guna menghitung besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Ghozali (2005) menyatakan bahwa semakin besar nilai R^2 maka semakin besar pula proporsi dari total variasi variabel terikat yang mampu diuraikan oleh variabel bebas (Sujarweni, 2021). Uji determinasi dapat dilihat melalui kategori menurut Guilford, sebagai berikut:

Tabel 3. 5
Kategori Uji Determinasi

Rumus	Kategori
$64\% \leq KD$	Pengaruh Tinggi Sekali
$32\% \leq KD < 64\%$	Pengaruh Tinggi
$16\% \leq KD < 32\%$	Pengaruh Sedang
$4\% \leq KD < 16\%$	Pengaruh Rendah
$0\% \leq KD < 4\%$	Pengaruh Rendah Sekali



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Kota Purwokerto

e. Sejarah Kota Purwokerto

Awal abad ke-20, para penduduk kota di Pulau Jawa sedang memuncak dengan peningkatan di setiap kota hingga 10-20 kali lipat. Hal tersebut mengakibatkan permasalahan pada tata ruang, sehingga kolonial Belanda sibuk mengenai pembangunan kota-kota di Jawa terutama Kota Semarang di tahun 1914, yang tengah mengalami penambahan penduduk hampir seratus persen. Pada masa Hindia Belanda tepatnya tahun 1942, terjadi pembangunan beberapa pabrik gula di sekitar kota Purwokerto seperti Pabrik Gula Kalibagor, Purwokerto dan Kalirejo. Sepanjang sejarah, Kota Purwokerto tidak memiliki aktivitas industri dalam skala besar, melainkan hanya didominasi oleh industri-industri tradisional. Begitu pula pada aktivitas perdagangan yang belum dapat melakukan penyimpanan komoditas hingga beribu kubik. Awal tahun 2000 penduduk Kota Purwokerto memiliki jumlah mahasiswa yang melimpah, serta pemenuhan kebutuhan hidup penduduk terbilang berkecukupan dengan bekerja sebagai pegawai negeri atau pegawai BUMN. Hal tersebut menjadikan Kota Purwokerto disebut sebagai Kota Pegawai dan Kota Pelajar. (Wikipedia, 2022).

Kota Purwokerto dijuluki sebagai Kota Satria yang memiliki akronim Sejahtera, Adil, Tertib, Rapi, Indah, dan Aman. Julukan tersebut diberikan pada tahun 1980-an di masa pemerintahan Bupati Djoko Sudantoko sesuai surat keputusan bupati Banyumas nomor 130/1207/1988. Alasan lain diusungnya julukan tersebut karena Banyumas telah melahirkan banyak tokoh pahlawan yang memiliki

jiwa kesatria upaya membangun dan memerdekakan Indonesia (Saputra, 2022).

Sementara itu Kabupaten Banyumas terbentuk di tahun 1582, yaitu pada hari Jumat Kliwon tanggal 6 April. Pendiri utamanya bernama Raden Joko Kahiman yang selanjutnya beralih sebagai Bupati Banyumas yang pertama. Raden Joko Kahiman adalah Satria yang berbudi luhur dan teladan yang baik bagi masyarakat Banyumas, oleh karena itu selaras dengan motto serta etos kerja Kabupaten Banyumas yaitu SATHIA. Purwokerto merupakan ibukota Banyumas. Purwokerto dianggap sebagai Kota Pelajar kedua setelah Jogjakarta, karena di Banyumas khususnya Purwokerto terdapat banyak Sekolah Menengah Pertama, SMA dan Universitas. Purwokerto tergolong kota tua yang banyak menyisakan peninggalan sejarah, salah satunya Museum Bank Rakyat Indonesia yang merupakan cikal bakal berdirinya Bank BRI yaitu di Purwokerto pada tahun 1895. Purwokerto juga memiliki alun-alun dan Masjid Raya Baitussalam di sebelah barat yang dahulu tahun 80-an arah barat dari alun-alun masih berupa lahan persawahan yang luas, namun sekarang sudah menjadi Kawasan pemukiman dan pertokoan yang maju (Pernama, 2018: 10-42).

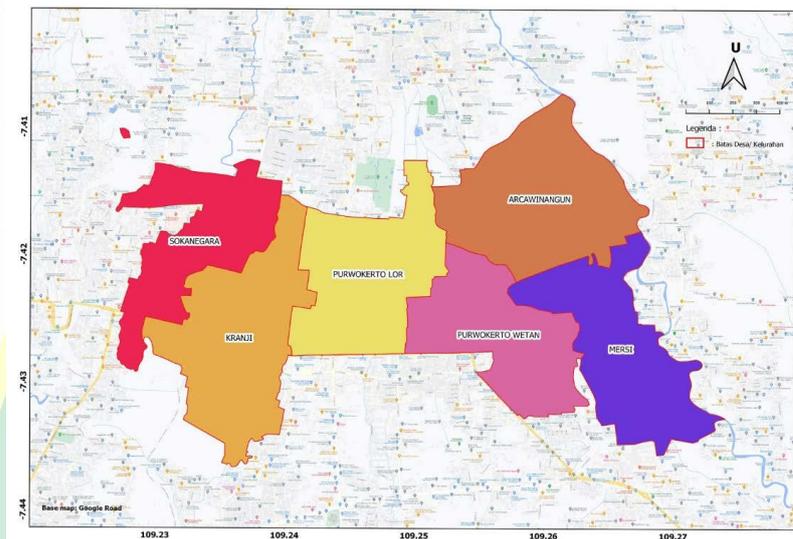
f. Profil Kota Purwokerto

Letak geografi Kota Purwokerto terdiri dari Luas Kecamatan Purwokerto Utara 9,01 km dengan Ibukota Kecamatan Bancarkembar, Purwokerto Timur 8,42 km Ibukota Purwokerto Wetan, Purwokerto Barat 7,40 km Ibukota Rejasari dan Purwokerto Selatan 13,75 km Ibukota Karangklesem. Jarak Ibukota Kabupaten Purwokerto Utara 2,20 km, Purwokerto Timur 3,10 km, Purwokerto Barat 2,20 dan Purwokerto Selatan 5,00. Pada sisi pemerintahan, Kecamatan Purwokerto Utara memiliki jumlah 7 kelurahan/desa, Purwokerto Timur memiliki 6 kelurahan/desa, Purwokerto Barat memiliki 7 kelurahan/desa dan Purwokerto Selatan memiliki 7 kelurahan/desa. Pada sisi kependudukan, penduduk Kota Purwokerto pada tahun 2020

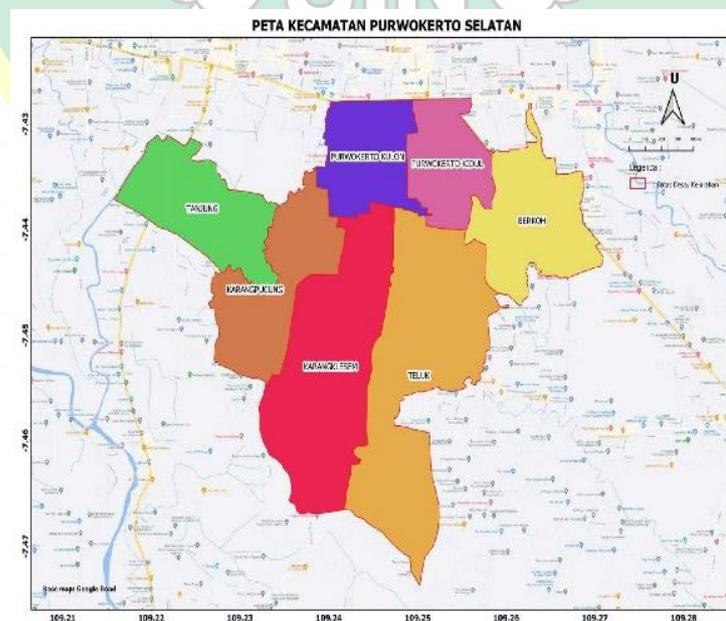
berjumlah 49,788 di Purwokerto Utara, 54,815 di Purwokerto Timur, 53,024 di Purwokerto Barat dan 72,608 di Purwokerto Selatan (BPS Kabupaten Banyumas, 2022).

g. Peta Kota Purwokerto

Gambar 4.1
Peta Kecamatan Purwokerto Timur



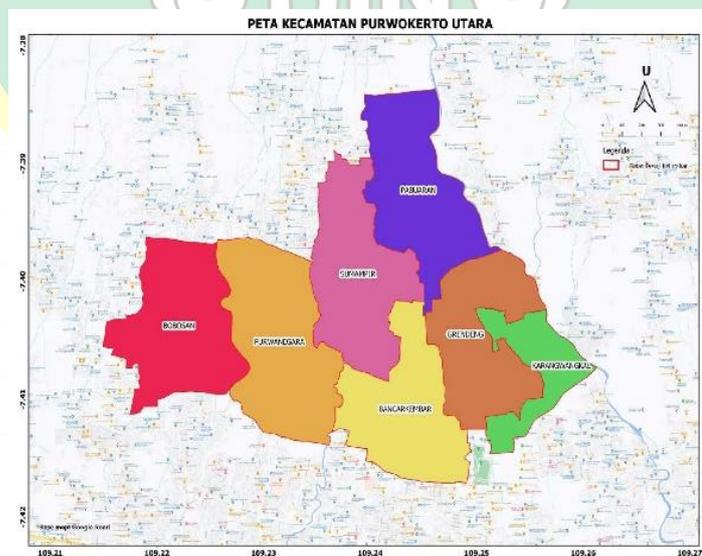
Gambar 4.2
Peta Kecamatan Purwokerto Selatan



Gambar 4.3
Peta Kecamatan Purwokerto Barat



Gambar 4.4
Peta Kecamatan Purwokerto Utara



Sumber: BPS, 2022

h. Visi dan Misi Kabupaten Banyumas

Visi

Menjadikan Banyumas yang Maju, Adil-Makmur dan Mandiri

Misi

- Mewujudkan Banyumas sebagai barometer pelayanan publik dengan membangun sistem integritas birokrasi yang profesional, bersih, partisipatif, inovatif dan bermartabat;
- Meningkatkan kualitas hidup warga melalui pemenuhan kebutuhan dan layanan dasar pendidikan dan kesehatan;
- Meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan daya saing daerah berkualitas, berkeadilan dan berkelanjutan;
- Mewujudkan Banyumas sebagai Kabupaten Pelopor Kedaulatan pangan;
- Menciptakan iklim investasi yang berorientasi perluasan kesempatan kerja yang berbasis potensi lokal dan ramah lingkungan;
- Meningkatkan kualitas dan kuantitas infrastruktur dasar yang merata dan memadai sebagai daya ungkit pembangunan;
- Mewujudkan kemandirian ekonomi dengan menggerakkan industri kerakyatan, Pariwisata dan industri kreatif berbasis sumber daya lokal;
- Mewujudkan tatanan masyarakat yang berbudaya serta berkepribadian dengan menjunjung tinggi nilai nasionalisme dan religius (Banyumaskab.co.id, 2022).

B. Karakteristik Responden

Jumlah populasi di Kota Purwokerto berjumlah 93,317, untuk mendukung penelitian pada skripsi ini, peneliti mengambil 100 responden untuk dijadikan sebagai sampel penelitian yang mencakup wilayah masyarakat Kota Purwokerto yaitu pada Kecamatan Purwokerto Selatan, Purwokerto Barat, Purwokerto Timur dan Purwokerto Utara.

1. Karakteristik Responden Menurut Umur

Karakteristik responden pada penelitian menurut umur terbagi berdasarkan lima kelompok umur, yaitu 20-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun, 35-39 tahun dan 40-44 tahun, disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Menurut Umur

No	Umur	Jumlah	Presentase
1	20 - 24	69	69%
2	25 - 29	16	16%
3	30 - 34	7	7%
4	35 - 39	5	5%
5	40 - 44	3	3%
	Jumlah	100	100%

Sumber: data primer telah diolah

Data tabel 4.1 lantas dideskripsikan, bahwasanya jumlah keseluruhan responden yang terbagi menjadi lima kategori kelompok umur tersebut, yang terbanyak adalah kelompok umur 20-24 tahun berjumlah 69 responden dan presentase sebesar 69%. Kemudian jumlah terbanyak pada urutan kedua kelompok umur 25-29 tahun berjumlah 16 responden dengan presentase 16%, lalu urutan ketiga pada kelompok umur 30-34 tahun berjumlah 7 responden dan presentase 7%, berikutnya kelompok umur 35-39 tahun berjumlah 5 responden dengan presentase 5% dan yang terakhir kelompok umur 40-44 tahun dengan jumlah 3 responden dan presentase sebesar 3%. Dengan demikian, dapat diberi kesimpulan bahwa sebagian besar masyarakat berada di kelompok usia 20-24 tahun.

2. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Karakteristik responden menurut jenis kelamin dapat dikelompokkan, sebagai berikut:

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki - laki	39	39%
2	Perempuan	61	61%
	Jumlah	100	100%

Sumber: data primer telah diolah

Data tabel 4.2 lantas dideskripsikan, bahwasanya jumlah dari keseluruhan responden dengan jenis kelamin laki-laki yaitu 39 responden dengan presentase sebesar 39%, sedangkan jumlah responden yang memiliki jenis kelamin perempuan adalah 61 responden dengan presentase sebesar 61%. Oleh sebab itu, disimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat adalah jenis kelamin perempuan.

3. Karakteristik Reponden Menurut Pendidikan

Karakteristik responden menurut pendidikan terakhir yang dapat dikelompokkan, sebagai berikut:

Tabel 4. 3
Karakteristik Reponden Menurut Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Presentase
1	SD	0	0%
2	SMP	2	2%
3	SMA	47	47%
4	Diploma	12	12%
5	Sarjana	39	39%
	Jumlah	100	100%

Sumber: data primer telah diolah

Data tabel 4.3 lantas dideskripsikan, bahwasanya dari jumlah keseluruhan responden yang terbagi dalam lima kategori pendidikan terakhir, jumlah yang terbanyak adalah pendidikan SMA dengan 47 responden dan presentase sebesar 47%. Urutan kedua yaitu pendidikan terakhir Sarjana berjumlah 39 responden dengan presentase sebesar 39%,

kemudian ketiga adalah Diploma dengan jumlah 12 responden dan presentase sebesar 12%. Urutan berikutnya pendidikan SMP berjumlah 2 responden dengan presentase sebesar 2%, sementara itu pada pendidikan SD tidak ada yang berarti presentasinya 0%. Dengan ini dapat disimpulkan, bahwa sebagian besar masyarakat memiliki pendidikan terakhir SMA.

4. Karakteristik Reponden Menurut Pekerjaan

Karakteristik responden menurut pekerjaan dapat dikategorikan, sebagai berikut:

Tabel 4. 4
Karakteristik Reponden Menurut Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Buruh	24	24%
2	Wiraswasta	37	37%
3	Wirausaha	18	18%
4	Pegawai BUMN	12	12%
5	Pegawai Negeri	9	9%
	Jumlah	100	100%

Sumber: data primer telah diolah

Data tabel 4.4 lantas dideskripsikan, bahwasanya jumlah keseluruhan dari responden yang terbagi menjadi lima kategori pekerjaan, jumlah yang terbanyak adalah pekerjaan wiraswasta yaitu 37 responden dan presentase sebesar 37%. Jumlah kedua terbanyak adalah buruh yaitu 24 responden dengan presentase sebesar 24%, kemudian ketiga wirausaha dengan jumlah 18 responden dan presentase sebesar 18%, keempat pegawai BUMN yaitu 12 responden dan presentase sebesar 12% dan terakhir pegawai negeri dengan jumlah 9 responden yang presentasinya 9%. Dengan ini dapat disimpulkan, bahwa sebagian besar masyarakat memiliki pekerjaan wiraswasta.

5. Karakteristik Reponden Menurut Pendapatan

Karakteristik responden menurut pendapatan yang dikelompokkan, sebagai berikut:

Tabel 4. 5
Karakteristik Reponden Menurut Pendapatan

No	Pendapatan	Jumlah	Presentase
1	1.000.000 – 1.999.999	44	44%
2	2.000.000 – 2.999.999	22	22%
3	3.000.000 – 3.999.999	12	12%
4	4.000.000 – 4.999.999	8	8%
5	≥ 5.000.000	14	14%
	Jumlah	100	100%

Sumber: data primer telah diolah

Data tabel 4.5 lantas dideskripsikan, bahwasanya jumlah keseluruhan dari responden yang terbagi menjadi lima kategori pendapatan, jumlah yang terbanyak adalah pendapatan 1.000.000 – 2.999.999 presentase 44%. Kemudian disusul urutan kedua pendapatan 2.000.000 – 2.999.999 dengan presentase 22%, ketiga pendapatan ≥ 5.000.000 dengan presentase 14%, keempat 3.000.000 – 3.999.999 dengan presentase 8% dan terakhir pendapatan 4.000.000 – 4.999.999 dengan presentase 8% yang jumlah responden pada setiap kategori sama dengan besaran presentasinya. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat memiliki pendapatan 1.000.000 – 1.999.999.

C. Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Hasil penelitian dinyatakan valid bila adanya kemiripan pada data yang telah terkumpul dan data yang sebenarnya terjadi pada objek yang diteliti. Untuk menguji keseluruhan butir pada instrumen di setiap variabel, dapat dilakukan dengan menggunakan *t-test*, yaitu mencari daya pembeda skor di setiap item. Perbedaan skor tersebut dikatakan signifikan dan apabila hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga instrumen penelitian dikatakan valid (Sugiyono, 2015: 179-182). Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus $df = n - 2$. Nilai r_{tabel} dari hasil

perhitungan $df = 100 - 2 = 98$ adalah 0,1654 dengan $\alpha = 0,1$. Berikut hasil dari uji validitas pada variabel:

Tabel 4. 6
Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Potensi (X1)	X1.1	0,489	0,1654	Valid
	X1.2	0,507	0,1654	Valid
	X1.3	0,575	0,1654	Valid
	X1.4	0,739	0,1654	Valid
	X1.5	0,677	0,1654	Valid
	X1.6	0,625	0,1654	Valid
	X1.7	0,575	0,1654	Valid
Persepsi (X2)	X2.1	0,642	0,1654	Valid
	X2.2	0,640	0,1654	Valid
	X2.3	0,759	0,1654	Valid
	X2.4	0,791	0,1654	Valid
	X2.5	0,710	0,1654	Valid
	X2.6	0,625	0,1654	Valid
	X2.7	0,422	0,1654	Valid
	X2.8	0,521	0,1654	Valid
	X2.9	0,607	0,1654	Valid
Preferensi (X3)	X3.3	0,672	0,1654	Valid
	X3.2	0,675	0,1654	Valid
	X3.3	0,630	0,1654	Valid
	X3.4	0,561	0,1654	Valid
	X3.5	0,518	0,1654	Valid
	X3.6	0,557	0,1654	Valid
	X3.7	0,412	0,1654	Valid
	X3.8	0,698	0,1654	Valid
	X3.9	0,633	0,1654	Valid
Sikap (Y)	Y.1	0,669	0,1654	Valid
	Y.2	0,803	0,1654	Valid
	Y.3	0,856	0,1654	Valid
	Y.4	0,866	0,1654	Valid
	Y.5	0,771	0,1654	Valid
	Y.6	0,835	0,1654	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data melalui SPSS versi 25

Tabel di atas menunjukkan hasil uji validitas pada masing-masing item pernyataan, yaitu variabel potensi (X1) berjumlah 7

pernyataan, variabel persepsi (X2) berjumlah 9 pernyataan, variabel preferensi (X3) berjumlah 9 pernyataan dan variabel sikap berjumlah 6 pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar daripada r_{tabel} ($r_{hitung} > 0,1654$). Maka dari itu, kesimpulannya adalah semua item pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid dan layak untuk diikutsertakan pada analisis berikutnya.

b. Uji Reliabilitas

Koefisien *alpha* dikembangkan oleh *Cronbach* pada 1951 kerap digunakan untuk mengukur reliabilitas pada skala Likert. *Cronbach Alpha* berada di nilai 0-1, dimana jika nilai mengarah ke angka 1 maka tingkat konsisten skor kian tinggi. Jika jumlahnya melebihi 0,60 sehingga dinyatakan reliabel (Suryani & Hendryadi, 2015: 144). Hasil dari uji reliabilitas variabel penelitian, sebagai berikut:

Tabel 4. 7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Potensi (X1)	0,467	> 0,60	Reliabel
Persepsi (X2)	0,814	> 0,60	Reliabel
Preferensi (X3)	0,757	> 0,60	Reliabel
Sikap (Y)	0,887	> 0,60	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data melalui SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa variabel potensi, persepsi, preferensi dan sikap memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,60 atau lebih dari 0,60 kemudian kesimpulannya adalah seluruh item pernyataan dikatakan reliabel dan layak untuk diteruskan uji hipotesis.

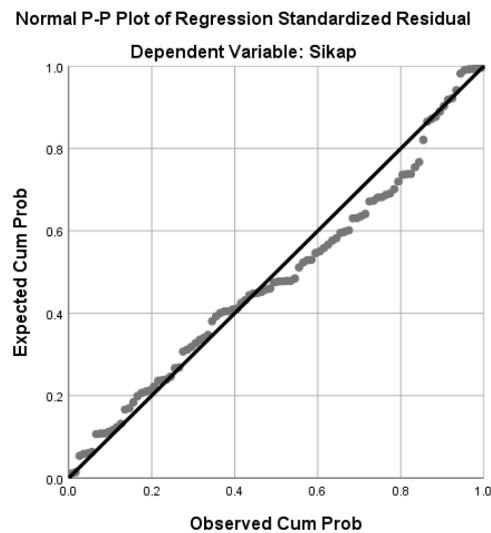
2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dapat dilihat melalui grafik Normal P - Plot. Uji ini digunakan pada macam peneliti statistik parametis. Hasil pengujian normalitas harus memenuhi syarat agar data setiap variabel

yang akan dianalisis data dikatakan berdistribusi normal (Sugiyono, 2015: 241).

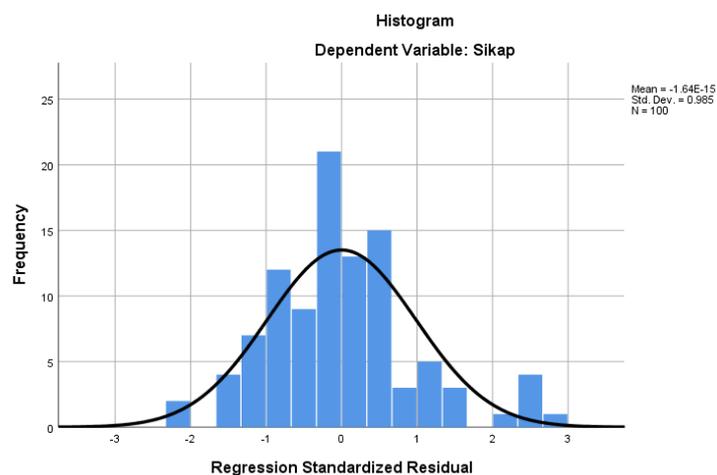
Gambar 4. 5
Uji P- Plot



Sumber: Hasil pengolahan data melalui SPSS versi 25

Berdasarkan gambar 4.5 dapat dilihat dimana titik-titik membentuk diagonal dan berada disekitar garis diagonal atau mendekati garis lurus 45° . Hal tersebut menunjukkan data berdistribusi normal.

Gambar 4. 6
Grafik Histogram



Sumber: Hasil pengolahan data melalui SPSS versi 25

Pada gambar menunjukkan bahwa grafik histogram mengikuti garis diagonal meskipun terdapat data yang berada di luar garis. Penyebaran data menyerupai lonceng terbalik, sehingga grafik ini menunjukkan data yang terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui terjadi atau tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi ini dapat diketahui melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), yaitu bila nilai $VIF \leq 10$ dinyatakan terjadi multikolinieritas. Nilai VIF diukur menggunakan rumus $1/(1-R^2)$, dimana unsur $(1-R^2)$ atau *Collinierity Tolerance* atau biasa disebut TOL dinyatakan mengalami multikolinieritas apabila memiliki nilai TOL di bawah 0,1 (Yudiatmaja, 2013: 78).

Tabel 4. 8
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-1.407	2.660		-.529	.598		
	Potensi	.084	.072	.077	1.172	.244	.942	1.061
	Persepsi	.205	.061	.285	3.355	.001	.559	1.788
	Preferensi	.462	.069	.569	6.700	.000	.559	1.789

a. Dependent Variable: Sikap

Sumber: Hasil pengolahan data melalui SPSS versi 25

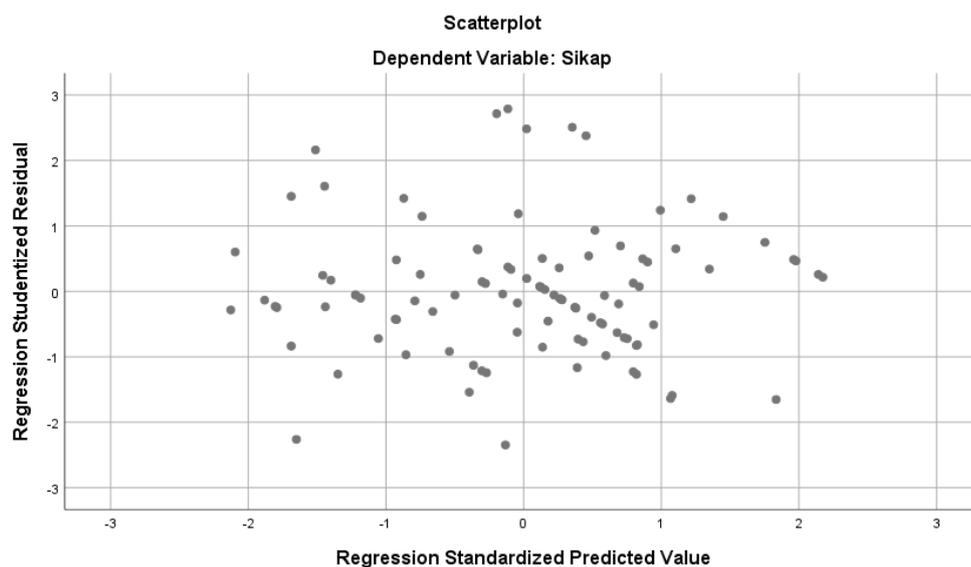
Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa masing-masing variabel mempunyai nilai toleransi lebih dari 0,10 atau $TOL > 0,1$ dimana variabel potensi memiliki nilai TOL sebesar 0,942, kemudian variabel persepsi dan preferensi sama-sama memiliki nilai TOL 0,559. Sedangkan nilai VIF masing-masing variabel nilainya lebih kecil dari 10 atau $VIF < 10$, yaitu pada variabel potensi memiliki nilai VIF sebesar 1,061, variabel persepsi sebesar 1,788 dan variabel preferensi

sebesar 1,789. Oleh karena nilai TOL > 0,10 dan nilai VIF < 10 pada semua variabel, sehingga kesimpulannya adalah penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas dalam regresinya.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dapat dilihat melalui grafik *Scatteplot*, yaitu bila tidak terdapat satu titik yang nilai residualnya menyimpang jauh atau tidak berada di rentang jauh dari titik lainnya maka dapat dikatakan nilai simpangan residual tidak menunjukkan peningkatan pada setiap kenaikan nilai *Standardized Predicted Value*. Hal ini membuktikan data penelitian tidak terjadi heterokedastisitas (Trihendradi, 2007: 25).

Gambar 4. 7
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil pengolahan data melalui SPSS versi 25

Berdasarkan gambar di atas memberikan gambaran dimana pola tampak jelas serta titik-titik memencar di atas ataupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Tidak terdapat titik yang nilai residualnya menyimpang jauh. Maka dari itu terbukti tidak terjadinya heteroskedastisitas dalam

model regresi, sehingga model ini memberikan sebuah data yang layak dan dapat dipakai.

3. Analisis Data

a. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis ini bertujuan guna mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu potensi (X_1), persepsi (X_2) dan preferensi (X_3) terhadap variabel terikat (Y) yaitu sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

Tabel 4.9
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.407	2.660		-.529	.598
	Potensi	.084	.072	.077	1.172	.244
	Persepsi	.205	.061	.285	3.355	.001
	Preferensi	.462	.069	.569	6.700	.000

a. Dependent Variable: Sikap

Sumber: Hasil pengolahan data melalui SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 4.9 pada kolom *Unstandardized Coefficients*, dapat diketahui persamaan regresi linear berganda antara variabel potensi, persepsi dan preferensi dalam sikap, sebagai berikut:

$$Y = -1.407 + 0,084X_1 + 0,205X_2 + 0,462X_3$$

Dari persamaan linear tersebut, dapat dijelaskan yaknit:

- 1) Persamaan regresi $Y = -1.407 + 0,084 X_1 + 0,205 X_2 + 0,462 X_3$ menyatakan bahwa nilai bilangan konstanta bernilai negatif yang artinya apabila variabel potensi, persepsi dan preferensi bernilai nol (0) maka prediksi pada variabel sikap menunjukkan nilai sebesar -1.407 .

- 2) Koefisien regresi X_1 variabel bebas (potensi) dalam taksiran linear berganda bisa disimpulkan dengan jumlah 0,084 yang berarti menunjukkan setiap ada peningkatan potensi yang memiliki nilai 1 satuan, maka sikap akan mengalami peningkatan pula sebesar 0,084. Potensi dan sikap terjadi hubungan positif atau hubungan yang searah. Nilai regresi pada variabel potensi adalah yang paling rendah di antara ketiga variabel bebas yang ada.
- 3) Koefisien regresi X_2 variabel bebas (persepsi) dalam taksiran linear berganda bisa disimpulkan dengan jumlah 0,205 yang berarti menunjukkan setiap ada peningkatan persepsi yang memiliki nilai 1 satuan, maka sikap akan mengalami peningkatan pula sebesar 0,205. Persepsi dan sikap terjadi hubungan positif atau hubungan yang searah. Selisih nilai regresi X_1 potensi dengan X_2 persepsi adalah 0,121.
- 4) Koefisien regresi X_3 variabel bebas (preferensi) dalam taksiran linear berganda bisa disimpulkan dengan jumlah 0,462 yang berarti menunjukkan setiap ada peningkatan persepsi yang memiliki nilai 1 satuan, maka akan mengalami peningkatan pula sebesar 0,462. Preferensi dan sikap terjadi hubungan positif atau hubungan yang searah. Selisih nilai regresi X_2 persepsi dengan X_3 preferensi adalah 0,257. Nilai regresi pada variabel preferensi adalah yang paling tinggi di antara ketiga variabel bebas yang ada.

2. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Menentukan nilai t_{tabel} yang diketahui berdasarkan tabel *t-student*, dimana pengujian dilakukan pada dua sisi sehingga nilai α dibagi 2 (Siregar, 2017: 231), berikut rumusnya:

$$\begin{aligned}
 t_{\text{tabel}} &= \alpha/2, (n-m-1) \\
 &= 0,1/2, (100-3-1) \\
 &= 0,05, 96 \\
 &= 1,986
 \end{aligned}$$

Dimana: $\alpha = (0,05)$
 $m = (3)$ banyaknya variabel bebas
 $n = (100)$ jumlah sampel

Tabel 4. 10
Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.407	2.660		-.529	.598
	Potensi	.084	.072	.077	1.172	.244
	Persepsi	.205	.061	.285	3.355	.001
	Preferensi	.462	.069	.569	6.700	.000

a. Dependent Variable: Sikap

Sumber: Hasil pengolahan data melalui SPSS versi 25

1) Variabel X_1 (potensi)

a) Perumusan hipotesis

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara potensi terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

H_1 : Terdapat pengaruh antara potensi terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

b) Pengambilan keputusan menggunakan dua cara:

Cara 1: Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya.

Cara 2: Apabila $Sig > 0,05$ maka H_0 diterima dan sebaliknya.

Menurut hasil uji t yang telah dilakukan, diketahui bahwa pada variabel potensi memiliki t_{hitung} sebesar 1,172 dengan nilai signifikansi sebesar 0,244. Oleh karena itu $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,172 < 1,986$) serta ($0,244 > 0,05$) disimpulkan H_0 diterima, yang berarti bahwa potensi tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

2) Variabel X_2 (persepsi)

a) Perumusan hipotesis

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara persepsi terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

H_2 : Terdapat pengaruh antara persepsi terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

b) Pengambilan keputusan menggunakan dua cara:

Cara 1: Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya.

Cara 2: Apabila $Sig > 0,05$ maka H_0 diterima dan sebaliknya.

Menurut hasil uji t yang telah dilakukan, diketahui bahwa pada variabel persepsi memiliki t_{hitung} sebesar 3,355 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Oleh karena itu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,355 > 1,986$) serta ($0,001 < 0,05$) disimpulkan H_0 ditolak, yang berarti bahwa persepsi berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

3) Variabel X_3 (preferensi)

a) Perumusan hipotesis

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara preferensi terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

H_3 : Terdapat pengaruh antara preferensi terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

b) Pengambilan keputusan menggunakan dua cara:

Cara 1: Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan sebaliknya.

Cara 2: Apabila $Sig > 0,05$ maka H_0 diterima dan sebaliknya.

Menurut hasil uji t yang telah dilakukan, diketahui bahwa pada variabel preferensi memiliki t_{hitung} sebesar 6,700 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena itu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,700 > 1,986$) serta ($0,000 < 0,05$) disimpulkan H_0 ditolak, yang berarti bahwa preferensi berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap sikap masyarakat pada produk

pembiayaan rumah di Bank Syariah. Kemudian dapat dilihat bahwa variabel bebas yang memiliki nilai *Beta* paling besar atau paling dominan serta berpengaruh adalah variabel preferensi, yaitu dengan nilai 0,569.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F (Uji Simultaan) ini digunakan untuk melihat apakah variabel bebas potensi (X_1), persepsi (X_2), preferensi (X_3) secara simultan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel terikat sikap (Y). Menentukan nilai F dapat dicari menggunakan tabel F (Siregar, 2017: 235), dimana pengujian dilakukan menggunakan rumus berikut:

$$\begin{aligned} F_{\text{tabel}} &= (dka; dkb) \\ &= (3; 97) \\ &= 2,698 \end{aligned}$$

Dimana: $m = 3$ (banyaknya variabel)
 $n = 100$ (jumlah sampel)
 $\alpha = 0,05$
 $dka = m$ (pembilang)
 $dkb = n - m$ (penyebut)

Tabel 4. 11
Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	761.469	3	253.823	50.815	.000 ^b
	Residual	479.521	96	4.995		
	Total	1240.990	99			
a. Dependent Variable: Sikap						
b. Predictors: (Constant), Preferensi, Potensi, Persepsi						

Sumber: Hasil pengolahan data melalui SPSS versi 25

a) Perumusan hipotesis

H_0 : potensi, persepsi dan preferensi tidak berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

H_4 : potensi, persepsi dan preferensi berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

b) Pengambilan keputusan menggunakan dua cara:

Cara 1: jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima, maka begitu juga sebaliknya

Cara 2: jika $Sig > 0,05$ maka H_0 diterima, maka begitu juga sebaliknya.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($50,815 > 2,70$) dengan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) sehingga kesimpulannya H_0 ditolak, yang berarti bahwa semua variabel bebas yaitu potensi, persepsi dan preferensi berpengaruh positif signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

c. Uji Koefisien Determinasi

Uji determinasi dapat dilakukan dengan menggunakan tabel model *summary*, dimana melihat nilai pada kolom *R Square* yang hasilnya tersebut menunjukkan berapa persen variabel terikat dapat dijelaskan oleh model (Trihendradi, 2007: 23)

Tabel 4. 12
Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.614	.602	2.235
a. Predictors: (Constant), Preferensi, Potensi, Persepsi				

Sumber: Hasil pengolahan data melalui SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui dimana nilai *R Square* adalah 0,614 yang menunjukkan besarnya kontribusi variabel bebas sebesar 0,614 kepada variabel terikat. Kemudian nilai *adjusted R square* sebesar 0,602 berartikan 60,2% variabel potensi, persepsi dan preferensi mampu menjelaskan variabel sikap, sedangkan 39,8% (hasil dari 100% – 60,2%) sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar dari penelitian ini. Presentase hasil uji R^2 pada variabel potensi, persepsi dan preferensi berada di kategori $32\% \leq KD < 64\%$ sehingga diartikan memiliki pengaruh tinggi terhadap variabel sikap.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Potensi terhadap Sikap

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di lapangan menunjukkan hasil dari variabel potensi (X_1) tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap (Y). Hal tersebut diketahui melalui hasil uji t dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,172 perbandingannya $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,172 < 1,986$) dan nilai signifikansi sebesar 0,244 perbandingannya ($0,244 > 0,05$). Namun hubungan pengaruh potensi terhadap sikap sebesar 0,084 yang berarti menunjukkan jika terdapat kenaikan potensi sebesar 1 satuan, maka sikap mengalami kenaikan pula dengan jumlah sebesar 0,084. Oleh sebab itu, dapat dikatakan potensi dan sikap terjadi hubungan positif atau hubungan yang searah.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian milik Sholihah & Fatmah (2017) dengan hasil potensi berpengaruh negatif terhadap sikap masyarakat untuk berwakaf uang karena rendahnya kesadaran masyarakat itu sendiri. Namun, bertentangan dengan penelitian milik Khoiriyah (2018) yang menguraikan bahwa potensi berpengaruh terhadap sikap masyarakat muslim Kota Semarang.

Tingginya potensi yang dimiliki masyarakat Kota Purwokerto tidak mempengaruhi sikap mereka pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah. Hal tersebut menunjukkan meskipun masyarakat Kota

Purwokerto memiliki potensi untuk menggunakan produk pembiayaan rumah di Bank Syariah, namun tidak berdampak terhadap sikap mereka untuk mengarah pada produk tersebut. Tingkat kematangan dalam berfikir akan mempengaruhi seseorang dalam menentukan serta memilih sikap yang akan mereka berikan. Semakin tinggi tingkat pendidikan, pekerjaan serta penghasilan yang dimiliki seseorang, semakin baik pula dalam menentukan serta memilih sikap mereka. Meski demikian, dasar pemikiran tersebut tidak selaras dengan alur hasil penelitian ini. Hal tersebut dapat dikarenakan UMR di Kota Purwokerto yang masih terbilang rendah dibandingkan dengan kota lain, contohnya seperti Kota Cilacap. Meskipun kebutuhan pokok mereka dianggap sudah terpenuhi oleh gaji yang mereka terima perbulan, akan tetapi mengingat jumlah angsuran untuk pembiayaan rumah di Bank Syariah yang rata-rata minimal Rp. 500.000 perbulan. Kemudian, belum termasuk pengeluaran untuk kebutuhan sekunder mereka atau ada yang memiliki tanggungan serta angsuran lain.

2. Pengaruh Persepsi terhadap Sikap

Menurut penelitian yang usai dilakukan di lapangan menunjukkan hasil dari variabel persepsi (X_2) berpengaruh positif signifikan terhadap sikap (Y). Hal tersebut diketahui melalui nilai hasil uji t dengan nilai t_{hitung} yaitu 3,355 dengan perbandingan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,355 > 1,986$) dan nilai signifikansi sebesar 0,001 perbandingannya ($0,001 < 0,05$). Hubungan pengaruh persepsi terhadap sikap yaitu sebesar 0,205 yang berarti menunjukkan jika terdapat kenaikan persepsi sebesar 1 satuan, maka sikap turut mengalami kenaikan dengan jumlah sebesar 0,205. Oleh sebab itu, dapat dikatakan persepsi dan sikap terjadi hubungan positif atau hubungan yang searah.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian milik Pandu Robby Arifandi (2018) yang membuktikan adanya pengaruh persepsi terhadap sikap masyarakat untuk melakukan pembiayaan rumah syariah. Kemudian penelitian lain juga mendukung dengan hasil bahwa persepsi berpengaruh

terhadap sikap masyarakat muslim Kota Semarang (Khoiriyah, 2018). Selain itu, penelitian milik Sholihah & Fatmah (2017) memiliki hasil yang serupa dimana persepsi berpengaruh positif terhadap sikap masyarakat, yang kemudian sikap mempengaruhi perilaku masyarakat untuk melakukan wakaf uang.

Tingginya persepsi yang dimiliki masyarakat Kota Purwokerto mempengaruhi sikap mereka pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah. Hal tersebut menunjukkan masyarakat memiliki persepsi yang baik terhadap produk pembiayaan rumah di Bank Syariah. Berbagai sifat stimuli mempengaruhi seseorang dalam menentukan serta memilih sikap yang akan mereka berikan. Semakin banyak pengalaman, kebutuhan, keinginan serta harapan yang dimiliki seseorang, semakin baik pula dalam menentukan serta memilih sikap mereka.

3. Pengaruh Preferensi terhadap Sikap

Menurut penelitian yang usai dilakukan di lapangan menunjukkan hasil dari variabel preferensi (X_3) berpengaruh positif signifikan terhadap sikap (Y). Hal ini diketahui melalui nilai hasil uji t dengan nilai t_{hitung} yaitu 6,700 perbandingannya $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($6,700 > 1,986$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 perbandingannya ($0,000 < 0,05$). Hubungan pengaruh preferensi terhadap sikap yaitu sebesar 0,205 yang berarti menunjukkan jika terdapat kenaikan preferensi sebesar 1 satuan, maka sikap ikut meningkat dengan jumlah sebesar 0,205. Oleh karena itu, preferensi dan sikap terjadi hubungan positif atau hubungan yang searah. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh terhadap sikap.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian milik Pandu Robby Arifandi (2018) yang membuktikan adanya pengaruh preferensi terhadap sikap masyarakat untuk melakukan pembiayaan rumah syariah. Kemudian penelitian lain juga mendukung dengan hasil bahwa preferensi berpengaruh terhadap sikap masyarakat muslim Kota Semarang (Khoiriyah, 2018). Selain itu, penelitian milik Sholihah & Fatmah (2017) memiliki hasil yang serupa dimana preferensi berpengaruh positif terhadap

sikap masyarakat, yang kemudian sikap mempengaruhi perilaku masyarakat untuk melakukan wakaf uang.

Tingginya preferensi yang dimiliki masyarakat Kota Purwokerto mempengaruhi sikap mereka pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah. Hal tersebut menunjukkan masyarakat memiliki preferensi yang baik terhadap produk pembiayaan rumah di Bank Syariah. Kepribadian seseorang berpengaruh terhadap penentuan serta pemilihan sikap yang akan mereka berikan. Semakin tinggi pengetahuan, motivasi serta kebutuhan yang dimiliki seseorang, semakin baik pula dalam menentukann serta memilih sikap mereka.

4. Pengaruh Potensi, Persepsi dan Preferensi terhadap Sikap

Menurut penelitian yang usai dilakukan di lapangan, menunjukan hasil jawaban bahwa seluruh variabel bebas yaitu potensi, persepsi, dan preferensi bersama-sama mempengaruhi sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah. Hal tersebut diketahui dengan melihat nilai hasil uji f, yaitu dengan nilai f_{hitung} 50,815 sehingga perbandingannya $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $50,815 > 2,698$ kemudian perbandingan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, H_0 dinyatakan ditolak dan H_1 dinyatakan diterima yang memiliki arti terdapat pengaruh secara simultan antara ketiga variabel bebas yaitu potensi, persepsi, dan preferensi terhadap variabel terikat sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah. Kemudian hasil uji koefisien determinasi dengan nilai *adjusted R square* adalah 0,602 berartikan bahwa 60,2% variabel potensi, persepsi dan preferensi mampu menjelaskan variabel sikap, sedangkan 39,8% (hasil dari $100\% - 60,2\%$) sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar dari penelitian ini. Presentase hasil uji R^2 pada variabel potensi, persepsi dan preferensi berada di kategori $32\% \leq KD < 64\%$ sehingga diartikan memiliki pengaruh tinggi terhadap variabel sikap.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian milik Khoiriyah (2018) yang memiliki hasil bahwa potensi, persepsi dan preferensi berpengaruh secara simultan (sama-sama) terhadap sikap masyarakat

muslim Kota Semarang. Hasil penelitian lain yang selaras dengan penelitian ini adalah adanya pengaruh positif potensi, persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat, yang kemudian sikap mempengaruhi perilaku masyarakat untuk melakukan wakaf uang (Sholihah & Fatmah, 2017). Begitu pula dengan penelitian Pandu Robby Arifandi (2018) memiliki hasil bahwa adanya pengaruh persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis serta analisis yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat diambil kesimpulan, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel potensi pada uji t (parsial) menunjukkan t_{hitung} sebesar 1,172 dengan taraf signifikansi t sebesar 0,244 yaitu perbandingannya $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,172 < 1,986$) dan nilai signifikansi $> 0,05$ ($0,244 > 0,05$) maka disimpulkan H_0 diterima, yang berarti potensi tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah. Dengan demikian, indikator variabel potensi yang meliputi usia, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan tidak berpengaruh terhadap sikap masyarakat Kota Purwokerto pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah. Selain itu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin besar potensi yang dimiliki masyarakat belum tentu dapat mempengaruhi sikap yang mereka berikan pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.
2. Variabel persepsi pada uji t (parsial) menunjukkan t_{hitung} sebesar 3,355 dengan taraf signifikansi t sebesar 0,001 yaitu perbandingannya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,355 > 1,986$) dan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,001 < 0,05$) maka disimpulkan H_0 ditolak, yang berarti persepsi berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah. Dengan demikian, indikator variabel persepsi yang meliputi pengalaman, kebutuhan, keinginan, harapan, sifat stimuli berpengaruh terhadap sikap masyarakat Kota Purwokerto pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah. Dimana, semakin besar pengaruh persepsi yang dimiliki masyarakat, maka semakin besar pula sikap yang diberikan pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.

3. Variabel preferensi pada uji t (parsial) menunjukkan t_{hitung} sebesar 6,700 dengan taraf signifikansi t sebesar 0,000 yaitu perbandingannya $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($6,700 > 1,986$) dan nilai signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka disimpulkan H_0 ditolak, yang berarti preferensi berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah. Dengan demikian, indikator variabel preferensi yang meliputi motivasi, pengetahuan, kebutuhan, kepribadian berpengaruh terhadap sikap masyarakat Kota Purwokerto pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah. Dimana, semakin besar pengaruh preferensi yang dimiliki masyarakat, maka semakin besar pula sikap yang diberikan pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.
4. Pada uji f (simultan) menunjukkan bahwa nilai f_{hitung} sebesar 50,815 yang lebih besar dari f_{tabel} dimana $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($50,815 > 2,698$) dan dengan nilai signifikansi signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai α 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas, yaitu potensi, persepsi dan preferensi berpengaruh positif signifikan secara simultan terhadap sikap masyarakat pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah. Dimana potensi, persepsi dan preferensi dapat menjadi tolak ukur masyarakat dalam memilih sikap yang akan diberikan pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah. Pada uji koefisien determinasi diketahui bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,602 yang berartikan bahwa 60,2% variabel potensi, persepsi dan preferensi mampu menjelaskan variabel sikap, sedangkan 39,8% (hasil dari $100\% - 60,2\%$) sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar dari penelitian ini. Presentase hasil uji R^2 pada variabel potensi, persepsi dan preferensi berada di kategori $32\% \leq KD < 64\%$ sehingga diartikan memiliki pengaruh tinggi terhadap variabel sikap.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan hasil penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah

Bank Syariah disarankan untuk lebih meningkatkan edukasi khususnya di kalangan masyarakat mengenai Bank Syariah, maupun produk-produk beserta mekanismenya. Karena sebagian dari mereka masih minim pengetahuan akan produk pembiayaan rumah di Bank Syariah, walaupun sebagian dari mereka sudah mengenal, namun sulit untuk mengarah kepada produk dari lembaga yang berasaskan Syariah Islam.

2. Bagi Literatur

Sebagai masyarakat dan calon nasabah yang memeluk agama Islam, sangat diharapkan untuk menambah wawasan, pengetahuan maupun informasi mengenai produk-produk dari Bank Syariah, serta untuk memilih dan memberikan sikap yang tepat dengan potensi, persepsi dan preferensi yang dimiliki.

3. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan referensi ilmu pengetahuan serta teori-teori yang telah diterapkan upaya memperkaya kajian-kajian penelitian yang berkaitan dengan dunia Perbankan Syariah.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian sejenis dengan penelitian ini, akan tetapi dengan lebih beragam dalam menambahkan variabel bebas maupun objek penelitian yang lain agar memiliki pengaruh lebih kuat terhadap perkembangan Perbankan Syariah dan menggunakan analisis yang berbeda dari penelitian ini.

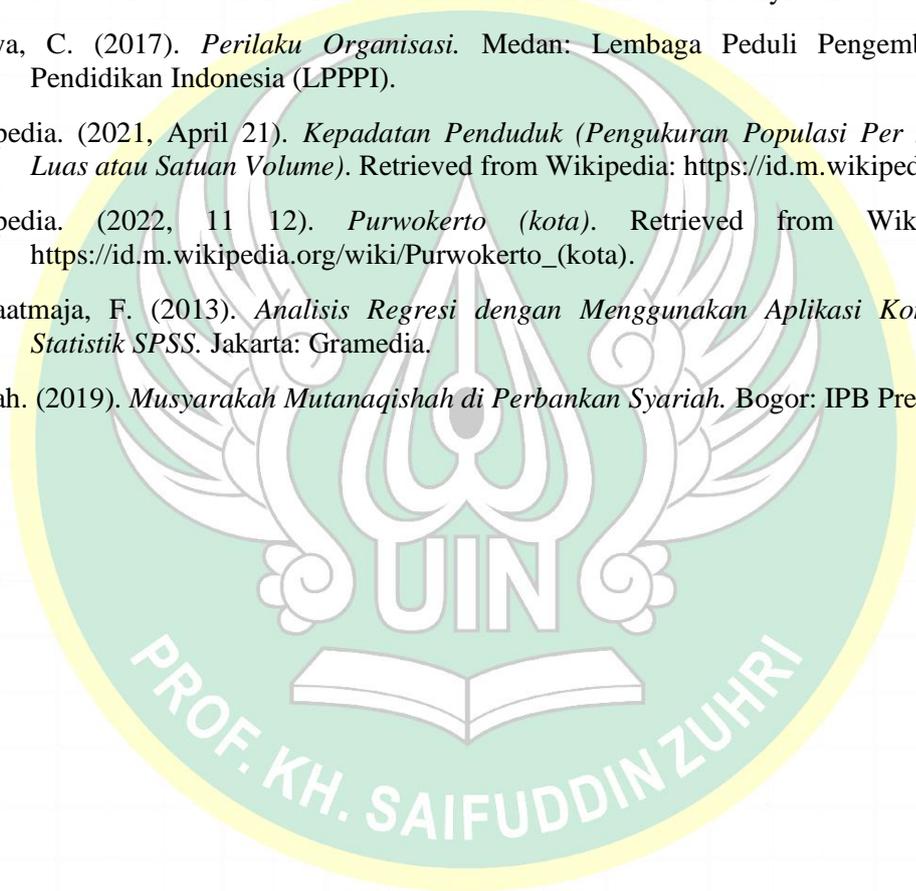
DAFTAR PUSTAKA

- Ahass, L. (2018). Pengaruh Pendidikan, Pekerjaan, Pendapatan, Persepsi, Perilaku, dan Preferensi terhadap Minat Beli Produk Perbankan Syariah (Studi Kasus BNI Syariah KC Ungaran). *Skripsi*.
- Ananda, S. A. (2017). Analisis Potensi dan Preferensi Masyarakat Pedesaan terhadap Bank Syariah (Studi Kasus di Desa Matesih Kabupaten Karanganyar). *Institutional REPOSITORY UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah (dari Teori ke Praktek)*. Jakarta: Gema Insani.
- Anzela, F. (2017). Strategi Pemasaran Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) Sejahtera BRI Syariah IB di BRI Syariah KC Purwokerto. *Digital Repository*.
- Arifandi, P. R. (2018). Pengaruh Persepsi dan Preferensi terhadap Sikap Masyarakat Kota Surabaya pada Pembiayaan Rumah Syariah. *Digilib UINSBY*.
- Banyumaskab.co.id. (2022). *Visi dan misi*. Retrieved from Banyumaskab.go.id: www.banyumaskab.go.id/page/305/visi-dan-misi
- BAPPEDA. (2019, November). *Analisis Data dan Informasi Kawasan Pengembangan Wilayah Jawa Tengah*. Retrieved from BAPPEDA: <http://bappeda.jatengprov.go.id>
- Bentarti, S., Haris, D. A., & Hidayatullah, R. (2021). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Masyarakat Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Syariah Di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*.
- BPS. (2013). *Proyeksi Penduduk Indonesia 2010 - 2035*. Jakarta: BPS.
- BPS. (2021, Juli 27). *Luas Wilayah dan Penggunaan Lahan Menurut Kecamatan di Kabupaten Banyumas Tahun 2020*. Retrieved from BPS: <https://banyumaskab.bps.go.id>
- BPS. (2022). *Jumlah Penduduk Hasil Proyeksi Menurut Provinsi dan Jenis Kelamin*. Retrieved from BPS: <https://www.bps.go.id/indicator/12/1886/1/jumlah-penduduk-hasil-proyeksi-menurut-provinsi-dan-jenis-kelamin.html>
- BPS. (2022, April 8). *Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten Kota di Jawa Tengah*. Retrieved from Badan Pusat Statistik: <http://www.bps.go.id>
- BPS Kabupaten Banyumas. (2022, Februari 25). *Kabupaten Banyumas Dalam Angka 2022*. Retrieved from BPS Kabupaten Banyumas: <https://banyumaskab.bps.go.id>
- BPS Provinsi JATENG. (2020, April 27). *Provinsi Jawa Tengah Dalam Angka 2020*. Retrieved from Jumlah Kecamatan Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Tengah, 2015 - 2019: <https://jateng.bps.go.id>
- BPS. (2022, April 22). *Persentase Rumah tangga menurut Kabupaten/Kota dan Status Kepemilikan Bangunan Tempat Tinggal di Jawa Tengah*. Retrieved from BPS Provinsi Jawa Tengah: <https://jateng.bps.go.id>

- BPS. (2022, Februari 25). *Jumlah Pegawai Negeri Sipil Menurut Kabupaten/Kota 2021*. Retrieved from Provinsi Jawa Tengah Dalam Angka 2022: <https://jateng.bps.go.id/publication/2022/02/25/431f4f4bbe02b47866b357cc/provinsi-jawa-tengah-dalam-angka-2022.html>
- BSI. (2022, Juni 22). *BSI Gelar Akad Massal 2.500 Nasabah KPR Sejahtera, Targetkan Pembiayaan Rp 1,5 Triliun*. Retrieved from BSI: <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-gelar-akad-massal-2.500-nasabah-kpr-sejahtera-targetkan-pembiayaan-rp-15-triliun>
- Darmansyah. (1986). *Ilmu Sosial Dasar*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Firmansyah, D. M. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fitrian, B. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah terhadap Pembiayaan Murabahah Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah (Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri Cabang Surabaya Sungkono).
- Hidayatullah, A., & Thantawi, T. R. (2017). Persepsi Masyarakat Kota Bogor terhadap Skim Pembiayaan KPR Syariah. *Jurnal Nisbah*.
- Idris, F. Y. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Milenial dalam Memilih Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Syariah (Studi Kasus Nasabah BTN Syariah KCP Purwokerto). *Digital Repository*.
- Irawan, F. (2019). Determinan Konsumen dalam Pembelian Rumah (KPR) Developer Syariah. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ekonomi*.
- Kasmir, D. (2015). *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Khoiriyah, U. (2018). Pengaruh Potensi, Persepsi, dan Preferensi terhadap Sikap dalam Wakaf Uang pada Masyarakat Muslim Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 13 No.2*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kusumastuti, A., Khoirin, A. M., & Achmadi, T. A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Muflih, M. (2006). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Muhamad. (2017). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Depok: Rajawali Pers.
- PBI. (2021). *PBI Nomor 23 / 13 / PBI /2021 Tentang Rasio Pembiayaan Inklusif Makroprudensial bagi Bank Umum Konvensional, Bank Umum Syariah, dan Unit Usaha Syariah*.
- Permata, S., Irawan, H., Firdayana, Nurfatimah, R., & Handayanti, M. (2020). Potensi Perbankan Syariah di Kabupaten Sinjai. *Asy-Syarikah, Jurnal Lembaga Keuangan, Volume 2, No. 2*.
- Pernama, F. (2018). *Panduan Wisata Banyumas*. Surabaya: Garuda Mas Sejahtera.

- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Priyono, & Ismail, Z. (2012). Teori Ekonomi. In *Teori Ekonomi* (p. 228). Surabaya: Dharma Ilmu.
- Rumah.com. (2021, November 6). *CSS: Cicilan Syariah Tetap Paling Diminati, Alasannya Tak Semata Aspek Religius*. Retrieved from Rumah.com: <https://www.rumah.com>
- Rumah.com. (2022). *5 Proyek Properti Ditemukan di Purwokerto*. Retrieved from Rumah.com: <https://www.rumah.com>
- Rumah.com. (2023). *Properti dan Perumahan Dijual di Purwokerto*. Retrieved from Rumah.com: <https://www.rumah.com/properti-dijual/di-area-purwokerto-idjt24>
- Rusby, Z. (2017). *Manajemen Perbankan Syariah*. Pekanbaru: Pusat Kajian Pendidikan Islam UIR.
- Rustam, B. R. (2017). *Manajemen Resiko Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Saputra, I. Y. (2022, 2 20). *Purwokerto Populer dengan Julukan Kota Satria*. Retrieved from Banyumaskita.id: <https://m.solopos.com/purwokerto-populer-dengan-julukan-kota-satria-ini-penjelasan-nya-1259908>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen (Edisi Ketujuh)*. Jakarta: Indeks.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen (Perspektif Kontemporer pada Motivasi, Tujuan dan Keinginan Konsumen)*. Jakarta: Kencana.
- Sholihah, E. S., & Fatmah. (2017). Pengaruh Potensi, Persepsi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Muslim Surabaya terhadap Wakaf Uang dengan Sikap sebagai Variabel Intervening. *eL-Qist*.
- Siregar, S. (2017). *Statistika Terapan (Untuk Perguruan Tinggi)*. Jakarta: Kencana.
- Sobana, D. H. (2017). *Manajemen Keuangan Syari'ah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Suryandari, S. (2021, November 3). *Minat Masyarakat Manfaatkan KPR Syariah Meningkat*. Retrieved from Media Indonesia: <http://m.mediaindonesia.com>
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif : Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Tarjo. (2019). *Metode Penelitian (Sistem 3x Baca)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Trihendradi, C. (2007). *Kupas Tuntas Analisis Regresi (Strategi Jitu Melakukan Analisis Hubungan Causal)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. (1996). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2015). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. *Manajemen dan Organisasi*, 56.
- Wijaya, A. (2016). *Strategi Segmentasi Produk KPR iB Bank DKI Cabang Syariah Pondok Indah*. Jakarta: Fakultas Dakwah Komunikasi dan Penyiaran.
- Wijaya, C. (2017). *Perilaku Organisasi*. Medan: Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPPI).
- Wikipedia. (2021, April 21). *Kepadatan Penduduk (Pengukuran Populasi Per Satuan Luas atau Satuan Volume)*. Retrieved from Wikipedia: <https://id.m.wikipedia.org>
- Wikipedia. (2022, 11 12). *Purwokerto (kota)*. Retrieved from Wikipedia: [https://id.m.wikipedia.org/wiki/Purwokerto_\(kota\)](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Purwokerto_(kota)).
- Yudiaatmaja, F. (2013). *Analisis Regresi dengan Menggunakan Aplikasi Komputer Statistik SPSS*. Jakarta: Gramedia.
- Zaenah. (2019). *Musyarakah Mutanaqishah di Perbankan Syariah*. Bogor: IPB Press.





Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Kuesioner Pengaruh Potensi, Persepsi dan Preferensi terhadap Sikap Masyarakat pada Produk Pembiayaan Rumah di Bank Syariah (Studi Kasus Kota Purwokerto)

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Perkenalkan saya Tri Wahyu Rizqika Pangesti, mahasiswi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang sedang dalam penyusunan tugas akhir (skripsi) dengan judul “Kuesioner Pengaruh Potensi, Persepsi dan Preferensi terhadap Sikap Masyarakat pada Produk Pembiayaan Rumah di Bank Syariah (Studi Kasus Kota Purwokerto)”.

Dengan ini saya harap saudara/i turut partisipasi untuk memberikan informasi melalui kuesioner ini. Segala data dan informasi dalam kuesioner ini hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian, kesediaan dan kerjasamanya saya ucapkan banyak terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

A. Identitas Responden

Beri tanda centang (✓) atau silang (×) pada jawaban yang sesuai Saudara/i

1. Nama :
2. Alamat (kecamatan) :
3. Usia :

<input type="checkbox"/> 40 – 44	<input type="checkbox"/> 25 – 29
<input type="checkbox"/> 35 – 39	<input type="checkbox"/> 20 – 24
<input type="checkbox"/> 30 – 34	<input type="checkbox"/> ≥ 24
5. Jenis Kelamin :

<input type="checkbox"/> Laki - laki	<input type="checkbox"/> Perempuan
--------------------------------------	------------------------------------

B. Daftar Pertanyaan

1. Aspek Potensi

NO	PERTANYAAN	SS	S	RG	TS	STS
1.	Di usia saat ini saya sudah cukup matang dalam berfikir dan bersikap.					
2.	Pendidikan formal yang sudah saya tempuh menjadikan pengetahuan saya semakin luas.					
3.	Saya menerapkan pengetahuan yang saya miliki berdasarkan pengalaman di pendidikan formal.					
4.	Pekerjaan yang saya tekuni saat ini sudah sesuai dengan harapan saya.					
5.	Saya sudah bekerja cukup lama pada pekerjaan saya saat ini.					
6.	Penghasilan perbulan yang saya peroleh sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan pokok.					
7.	Saya memiliki penghasilan tambahan di luar gaji bulanan.					

2. Aspek Persepsi

NO	PERTANYAAN	SS	S	RG	TS	STS
8.	Saya sudah/pernah menggunakan produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.					
9.	Anggota keluarga/saudara/teman saya pernah menggunakan produk pembiayaan rumah di Bank Syariah.					
10.	Saya memahami produk pembiayaan rumah di Bank Syariah melalui promosi di media online maupun offline.					
11.	Produk pembiayaan rumah di Bank Syariah sesuai syariat/ajaran Islam dan bebas dari riba.					

12.	Produk pembiayaan rumah di Bank Syariah tidak menerapkan sistem bunga seperti Bank Konvensional.					
13.	Produk pembiayaan rumah di Bank Syariah lebih aman dibanding dengan lembaga keuangan konvensional/bukan syariah.					
14.	Saya ingin menggunakan jasa/produk lembaga keuangan yang sesuai syariat/ajaran Islam dan terhindar dari riba.					
15.	Saya membutuhkan informasi lebih tentang jasa/produk Bank Syariah.					
16.	Saya membutuhkan jasa/produk Bank Syariah nantinya.					

3. Aspek Preferensi

NO	PERTANYAAN	SS	S	RG	TS	STS
17.	Saya tahu produk pembiayaan rumah di Bank Syariah tidak hanya menawarkan pembelian rumah baru saja.					
18.	Saya tahu produk pembiayaan rumah di Bank Syariah termasuk dalam pembiayaan jangka panjang.					
19.	Saya tahu angsuran /cicilan pada produk pembiayaan rumah di Bank Syariah tetap setiap bulannya.					
20.	Saya tahu produk pembiayaan rumah di Bank Syariah menggunakan sistem margin keuntungan.					
21.	Saya belum memiliki rumah sendiri atau masih tinggal bersama orang tua maupun saudara.					
22.	Saya mendambakan hunian/rumah milik pribadi yang layak nantinya.					
23.	Saya mudah terpengaruh oleh iklan maupun ajakan					

	orang akan suatu jasa/produk.					
24.	Saya mudah tertarik dengan suatu jasa/produk karena manfaat dan kelebihan yang dimiliki.					
25.	Saya akan senang bila menggunakan jasa/produk halal dari Bank Syariah.					

4. Aspek Sikap

NO	PERTANYAAN	SS	S	RG	TS	STS
26.	Produk pembiayaan rumah di Bank Syariah dapat digunakan umat Islam maupun non-Islam.					
27.	Mekanisme produk pembiayaan rumah di Bank Syariah sudah sesuai syariat/ajaran Islam.					
28.	Saya menyukai produk pembiayaan rumah di Bank Syariah karena sesuai dengan syariat/hukum Islam.					
29.	Saya menyukai produk pembiayaan rumah di Bank Syariah karena margin dan angsuran/cicilan tetap, ringan dan sesuai kebutuhan.					
30.	Saya akan berusaha menggunakan produk pembiayaan rumah di Bank Syariah agar terhindar dari transaksi riba yang dilarang agama.					
31.	Produk pembiayaan rumah di Bank Syariah salah satu solusi agar kepemilikan rumah lebih mudah dan tidak berbelit.					

Lampiran 2 Izin Observasi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 843/Un./FEBI.J.PS/PP.009/III/2022 Purwokerto, 30 Maret 2022
Lamp. : -
Hal : **Permohonan Izin Observasi Pendahuluan**

Kepada Yth.
Pimpinan BSI KC Purwokerto Karang Kobar
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Proposal Skripsi yang berjudul Pengaruh Potensi, Persepsi dan Preferensi Terhadap Sikap Masyarakat Banyumas pada Produk Pembiayaan Rumah Bank Syariah.

Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin observasi kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Tri Wahyu Rizqika Pangesti
2. NIM : 1817202129
3. Semester / Program Studi : VIII / Perbankan Syariah
4. Tahun Akademik : 2021 / 2022
5. Alamat : Sokawera RT 01/ RW 03 Somagede, Banyumas

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek yang diobservasi : Pembiayaan Rumah Bank Syariah
2. Tempat/ Lokasi : BSI KC Purwokerto Karang Kobar
3. Waktu Observasi : 02 April s/d 25 Mei 2022

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Prodi Perbankan Syariah

Tri utami, M.Si., Ak.

Tembusan Yth.
1. Wakil Dekan I
2. Kasubbag Akademik
3. Arsip

19 Januari 2023
No. 03/073-3/9033
Lampiran: -

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk
KCP Purwokerto Karangobar
Jl. Karang Kobar RT. 3 RW. 8
Sokanegara Purwokerto Timur
Banyumas Jawa Tengah
T. : (0281) 630909
www.bankbsi.co.id

Kepada
Ketua Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Di Purwokerto

Perihal: **SURAT BALASAN PENELITIAN**

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Semoga Bapak/Ibu beserta seluruh jajaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufik serta hidayah dari Allah SWT.

Menanggapi surat saudara tanggal 30 Maret 2022 nomor 843/Un./FEBI.J.Ps/PP.009/III/2022 perihal Permohonan Izin Observasi Pendahuluan, maka bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa yang berketerangan di bawah ini

Nama	: Tri Wahyu Rizqika Pangesti
NIM	: 1817202129
Program Studi	: VIII/ Perbankan Syari'ah
Fakultas	: Ekonomi & Bisnis Islam
Judul Penelitian	: Pembiayaan Rumah Bank Syariah

Telah melakukan penelitian di Bank Syariah Indonesia KCP Purwokerto Karangobar.

Demikian kami sampaikan. Atas kerja samanya, kami mengucapkan terima kasih.
Wassalaamu'alaikum, Wr. Wb

PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk.
KCP Purwokerto Karangobar


Nur Rahmad
Branch Manager


Junaedi
BOSM

Lampiran 3 Data Kuesioner

Nama	Kecamatan	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan	x1 p1	x1 p2	x1 p3	x1 p4	x1 p5	x1 p6	x1 p7
Friza Ilham Fisabilillah	Purwokerto Selatan	20 - 24	Laki -laki	SMA	Buruh	1.000.000 – 2.000.000	S	S S	S S	S	S	S	S S
Naurrna	Purwokerto Selatan	20 - 24	Perempuan	SMA	Pegawai BUMN	1.000.000 – 2.000.000	S	S	S	S	S	S	S
Yohana Septya	purwokerto timur	25 - 29	Perempuan	SMA	Buruh	≥ 5.000.000	R	S	S	R	R	T S	T S
Richard	Purwokerto timur	20 - 24	Laki -laki	Sarjana	Pegawai BUMN	≥ 5.000.000	S	S S	S	S	S	R	R
Dian Perwitasari	Purwokerto selatan	20 - 24	Perempuan	Sarjana	Pegawai Negeri	≥ 5.000.000	R	S	R	T S	T S	R	S
Hanin	Purwokerto Utara	20 - 24	Perempuan	SMA	Wirausaha	1.000.000 – 2.000.000	S S	S	S	S	R	S	S
Ali Masturi	Purwokerto Utara	40 - 44	Laki -laki	SMA	Wiraswasta	1.000.000 – 2.000.000	S	S	S	T S	T S	R	S
Bayu samudro	Purwokerto Barat	30 - 34	Laki -laki	SMA	Buruh	≥ 5.000.000	S	S	S	R	S	S	S
Rizki firdiana	Purwokerto utara	25 - 29	Perempuan	Sarjana	Wiraswasta	2.000.000 – 3.000.000	S	S S	S	S	S	S	S
Sa	Purwokerto Utara	20 - 24	Perempuan	Sarjana	Buruh	1.000.000 – 2.000.000	S	S	S	S	S	S	S
Indah Nur Octaviani	Purwokerto Timur	20 - 24	Perempuan	SMA	Buruh	1.000.000 – 2.000.000	S	S	S	S	S	S	S
Rizky Milenia	Purwokerto Barat	20 - 24	Perempuan	Diploma	Pegawai Negeri	≥ 5.000.000	S	S	S	T S	T S	T S	S
Latifah MR	Purwokerto selatan	20 - 24	Perempuan	SMA	Wiraswasta	≥ 5.000.000	S	S	S	R	T S	T S	T S
Saeful Milah	Purwokerto Timur	25 - 29	Laki -laki	Sarjana	Wirausaha	2.000.000 – 3.000.000	S	S S	S S	S	S	S S	S
Nurohmah	Purwokerto Barat	25 - 29	Perempuan	Sarjana	Wiraswasta	2.000.000 – 3.000.000	S S	S	S	S	S	S	T S
Alifia Risky	Purwokerto Selatan	20 - 24	Perempuan	Sarjana	Buruh	1.000.000 – 2.000.000	S	S	S	S	T S	S	T S
Hananing Masitha Dewi	Purwokerto Selatan	25 - 29	Perempuan	Sarjana	Wiraswasta	2.000.000 – 3.000.000	S	S	S	S	R	R	R
Martini	Purwokerto Selatan	25 - 29	Perempuan	Diploma	Pegawai Negeri	4.000.000 – 5.000.000	S S	S S	S	S	S	S	S
Syerlina	Purwokerto Selatan	20 - 24	Perempuan	SMA	Wiraswasta	1.000.000 – 2.000.000	S	S	S	S	S	S	S S
Nanda Sesaria Anggreani	Purwokerto Selatan	20 - 24	Perempuan	Sarjana	Wiraswasta	1.000.000 – 2.000.000	S	S	T S	S	S	S	R
mifkharotun	purwokerto timur	25 - 29	Perempuan	SMA	Wiraswasta	1.000.000 – 2.000.000	S	S	T S	S	S	T S	T S
Rima Ayuningtiyas	Purwokerto Barat	35 - 39	Perempuan	SMA	Wiraswasta	1.000.000 – 2.000.000	S	S	S	S	S	S	T S
Septiana	Purwokerto Timur	25 - 29	Perempuan	Sarjana	Wirausaha	4.000.000 – 5.000.000	S S	S S	S S	S	S	S	S
Dwi Meilani Indah	Purwokerto Selatan	20 - 24	Perempuan	SMA	Wiraswasta	≥ 5.000.000	S	S S	S S	R	R	R	R
Yanu Arif Maulana	Purwokerto Utara	20 - 24	Laki -laki	Sarjana	Wirausaha	≥ 5.000.000	S S	S	S	S	S	S	S
Suryaning Tiyas	Purwokerto Utara	20 - 24	Perempuan	SMA	Pegawai Negeri	≥ 5.000.000	S S	S	S	S	S	S	S

Riski Sofiana	Purwokerto Timur	20 - 24	Perempuan	Sarjana	Wirausaha	2.000.000 – 3.000.000	S S	S	S	S	S	S	S
Arum Puspita Pramadhani	Purwokerto barat	20 - 24	Perempuan	SMA	Wiraswasta	≥ 5.000.000	S	S	S	S	S	S	S
Feti maryati	Purwokerto Selatan	20 - 24	Perempuan	Diploma	Buruh	1.000.000 – 2.000.000	S	S	S	S	S	S	S
Widiya Cipta Nurani	Purwokerto Selatan	20 - 24	Perempuan	Sarjana	Wiraswasta	2.000.000 – 3.000.000	S	S	S	S	S	S	S
Amalia Faradila	Purwokerto Barat	25 - 29	Perempuan	Sarjana	Wirausaha	≥ 5.000.000	S	S	S	S	S	S	S
Shanda Galih	Purwokerto Utara	20 - 24	Laki -laki	SMA	Wiraswasta	4.000.000 – 5.000.000	S	S	S	S	S	S	S
Dewi Kurniawati	Purwokerto Utara	20 - 24	Perempuan	SMA	Buruh	2.000.000 – 3.000.000	S	S	S	S	S	S	S
Isnaeni Setianti	Purwokerto Timur	20 - 24	Perempuan	Diploma	Pegawai BUMN	2.000.000 – 3.000.000	S	S	S	S	S	S	S
Jannah Aziza	Pwt timur	25 - 29	Perempuan	Sarjana	Pegawai Negeri	4.000.000 – 5.000.000	S	S	S	S	S	S	R
haniffatul laeli	purwokerto barat	20 - 24	Perempuan	Sarjana	Pegawai BUMN	≥ 5.000.000	S S	S S	S S	S S	S S	S S	S S
Novita Indriani	Purwokerto Barat	20 - 24	Perempuan	SMA	Wiraswasta	1.000.000 – 2.000.000	S	S	S	S	T S	S	T S
DANANG ASMORO JATI	Purwokerto Utara	20 - 24	Laki -laki	SMA	Wiraswasta	1.000.000 – 2.000.000	S	S	R	R	R	S	R
Shafira Anindya Wahyu	Purwokerto timur	20 - 24	Perempuan	SMA	Pegawai BUMN	4.000.000 – 5.000.000	S	S	S	S	S	S	S
Muhammad Muzadi	Purwokerto Barat	20 - 24	Laki -laki	Sarjana	Pegawai Negeri	3.000.000 – 4.000.000	S	S	S	R	R	R	R
Elsa	Purwokerto Utara	20 - 24	Perempuan	Sarjana	Wiraswasta	2.000.000 – 3.000.000	R	R	R	S S	S S	S S	S S
Ahmad mutaqin	Purwokerto Selatan	20 - 24	Laki -laki	SMA	Wiraswasta	1.000.000 – 2.000.000	S	S S	S S	R	S S	T S	T S
Ilham Monik Sugara	Purwokerto Barat	20 - 24	Laki -laki	SMA	Pegawai Negeri	1.000.000 – 2.000.000	S S	S S	S S	S S	T S	S S	T S
Misbahudin Annahdi	Purwokerto Utara	20 - 24	Laki -laki	Sarjana	Wiraswasta	1.000.000 – 2.000.000	R	S	S	S	R	S S	S S
Adam Fani	Purwokerto Timur	20 - 24	Laki -laki	Sarjana	Wiraswasta	2.000.000 – 3.000.000	T S	T S	T S	R	S S	S S	S S
Syiffa	Purwokerto Timur	20 - 24	Perempuan	Sarjana	Wirausaha	1.000.000 – 2.000.000	S	S	S	R	R	S S	S S
dina mulyati	purwokerto utara	25 - 29	Perempuan	SMA	Wirausaha	2.000.000 – 3.000.000	S S	S	S	S	S S	S	T S
Refita Nabila Yusana	Purwokerto Selatan	20 - 24	Perempuan	Sarjana	Wiraswasta	3.000.000 – 4.000.000	S S	S S	S	S	S	S S	S
Falah Dwi Karimah	Purwokerto Barat	20 - 24	Perempuan	Diploma	Buruh	1.000.000 – 2.000.000	S	S	S	R	R	R	R
Hafizh Noor Iriandi	Purwokerto Selatan	20 - 24	Laki -laki	Sarjana	Wiraswasta	1.000.000 – 2.000.000	S S	S	S S	S	S	S	S
Liana Anggraeni	Purwokerto Selatan	20 - 24	Perempuan	Diploma	Wiraswasta	3.000.000 – 4.000.000	S	S	S	S	S	S	S
Dian nur lestari	Purwokerto utara	20 - 24	Perempuan	Sarjana	Wiraswasta	1.000.000 – 2.000.000	S	S	S S	S	S	S	S
Riau Frizqi	Purwokerto Selatan	30 - 34	Laki -laki	SMA	Buruh	1.000.000 – 2.000.000	S	S	S	R	S	T S	T S
Annisa Nur Rostantya	Purwokerto Selatan	20 - 24	Perempuan	SMA	Wirausaha	≥ 5.000.000	S	S S	S	R	R	R	R
Artha Deva Avery	Purwokerto Utara	20 - 24	Laki -laki	SMA	Buruh	1.000.000 – 2.000.000	S	S	S	R	S	R	S

Sudarmanto	Purwokerto Utara	25 - 29	Laki -laki	SMA	Wiraswasta	2.000.000 – 3.000.000	S	S	SS	S	S	S	SS
Irma Wijayanti	Purwokerto Timur	30 - 34	Perempuan	SMA	Buruh	1.000.000 – 2.000.000	S	SS	S	S	S	S	S
Stenly Eriko	Purwokerto Timur	20 - 24	Laki -laki	Diploma	Pegawai BUMN	3.000.000 – 4.000.000	SS	SS	SS	R	R	R	TS
Zulfaz	Purwokerto Timur	20 - 24	Laki -laki	Diploma	Buruh	1.000.000 – 2.000.000	SS						
Hendra	Purwokerto Utara	20 - 24	Laki -laki	SMA	Wiraswasta	1.000.000 – 2.000.000	R	SS	S	S	S	S	TS
Erlina Dwiki Saputri	Purwokerto Timur	20 - 24	Perempuan	Sarjana	Wiraswasta	2.000.000 – 3.000.000	R	S	S	ST	ST	ST	ST
Fitroh Abdul Aziz	Purwokerto Utara	20 - 24	Laki -laki	SMA	Buruh	1.000.000 – 2.000.000	S	S	S	S	S	S	R
Windyaningrum	Purwokerto Selatan	20 - 24	Perempuan	SMA	Buruh	4.000.000 – 5.000.000	S	S	R	TS	TS	TS	TS
Isna Adhani	Purwokerto selatan	20 - 24	Perempuan	SMA	Wiraswasta	1.000.000 – 2.000.000	SS	S	R	R	S	TS	TS
Annisa	Purwokerto timur	20 - 24	Perempuan	SMA	Wiraswasta	4.000.000 – 5.000.000	S	SS	S	SS	SS	SS	SS
Rida Pangestu	Purwokerto Selatan	20 - 24	Perempuan	Sarjana	Pegawai Negeri	≥ 5.000.000	S	SS	S	R	S	S	TS
Muhammad Arga	Purwokerto Selatan	20 - 24	Laki -laki	SMA	Wiraswasta	1.000.000 – 2.000.000	ST	S	TS	S	R	S	S
Arini Dwi Wahyuni	Purwokerto selatan	20 - 24	Perempuan	Sarjana	Wiraswasta	1.000.000 – 2.000.000	SS	SS	SS	S	S	TS	S
Shafi Auliyya Muhammad	Purwokerto Selatan	20 - 24	Laki -laki	SMA	Wiraswasta	3.000.000 – 4.000.000	SS						
Yulia Risky Saputri	Purwokerto Selatan	25 - 29	Perempuan	SMA	Wiraswasta	2.000.000 – 3.000.000	SS	S	S	R	R	S	S
Susanti	Purwokerto Selatan	35 - 39	Perempuan	SMA	Buruh	1.000.000 – 2.000.000	R	R	SS	TS	R	SS	SS
Melia Setianti	Purwokerto Selatan	30 - 34	Perempuan	SMA	Buruh	1.000.000 – 2.000.000	SS	S	S	S	S	S	S
Septi Hikmah	Purwokerto Timur	20 - 24	Perempuan	SMA	Wiraswasta	2.000.000 – 3.000.000	SS						
Salsabilla Intan	Purwokerto Selatan	20 - 24	Perempuan	Sarjana	Wiraswasta	1.000.000 – 2.000.000	S	S	S	S	TS	TS	S
Daissy Adzanna Putri	Purwokerto Timur	20 - 24	Perempuan	Sarjana	Pegawai BUMN	3.000.000 – 4.000.000	S	S	S	S	S	S	S
Unna Anggi Rifala	Purwokerto Selatan	20 - 24	Perempuan	SMA	Wiraswasta	2.000.000 – 3.000.000	R	S	S	TS	TS	TS	TS
Anisa	Purwokerto selatan	20 - 24	Perempuan	SMA	Buruh	1.000.000 – 2.000.000	S	S	R	TS	TS	S	TS
Setiawan Dwi Prakoso	Purwokerto Utara	20 - 24	Laki -laki	Sarjana	Pegawai BUMN	3.000.000 – 4.000.000	TS	R	S	R	S	SS	SS
Rossa Triana	Purwokerto Selatan	20 - 24	Perempuan	Sarjana	Pegawai BUMN	4.000.000 – 5.000.000	TS	S	TS	R	S	S	S
Imam Hanafi	Purwokerto Barat	30 - 34	Laki -laki	SMA	Buruh	1.000.000 – 2.000.000	R	R	R	R	R	S	S
Rizky	Purwokerto Timur	25 - 29	Laki -laki	Sarjana	Wiraswasta	2.000.000 – 3.000.000	S	S	S	S	S	S	S
Agung Pamilu	Purwokerto selatan	20 - 24	Laki -laki	Sarjana	Wiraswasta	3.000.000 – 4.000.000	TS	SS	SS	S	S	S	S
Didi Prakasa	Purwokerto Selatan	20 - 24	Laki -laki	Sarjana	Wiraswasta	1.000.000 – 2.000.000	TS						
Agraha P Arta	Purwokerto Barat	20 - 24	Laki -laki	Sarjana	Pegawai BUMN	3.000.000 – 4.000.000	SS	S	S	S	S	R	S

Pristianti	Purwokerto Barat	35 - 39	Perempuan	SMA	Wirausaha	2.000.000 – 3.000.000	S	S	S	S	TS	R	R
Ossa Rosyada	Purwokerto Barat	20 - 24	Laki -laki	Diploma	Pegawai BUMN	3.000.000 – 4.000.000	SS	S	S	S	TS	S	S
Dwi Prayoga	Purwokerto Utara	35 - 39	Laki -laki	SMP	Wiraswasta	1.000.000 – 2.000.000	S	S	S	S	S	S	S
Nafisa	Purwokerto Utara	20 - 24	Perempuan	Sarjana	Wirausaha	2.000.000 – 3.000.000	SS	S	S	S	S	S	S
Alfi Asri Muliani	Purwokerto Barat	25 - 29	Perempuan	Sarjana	Wirausaha	3.000.000 – 4.000.000	S	S	S	ST S	SS	S	S
Muhammad Alfian Bastomi	Purwokerto Timur	20 - 24	Laki -laki	Diploma	Pegawai Negeri	3.000.000 – 4.000.000	S	S	S	S	S	S	S
Dwi Pamungkas	Purwokerto Timur	25 - 29	Laki -laki	Diploma	Pegawai BUMN	2.000.000 – 3.000.000	SS	SS	SS	S	TS	S	ST S
Awal Yulianto	Purwokerto Barat	20 - 24	Laki -laki	SMA	Wiraswasta	2.000.000 – 3.000.000	R	R	R	R	TS	R	S
Diana Athuf A	Purwokerto Utara	20 - 24	Perempuan	Diploma	Wirausaha	2.000.000 – 3.000.000	TS	S	R	ST S	SS	SS	R
Rahmat Putra Pamungkas	Purwokerto Utara	20 - 24	Laki -laki	Sarjana	Wiraswasta	1.000.000 – 2.000.000	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS
Febriani Dwi Utami	Purwokerto Barat	30 - 34	Perempuan	SMP	Buruh	1.000.000 – 2.000.000	S	S	R	R	SS	SS	SS
Nu'man	purwokerto barat	20 - 24	Laki -laki	SMA	Wirausaha	1.000.000 – 2.000.000	ST S	S	R	TS	ST S	SS	SS
Sariyah	Purwokerto Timur	40 - 44	Perempuan	SMA	Buruh	1.000.000 – 2.000.000	R	SS	S	S	R	S	TS
Soech Sarbini	Purwokerto barat	40 - 44	Laki -laki	Sarjana	Buruh	1.000.000 – 2.000.000	S	S	S	SS	SS	R	R
Yahdi mufadil	Purwokerto barat	30 - 34	Laki -laki	SMA	Buruh	1.000.000 – 2.000.000	TS	R	R	S	TS	S	S
Fajar Kurniawan	Purwokerto barat	35 - 39	Laki -laki	SMA	Buruh	1.000.000 – 2.000.000	SS	S	S	S	R	R	TS



No	x2p 1	x2p 2	x2p 3	x2p 4	x2p 5	x2p 6	x2p 7	x2p 8	x2p 9	x3p 1	x3p 2	x3p 3	x3p 4	x3p 5	x3p 6	x3p 7	x3p 8	x3p 9	yp 1	yp 2	yp 3	yp 4	yp 5	yp 6
1	TS	TS	TS	SS	SS	S	SS	TS	SS	SS	S	S	S	S	S	S								
2	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
3	S	SS	S	SS	SS	SS	S	S	S	S	S	S	S	S	SS	TS	R	S	S	S	S	S	S	S
4	TS	S	TS	ST S	TS	R	TS	S	S	S	S	S	S	TS	S	TS	TS	R	S	TS	TS	TS	TS	TS
5	S	S	S	S	R	S	SS	SS	S	R	R	R	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
6	S	S	S	S	S	S	SS	SS	SS	R	S	S	S	SS	SS	S	S	SS	R	S	S	S	S	S
7	ST S	TS	TS	R	R	R	S	S	R	R	R	R	R	S	S	R	R	S	S	R	R	R	R	R
8	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R	R
9	TS	S	S	R	R	S	S	S	S	SS	SS	TS	R	S	SS	S	S	S	S	R	S	R	S	S
10	TS	TS	S	SS	S	SS	TS	S	SS	S	S	S	S	S	S									
11	TS	S	R	S	S	S	S	S	S	S	S	R	SS	SS	S	S	SS	S	S	S	S	S	S	S
12	S	R	S	S	R	R	S	S	S	S	S	R	S	S	S	S	S	S	S	S	S	R	S	R
13	TS	S	TS	R	R	S	SS	SS	S	S	S	S	S	SS	SS	SS	SS	SS	S	S	R	S	S	S
14	ST S	ST S	TS	R	R	S	SS	S	S	R	S	R	S	SS	SS	TS	S	SS	R	S	S	S	S	S
15	TS	TS	TS	R	R	R	S	S	R	R	R	R	R	S	S	TS	TS	R	R	R	R	R	R	R
16	ST S	TS	R	S	S	R	S	S	S	R	S	S	R	S	S	R	S	R	S	R	S	R	S	S
17	ST S	S	R	R	S	S	S	S	S	S	S	S	S	SS	SS	SS	SS	S	S	S	S	S	S	S
18	TS	SS	SS	SS	SS	S	SS	SS	S	S	S	SS	S	S	SS	R	SS	SS	S	S	S	S	S	S
19	TS	TS	TS	R	R	S	S	S	S	R	S	R	R	S	SS	R	R	S	R	R	R	R	R	S
20	R	S	S	SS	S	S	S	SS	S	S	SS	S	R	SS	SS	R	S	SS	S	S	S	S	S	S
21	TS	TS	TS	TS	TS	TS	S	TS	TS	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
22	TS	TS	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	TS	TS	S	TS	S	S	S	S	S
23	S	S	SS	SS	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	SS	TS	TS	S	S	S	S	S	S	S
24	TS	S	S	SS	SS	S	SS	SS	SS	SS	TS	TS	SS	SS	SS	ST S	SS	SS	TS	S	S	S	S	S
25	TS	R	S	R	S	S	SS	SS	S	S	S	S	S	SS	SS	TS	S	SS	S	R	R	S	S	S
26	S	R	S	SS	SS	S	S	S	S	S	SS	R	S	S	SS	S	SS	S	S	S	S	S	S	S
27	SS	ST S	SS	SS	S	S	S	S	S	S														
28	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	SS	SS	SS	S	S	S	S	S	S	S	S	S
29	TS	TS	R	S	S	S	S	S	R	TS	S	S	S	S	S	TS	S	S	S	S	S	S	S	S
30	TS	SS	TS	R	SS	S	SS	SS	SS	TS	SS	S	S	SS	SS	TS	S	SS	S	R	S	S	S	S

31	ST S	TS	TS	R	S	S	SS	S	R	R	TS	S	S	TS	S	TS	S	S	S	R	S	S	S	S
32	TS	TS	S	R	ST S	SS	SS	SS	S	SS	SS	SS	R	SS	SS	ST S	SS	SS	S	R	S	S	S	S
33	TS	R	S	SS	SS	SS	SS	S	SS	SS	SS	S	S	S	S	S	S							
34	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	S	S	S	S	S	SS	R	S	S	R	S	S	S	S	S
35	TS	TS	S	S	S	R	S	SS	S	S	S	S	S	TS	SS	TS	S	S	S	S	S	R	R	S
36	S	S	S	S	S	SS	S	S	S	S	S	S	S	TS	S	TS	S	S	S	S	S	S	S	S
37	TS	S	SS	SS	SS	SS	S	SS	SS	S	S	S	S	SS	SS	R	S	S	S	S	S	S	S	S
38	TS	R	TS	S	S	S	S	TS	R	TS	R	TS	R	S	S	R	R	R	S	R	S	S	R	S
39	S	TS	S	S	SS	S	SS	SS	S	S	S	S	S	S	SS	R	S	S	R	S	S	S	S	S
40	S	S	SS	SS	SS	S	S	SS	SS	S	R	R	R	SS	SS	SS	SS	SS	S	S	S	S	S	R
41	R	R	R	S	R	R	R	S	S	R	S	R	R	R	R	R	R	S	S	R	R	R	R	R
42	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	R	S	R	S	S	S	S	S	S
43	S	R	SS	S	SS	SS	S	S	R	S	S	R	S	S	SS	ST S	TS	SS	S	S	S	S	S	S
44	TS	S	S	R	S	S	S	S	S	S	R	R	R	S	SS	S	R	R	R	R	R	R	S	S
45	R	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	R	SS	SS	SS	SS	SS	R	SS	SS	S	S	S	S	S	S
46	TS	TS	TS	S	S	S	S	SS	S	TS	TS	TS	S	S	S	TS	TS	S	S	S	S	S	S	S
47	S	R	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	SS	TS	R	S	S	S	S	S	S	S
48	TS	S	S	S	S	S	SS	SS	S	S	R	R	SS	SS	R	SS	S	S	S	S	S	S	S	S
49	TS	R	S	S	S	S	S	SS	S	S	R	S	R	SS	SS	S	SS	SS	S	S	S	S	S	S
50	SS	SS	S	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	TS	S	SS	S	S	S	S	S	S
51	S	R	TS	S	S	S	SS	SS	R	S	S	R	R	SS	SS	S	SS	SS	S	S	S	R	S	S
52	TS	SS	S	SS	SS	S	SS	SS	SS	SS	SS	S	SS	SS	SS	S	SS	SS	S	S	S	S	S	S
53	ST S	TS	TS	R	S	S	SS	S	R	R	S	R	TS	S	S	TS	S	S	R	S	R	R	S	R
54	R	R	S	R	R	S	S	S	R	S	R	S	S	S	S	S	S	S	S	S	R	R	R	R

55	ST S	R	S	SS	SS	SS	SS	S	S	S	S	R	SS	SS	SS	R	S	SS	S	S	S	S	S	S
56	TS	S	R	S	S	S	S	SS	R	R	S	R	R	SS	SS	TS	R	S	R	R	R	R	S	S
57	ST S	R	TS	R	S	R	S	S	S	ST S	R	R	R	S	S	TS	S	S	TS	R	S	S	S	R
58	TS	S	R	S	S	S	S	SS	R	R	S	S	R	SS	SS	TS	S	S	S	S	S	S	S	S
59	ST S	TS	TS	R	R	R	SS	SS	SS	TS	S	TS	S	SS	SS	TS	SS	SS	S	S	S	S	S	S
60	S	S	SS	S	S	SS	S	S	S	SS	SS	S	R	S	SS	S	S	S	S	S	S	S	S	S
61	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
62	R	R	R	R	S	SS	S	S	S	R	R	R	R	S	SS	TS	TS	S	S	R	S	R	S	S
63	TS	R	R	S	S	S	SS	S	R	S	S	R	R	SS	SS	S	S	S	S	R	R	S	S	S
64	TS	TS	TS	S	TS	R	SS	S	SS	S	S	S	TS	SS	SS	S	S	SS	S	S	S	S	S	S
65	TS	R	R	S	R	R	SS	SS	S	R	R	R	R	SS	SS	SS	SS	SS	S	S	S	R	S	S
66	TS	S	TS	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	SS	TS	TS	S	S	S	S	S	S	S
67	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	SS	R	SS	SS	S	S	S	S	S	S
68	R	TS	TS	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S
69	S	S	TS	S	S	S	SS	S	S	S	S	S	S	S	S	TS	S	S	S	R	S	S	S	S
70	TS	S	R	S	R	R	SS	SS	S	TS	R	R	TS	SS	SS	S	S	S	R	R	R	R	S	R
71	ST S	TS	TS	R	S	R	R	S	R	R	R	TS	TS	SS	S	R	S	S	TS	R	S	TS	R	R
72	ST S	TS	TS	R	R	S	S	S	R	S	R	TS	R	SS	SS	TS	TS	S	S	S	S	TS	S	TS
73	S	S	S	R	R	S	S	R	S	R	S	R	R	S	S	R	S	S	S	S	R	S	R	S
74	ST S	S	ST S	R	R	R	S	S	S	TS	TS	TS	TS	S	SS	TS	TS	S	R	R	R	R	S	R
75	TS	S	S	S	S	S	SS	SS	S	S	S	R	R	SS	SS	R	SS	SS	S	S	S	R	S	S
76	R	S	TS	R	R	R	R	S	S	S	S	R	S	SS	TS	TS	S	S	R	R	R	S	R	
77	TS	S	S	S	S	S	S	SS	R	R	R	R	R	S	SS	S	S	S	S	S	S	S	S	S
78	TS	S	S	SS	S	S	S	SS	S	S	S	S	S	SS	SS	R	SS	S	S	S	S	R	S	S

79	TS	S	S	S	S	ST	S	SS	S	R	R	R	R	SS	SS	TS	TS	S	R	R	R	R	S	S	
80	ST	S	R	TS	S	R	R	SS	R	TS	R	R	R	SS	SS	TS	R	R	S	R	R	R	R	S	
81	TS	S	S	S	S	S	S	SS	R	S	R	R	TS	S	S	TS	R	S	R	S	S	R	S	R	
82	R	R	SS	R	R	R	SS	TS	TS	S	S	S	S	SS	SS	ST	ST	S	S	R	S	R	R	S	
83	ST	S	R	R	S	R	R	SS	SS	SS	SS	SS	R	S	SS	SS	TS	S	SS	S	S	R	S	S	
84	R	SS	SS	SS	S	S	SS	SS	S	S	S	S	R	SS	SS	R	S	S	S	S	S	R	S	S	
85	TS	R	TS	R	TS	S	S	S	S	S	S	TS	S	ST	S	TS	TS	S	S	R	TS	TS	S	TS	
86	TS	S	S	S	S	R	SS	SS	S	S	S	R	R	SS	SS	S	SS	SS	S	S	S	S	S	S	
87	TS	R	TS	R	S	R	S	S	R	TS	TS	TS	TS	TS	S	R	R	S	R	S	TS	TS	R	R	
88	TS	S	S	SS	S	S	S	SS	S	S	S	R	R	SS	SS	S	SS	SS	S	S	S	S	R	S	S
89	R	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	S	SS	R	S	S	S	S	R	R	S	S	
90	R	SS	SS	S	S	R	SS	S	S	R	S	S	S	S	SS	R	R	SS	S	S	S	S	S	S	
91	R	R	SS	S	SS	S	R	SS	SS	SS	SS	R	S	S	S	TS	SS	SS	S	S	S	R	S	S	
92	ST	S	R	R	S	S	S	R	R	R	R	R	S	SS	SS	R	S	S	TS	S	S	R	S	R	
93	TS	SS	R	SS	S	S	S	S	R	SS	S	R	R	SS	SS	S	SS	S	S	S	S	R	S	S	
94	ST	S	R	R	S	R	SS	S	R	S	ST	S	R	TS	S	S	TS	S	S	R	R	R	R	S	R
95	ST	ST	S	R	R	S	R	S	R	R	R	TS	S	S	S	TS	R	S	R	R	R	TS	S	R	
96	TS	R	TS	R	R	R	SS	SS	S	S	R	R	R	SS	SS	S	S	SS	R	R	R	R	R	R	
97	ST	S	TS	S	S	S	S	S	SS	S	SS	S	S	TS	S	R	R	SS	S	S	S	S	S	S	
98	TS	TS	S	S	S	S	S	S	SS	S	SS	S	S	TS	SS	R	R	SS	S	S	S	S	S	S	
99	TS	TS	S	S	S	S	S	S	S	S	SS	SS	SS	S	SS	R	R	S	S	S	S	S	S	S	
100	TS	TS	S	SS	SS	SS	SS	SS	SS	S	S	S	S	SS	S	S	R	R	S	S	S	S	S	S	

Lampiran 4 Tabulasi Data

N o m o r	X 1 P 1	X 1 P 2	X 1 P 3	X 1 P 4	X 1 P 5	X 1 P 6	X 1 P 7	To tal X1	X 2 P 1	X 2 P 2	X 2 P 3	X 2 P 4	X 2 P 5	X 2 P 6	X 2 P 7	X 2 P 8	X 2 P 9	To tal X2	X 3 P 1	X 3 P 2	X 3 P 3	X 3 P 4	X 3 P 5	X 3 P 6	X 3 P 7	X 3 P 8	X 3 P 9	To tal X3	Y P 1	Y P 2	Y P 3	Y P 4	Y P 5	Y P 6	To tal Y
1	4	3	5	3	4	4	5	28	2	2	2	5	5	4	5	5	5	35	5	5	5	5	5	5	2	5	5	42	5	5	5	5	5	5	30
2	2	3	4	4	4	4	2	23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	4	3	3	2	2	21	4	5	4	5	5	5	4	4	4	40	4	4	4	4	4	5	2	3	4	34	4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	4	1	3	3	24	2	4	2	1	2	3	2	4	4	24	4	4	4	4	2	4	2	2	3	29	4	2	2	2	2	2	14
5	3	4	3	2	2	3	4	21	4	4	4	4	3	4	5	5	4	37	3	3	3	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	24
6	5	4	4	4	3	4	4	28	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39	3	4	4	4	5	5	4	4	5	38	3	4	4	4	4	4	23
7	4	4	4	2	2	3	4	23	1	2	2	3	3	3	4	4	3	25	3	3	3	3	4	4	3	3	4	30	4	3	3	3	3	3	19
8	3	4	4	3	4	4	1	23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	18
9	4	5	4	3	4	4	1	25	2	4	4	3	3	4	4	4	4	32	5	5	2	3	4	5	4	4	4	36	4	3	4	3	4	4	22
10	4	4	4	3	3	4	2	24	2	2	4	5	5	5	5	5	5	38	5	5	5	5	4	5	2	4	5	40	5	5	5	5	5	5	30
11	3	4	2	4	4	4	1	22	2	4	3	4	4	4	4	4	4	33	4	4	4	3	5	5	4	4	5	38	5	5	5	5	5	5	30
12	4	4	4	2	2	2	4	22	4	3	4	4	3	3	4	4	4	33	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	3	4	3	22
13	4	3	4	3	2	2	2	20	2	4	2	3	3	4	5	5	4	32	4	4	4	4	5	5	5	5	5	41	5	4	3	4	4	4	24
14	4	5	3	4	4	5	4	29	1	1	2	3	3	4	5	4	4	27	3	4	3	4	5	5	2	4	5	35	3	4	4	4	4	4	23
15	3	4	4	4	4	4	2	25	2	2	2	3	3	3	4	4	3	26	3	3	3	3	4	4	2	2	3	27	3	3	3	3	3	3	18
16	5	4	4	4	2	4	2	25	1	2	3	4	4	3	4	4	4	29	3	4	4	3	4	4	3	4	3	32	4	3	4	3	4	4	22
17	3	4	5	4	3	3	3	25	1	4	3	3	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	5	5	5	5	4	40	4	4	4	4	4	4	24
18	5	4	4	4	4	4	4	29	2	5	5	5	5	4	5	5	4	40	4	4	5	4	4	5	3	5	5	39	4	4	5	5	5	5	28
19	4	4	3	3	4	4	2	24	2	2	2	3	3	4	4	4	4	28	3	4	3	3	4	5	3	3	4	32	3	3	3	3	3	4	19
20	4	4	2	4	4	4	3	25	3	4	4	5	4	4	4	5	4	37	4	5	4	3	5	5	3	4	5	38	5	4	4	4	4	5	26
21	4	4	2	4	3	2	2	21	2	2	2	2	2	2	4	2	2	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	4	4	4	4	2	26	2	2	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	2	2	4	32	2	4	4	4	4	4	22
23	5	5	5	4	4	4	4	31	4	4	5	5	4	4	4	4	4	38	4	4	4	4	4	5	2	2	4	33	4	4	4	4	4	4	24
24	4	5	5	3	3	3	3	26	2	4	4	5	5	4	5	5	5	39	5	2	2	5	5	5	1	5	5	35	2	5	5	5	5	5	27

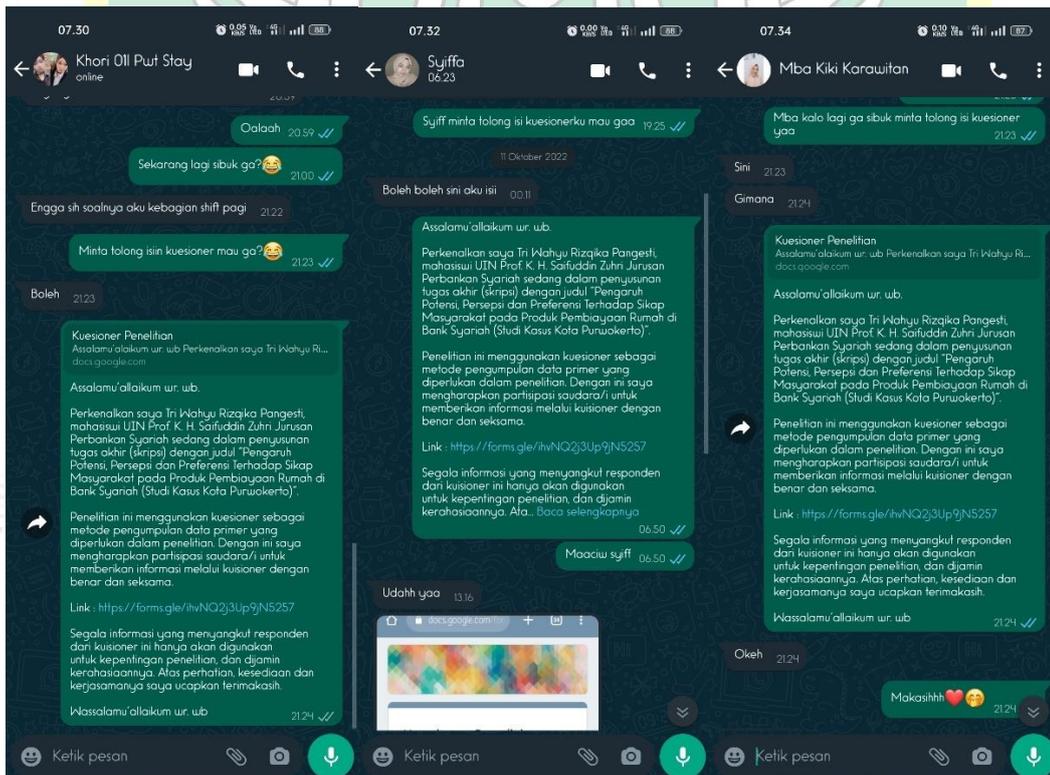
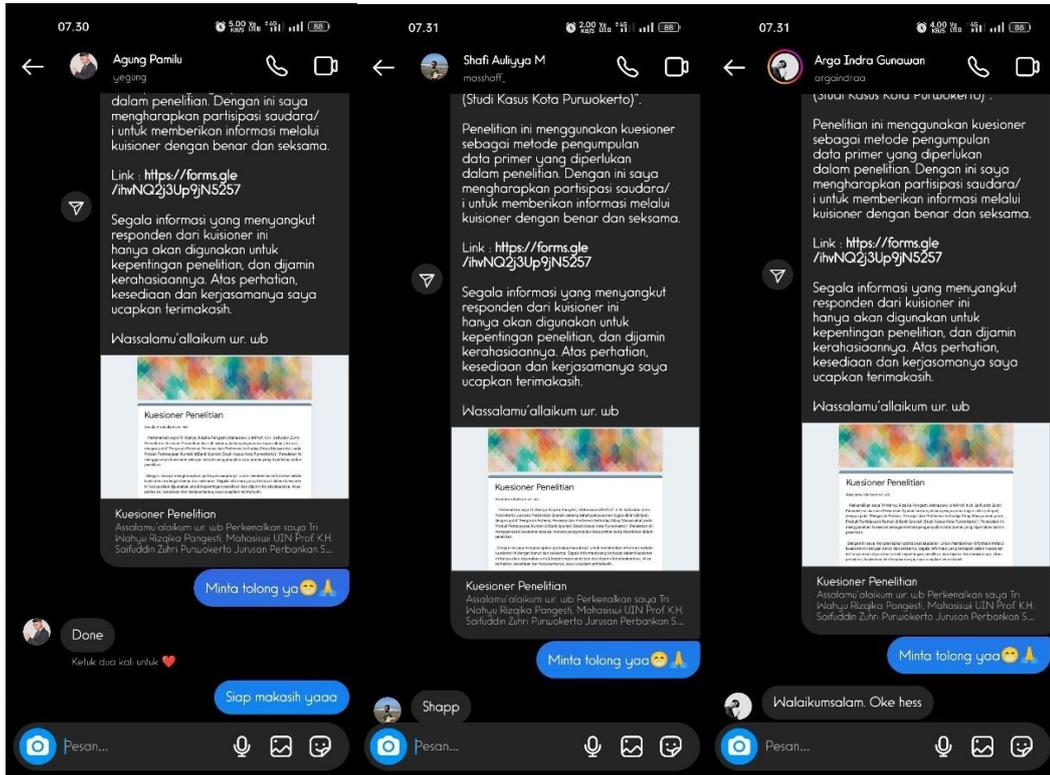
25	5	4	4	4	4	4	4	29	2	3	4	3	4	4	5	5	4	34	4	4	4	4	5	5	2	4	5	37	4	3	3	4	5	5	24
26	5	4	4	4	4	3	3	27	4	3	4	5	5	4	4	4	4	37	4	5	3	4	4	5	4	5	4	38	5	4	5	4	4	5	27
27	5	3	3	4	4	4	3	26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	1	5	5	41	5	5	5	5	5	5	30
28	4	4	4	4	4	3	4	27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	5	5	5	4	4	4	39	5	4	5	5	5	5	29
29	4	2	4	4	4	4	1	23	2	2	3	4	4	4	4	4	3	30	2	4	4	4	4	4	2	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
30	4	3	4	3	3	4	4	25	2	5	2	3	5	4	5	5	5	36	2	5	4	4	5	5	2	4	5	36	4	3	4	4	4	4	23
31	4	3	2	4	4	3	1	21	1	2	2	3	4	4	5	4	3	28	3	2	4	4	2	4	2	4	4	29	4	3	4	4	4	4	23
32	4	4	4	2	2	4	2	22	2	2	4	3	1	5	5	5	4	31	5	5	5	3	5	5	1	5	5	39	5	3	4	4	5	5	26
33	3	4	4	4	4	4	4	27	2	3	4	5	5	5	5	4	5	38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	30
34	4	4	2	3	4	4	3	24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	4	4	4	4	4	5	3	4	4	36	3	4	4	4	4	4	23
35	4	4	4	4	4	4	3	27	2	2	4	4	4	3	4	5	4	32	4	4	4	4	2	5	2	4	4	33	4	4	5	3	3	4	23
36	5	5	5	5	3	3	5	31	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37	4	4	4	4	2	4	2	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
37	4	4	4	4	2	4	2	24	2	4	5	5	5	5	4	5	5	40	4	4	4	4	5	5	3	4	4	37	5	5	5	4	4	4	27
38	4	4	3	3	3	4	3	24	2	3	2	4	4	4	4	2	3	28	2	3	2	3	4	4	3	3	3	27	4	3	4	4	3	4	22
39	4	4	3	4	4	5	4	28	4	2	4	4	5	4	5	5	4	37	4	4	4	4	4	5	3	4	4	36	3	4	4	4	4	4	23
40	4	4	4	3	3	3	3	24	4	4	5	5	5	4	4	5	5	41	4	3	3	3	5	5	5	5	5	38	5	5	5	5	5	3	28
41	3	3	3	5	5	5	5	29	3	3	3	4	3	3	3	4	4	30	3	4	3	3	3	3	3	3	4	29	4	3	3	3	3	3	19
42	4	5	5	3	5	2	2	26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34	4	4	4	4	4	4	24
43	5	5	5	5	2	5	2	29	4	3	5	4	5	5	4	4	3	37	4	4	3	4	4	5	1	2	5	32	5	4	5	4	4	4	26
44	3	4	4	4	3	5	5	28	2	4	4	3	4	4	4	4	4	33	4	3	3	3	4	5	4	3	3	32	3	3	3	3	4	4	20
45	2	2	2	3	5	5	5	24	3	5	5	5	5	5	5	5	5	43	3	5	5	5	5	5	3	5	5	41	5	5	5	5	5	5	30
46	4	4	5	3	3	4	5	28	2	2	2	4	4	4	4	5	4	31	2	2	2	4	4	4	2	2	4	26	4	4	4	4	4	4	24
47	5	4	4	4	5	4	2	28	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	5	2	3	4	34	4	4	4	4	4	4	24
48	5	5	4	3	3	5	2	27	2	4	4	4	4	4	5	5	4	36	4	4	3	3	5	5	3	5	4	36	4	4	4	4	4	4	24
49	4	4	4	3	3	3	3	24	2	3	4	4	4	4	4	5	4	34	4	3	4	3	5	5	4	5	5	38	4	4	4	4	5	4	25
50	5	4	5	4	4	4	3	29	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44	5	5	5	5	5	5	2	4	5	41	5	5	5	5	5	5	30
51	3	4	4	4	4	4	4	27	4	3	2	4	4	4	5	5	3	34	4	4	3	3	5	5	4	5	5	38	4	4	4	3	4	5	24
52	4	4	5	3	4	2	1	23	2	5	4	5	5	4	5	5	5	40	5	5	4	5	5	5	4	5	5	43	5	4	4	4	4	4	25
53	4	4	4	3	4	2	2	23	1	2	2	3	4	4	5	4	3	28	3	4	3	2	4	4	2	4	4	30	3	4	3	3	4	3	20

54	4	5	4	3	3	3	3	25	3	3	4	3	3	3	4	4	4	31	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	34	4	4	3	3	3	3	20
55	4	4	4	3	4	3	4	26	1	3	4	5	5	5	5	4	4	36	4	4	3	5	5	5	3	4	5	38	4	5	4	4	5	4	26	
56	4	4	5	4	4	4	5	30	2	4	3	4	4	4	4	5	3	33	3	4	3	3	5	5	2	3	4	32	3	3	3	3	4	4	20	
57	4	5	4	4	3	4	4	28	1	3	2	3	4	3	4	4	4	28	1	3	3	3	4	4	2	4	4	28	2	3	4	4	4	3	20	
58	5	5	5	3	3	3	2	26	2	4	3	4	4	4	4	5	3	33	3	4	4	3	5	5	2	4	4	34	4	4	4	4	4	4	24	
59	5	5	5	5	5	5	5	35	1	2	2	3	3	3	5	5	5	29	2	4	2	4	5	5	2	5	5	34	4	5	5	5	5	5	29	
60	3	5	4	4	4	4	2	26	4	4	5	4	4	5	4	4	4	38	5	5	4	3	4	5	4	4	4	38	5	4	4	4	4	4	25	
61	3	4	4	2	2	2	1	18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	24	
62	4	3	4	4	4	4	3	26	3	3	3	3	4	5	4	4	4	33	3	3	3	3	4	5	2	2	4	29	4	3	4	3	4	4	22	
63	4	4	3	2	2	2	2	19	2	3	3	4	4	4	5	4	3	32	4	4	3	3	5	5	4	4	4	36	4	4	3	3	5	4	23	
64	5	4	3	3	4	2	2	23	2	2	2	4	2	3	5	4	5	29	4	4	4	2	5	5	4	4	5	37	5	4	5	5	5	5	29	
65	4	5	4	5	5	4	1	28	2	3	3	4	3	3	5	5	4	32	3	3	3	3	5	5	5	5	37	4	4	4	3	4	4	23		
66	4	5	4	3	4	4	2	26	2	4	2	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	5	2	2	4	33	4	4	4	4	4	4	24	
67	1	2	4	3	4	4	4	22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	3	5	5	43	5	5	5	5	5	5	30	
68	5	5	4	4	4	2	4	28	3	2	2	4	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	24	
69	3	5	4	5	5	3	5	30	4	4	2	4	4	4	5	4	4	35	4	4	4	4	4	4	2	4	4	34	4	3	4	4	4	4	23	
70	5	4	4	3	3	4	4	27	2	4	3	4	3	3	5	5	4	33	2	3	3	2	5	5	4	4	32	3	3	3	3	4	3	19		
71	3	3	5	2	3	5	5	26	1	2	2	3	4	3	3	4	3	25	3	3	2	2	5	4	3	4	4	30	2	3	4	2	3	3	17	
72	5	4	4	4	4	4	4	29	1	2	2	3	3	4	4	4	3	26	4	3	2	3	5	5	2	2	4	30	4	4	4	2	4	2	20	
73	5	5	5	5	5	5	5	35	4	4	4	3	3	4	4	3	4	33	3	4	3	3	4	4	3	4	32	4	5	3	4	3	4	23		
74	4	4	4	4	2	2	4	24	1	4	1	3	3	3	4	4	4	27	2	2	2	2	4	5	2	2	4	25	3	3	3	3	4	3	19	
75	4	4	4	4	4	4	4	28	2	4	4	4	4	4	5	5	4	36	4	4	3	3	5	5	3	5	5	37	4	4	4	3	5	5	25	
76	3	4	4	2	2	2	2	19	3	4	2	3	3	3	3	4	4	29	4	4	4	3	4	5	2	2	4	32	4	3	3	3	4	3	20	
77	4	4	3	2	2	4	2	21	2	4	4	4	4	4	4	5	3	34	3	3	3	3	4	5	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	24	
78	2	3	4	3	4	5	5	26	2	4	4	5	4	4	4	5	4	36	4	4	4	4	5	5	3	5	4	38	4	4	4	3	4	4	23	
79	2	4	2	3	4	4	4	23	2	4	4	4	4	1	4	5	4	32	3	3	3	3	5	5	2	2	4	30	3	3	3	3	4	4	20	
80	3	3	3	3	3	4	4	23	1	3	2	4	3	3	3	5	3	27	2	3	3	3	5	5	2	3	3	29	4	3	3	3	3	4	20	
81	4	4	4	4	4	4	4	28	2	4	4	4	4	4	4	5	3	34	4	3	3	2	4	4	2	3	4	29	3	4	4	3	4	3	21	
82	2	5	5	4	4	4	4	28	3	3	5	3	3	3	5	2	2	29	4	4	4	4	5	5	1	1	4	32	4	3	4	3	3	4	21	

83	5	2	3	2	2	2	2	18	1	3	3	4	3	3	5	5	5	32	5	5	3	4	5	5	2	4	5	38	5	4	4	3	5	4	25
84	5	4	4	4	4	3	4	28	3	5	5	5	4	4	5	5	4	40	4	4	4	3	5	5	3	4	4	36	4	4	4	3	4	4	23
85	4	4	4	4	2	3	3	24	2	3	2	3	2	4	4	4	4	28	4	4	2	4	1	4	2	2	4	27	4	3	2	2	4	2	17
86	5	4	4	4	2	4	4	27	2	4	4	4	4	3	5	5	4	35	4	4	3	3	5	5	4	5	5	38	4	4	4	4	4	4	24
87	4	3	4	4	3	4	4	26	2	3	2	3	4	3	4	4	3	28	2	2	2	2	2	4	3	3	4	24	3	4	2	2	3	3	17
88	5	3	4	3	4	4	4	27	2	4	4	5	4	4	4	5	4	36	4	4	3	3	5	5	4	5	5	38	4	4	5	3	4	4	24
89	4	4	4	1	5	4	4	26	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	4	4	4	4	4	5	3	4	4	36	4	4	3	3	4	4	22
90	3	4	3	4	4	4	1	23	3	5	5	4	4	3	5	4	4	37	3	4	4	4	4	5	3	3	5	35	4	4	4	4	4	4	24
91	5	5	5	4	2	4	1	26	3	3	5	4	5	4	3	5	5	37	5	5	3	4	4	4	2	5	5	37	4	5	5	3	5	5	27
92	3	3	3	3	2	3	4	21	1	3	3	4	4	4	4	3	3	29	3	3	3	4	5	5	3	4	4	34	2	4	4	3	4	3	20
93	2	4	3	1	5	5	3	23	2	5	3	5	4	4	4	4	3	34	5	4	3	3	5	5	4	5	4	38	4	4	4	3	4	5	24
94	5	5	4	3	2	5	5	29	1	3	3	4	3	5	4	3	4	30	1	4	3	2	4	4	2	4	28	3	3	3	3	5	3	20	
95	4	4	3	3	5	4	5	28	1	1	3	3	4	3	4	4	3	26	3	3	2	1	4	4	2	3	4	26	3	3	3	2	4	3	18
96	1	4	3	2	1	5	5	21	2	3	2	3	3	3	5	5	4	30	4	3	3	3	5	5	4	4	5	36	3	3	3	3	3	3	18
97	3	5	4	4	3	4	2	25	1	2	4	4	4	4	4	4	5	32	4	5	4	4	2	4	3	3	5	34	4	5	5	5	5	5	29
98	4	4	4	5	5	3	3	28	2	2	4	4	4	4	4	4	5	33	4	5	4	4	2	5	3	3	5	35	5	4	4	4	4	4	25
99	2	3	3	4	2	4	4	22	2	2	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	5	5	4	5	3	3	4	38	4	4	4	4	4	4	24
100	5	4	2	4	3	3	2	23	2	2	4	5	5	5	5	5	5	38	4	4	4	5	4	4	3	3	4	35	5	5	5	5	5	5	30



Lampiran 5 Bukti Penyebaran Kuesioner



Lampiran 6 Hasil Uji Instrumen Penelitian

Hasil Uji Validitas X1

Correlations									
		X1P1	X1P2	X1P3	X1P4	X1P5	X1P6	X1P7	Total X1
X1P1	Pearson Correlation	1	.422**	.403**	.406**	0.163	-0.081	-0.104	.489**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.104	0.424	0.303	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1P2	Pearson Correlation	.422**	1	.545**	.347**	0.182	0.070	-0.092	.507**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.071	0.492	0.362	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1P3	Pearson Correlation	.403**	.545**	1	.356**	0.151	0.122	0.110	.575**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.133	0.227	0.274	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1P4	Pearson Correlation	.406**	.347**	.356**	1	.414**	.362**	.245*	.739**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.014	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1P5	Pearson Correlation	0.163	0.182	0.151	.414**	1	.399**	.378**	.677**
	Sig. (2-tailed)	0.104	0.071	0.133	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1P6	Pearson Correlation	-0.081	0.070	0.122	.362**	.399**	1	.579**	.625**
	Sig. (2-tailed)	0.424	0.492	0.227	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1P7	Pearson Correlation	-0.104	-0.092	0.110	.245*	.378**	.579**	1	.575**
	Sig. (2-tailed)	0.303	0.362	0.274	0.014	0.000	0.000		0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total X1	Pearson Correlation	.489**	.507**	.575**	.739**	.677**	.625**	.575**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).									
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).									

Hasil Uji Validitas X2

Correlations											
		X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2P6	X2P7	X2P8	X2P9	Total X2
X2P1	Pearson Correlation	1	.470**	.520**	.347**	.284**	.332**	0.065	0.067	.228*	.642**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.004	0.001	0.520	0.508	0.023	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2P2	Pearson Correlation	.470**	1	.434**	.370**	.310**	.229*	0.100	.259**	.238*	.640**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.002	0.022	0.324	0.009	0.017	0.000

X3P 3	Pearson Correlation	.441**	.609**	1	.560**	0.080	.233*	0.007	.232*	.250*	.630**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.430	0.020	0.941	0.020	0.012	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3P 4	Pearson Correlation	.447**	.463**	.560**	1	0.009	0.174	- 0.065	0.173	.277**	.561**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.930	0.083	0.521	0.084	0.005	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3P 5	Pearson Correlation	0.125	0.106	0.080	0.009	1	.552**	0.192	.414**	.361**	.518**
	Sig. (2-tailed)	0.216	0.294	0.430	0.930		0.000	0.056	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3P 6	Pearson Correlation	.326**	.248*	.233*	0.174	.552**	1	0.080	.234*	.468**	.557**
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.013	0.020	0.083	0.000		0.427	0.019	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3P 7	Pearson Correlation	0.115	0.035	0.007	- 0.065	0.192	0.080	1	.450**	0.083	.412**
	Sig. (2-tailed)	0.257	0.729	0.941	0.521	0.056	0.427		0.000	0.410	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3P 8	Pearson Correlation	.273**	.307**	.232*	0.173	.414**	.234*	.450**	1	.478**	.698**
	Sig. (2-tailed)	0.006	0.002	0.020	0.084	0.000	0.019	0.000		0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3P 9	Pearson Correlation	.339**	.377**	.250*	.277**	.361**	.468**	0.083	.478**	1	.633**
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.000	0.012	0.005	0.000	0.000	0.410	0.000		0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Tot al X3	Pearson Correlation	.672**	.675**	.630**	.561**	.518**	.557**	.412**	.698**	.633**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).											
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).											

Hasil Uji Validitas Y

Correlations		YP1	YP2	YP3	YP4	YP5	YP6	Total Y
YP1	Pearson Correlation	1	.418**	.445**	.467**	.370**	.474**	.669**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
YP2	Pearson Correlation	.418**	1	.686**	.647**	.586**	.549**	.803**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
YP3	Pearson Correlation	.445**	.686**	1	.715**	.589**	.673**	.856**

	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
YP4	Pearson Correlation	.467**	.647**	.715**	1	.605**	.697**	.866**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
YP5	Pearson Correlation	.370**	.586**	.589**	.605**	1	.612**	.771**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
YP6	Pearson Correlation	.474**	.549**	.673**	.697**	.612**	1	.835**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total Y	Pearson Correlation	.669**	.803**	.856**	.866**	.771**	.835**	1
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.467	7

Hasil Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.814	9

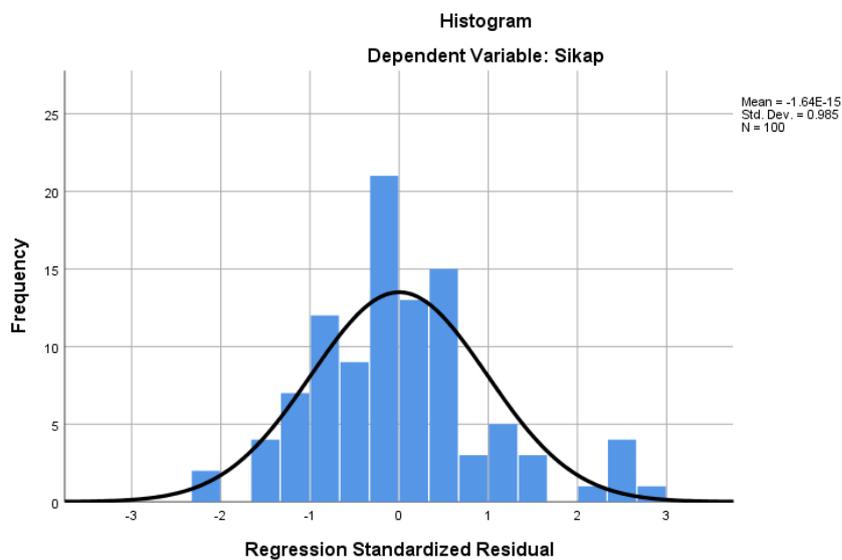
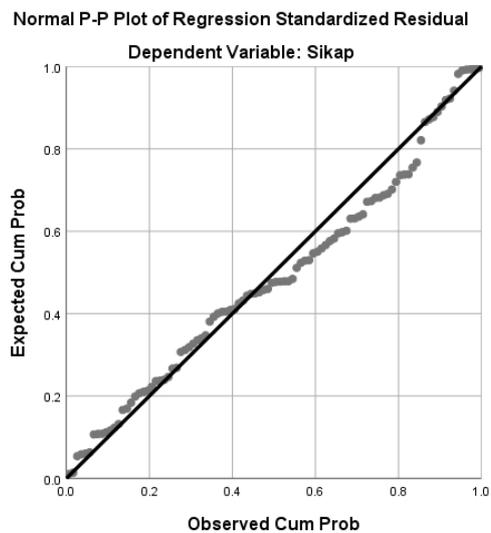
Hasil Uji Reliabilitas X3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.757	9

Hasil Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.887	6

Hasil Uji Normalitas

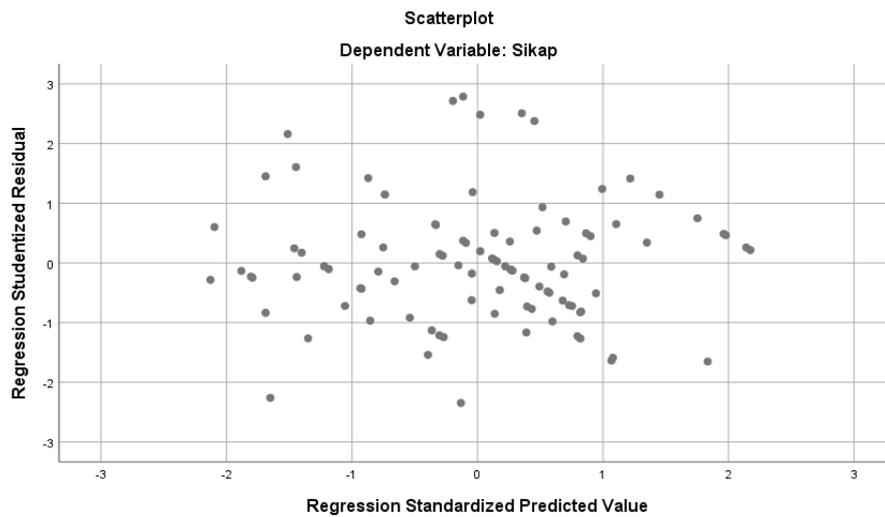


Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.407	2.660		-.529	.598		
	Potensi	.084	.072	.077	1.172	.244	.942	1.061
	Persepsi	.205	.061	.285	3.355	.001	.559	1.788
	Preferensi	.462	.069	.569	6.700	.000	.559	1.789

a. Dependent Variable: Sikap

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.407	2.660		-.529	.598
	Potensi	.084	.072	.077	1.172	.244
	Persepsi	.205	.061	.285	3.355	.001
	Preferensi	.462	.069	.569	6.700	.000

a. Dependent Variable: Sikap

Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.407	2.660		-.529	.598
	Potensi	.084	.072	.077	1.172	.244
	Persepsi	.205	.061	.285	3.355	.001
	Preferensi	.462	.069	.569	6.700	.000

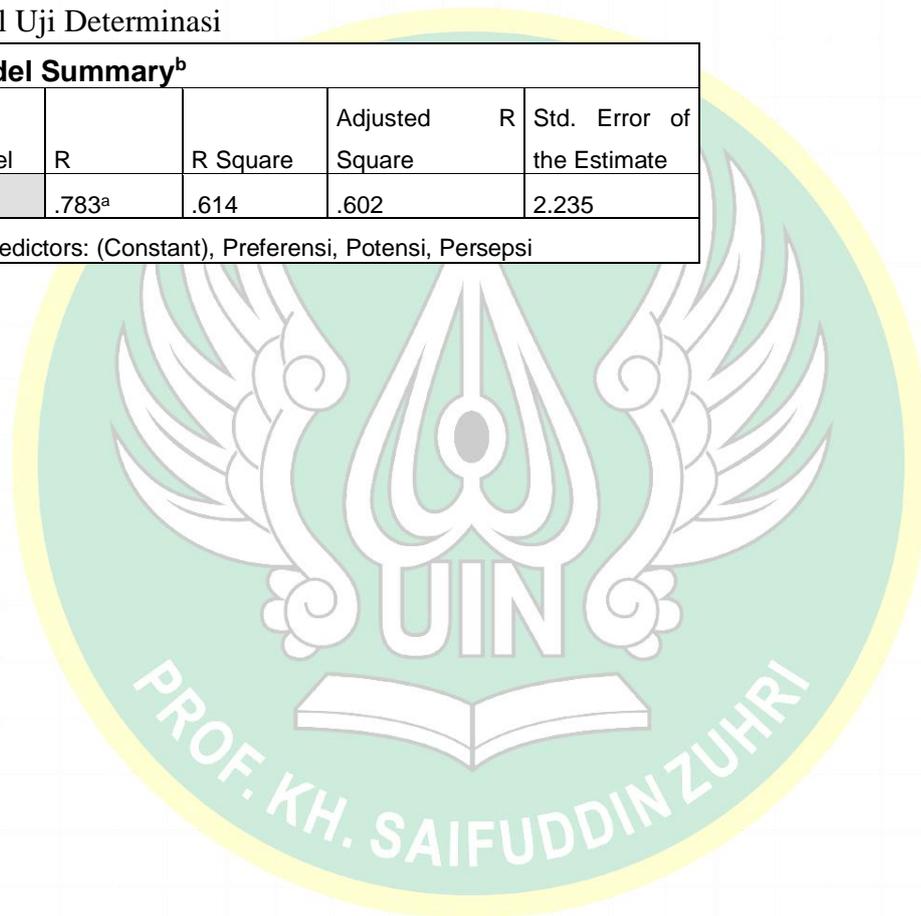
a. Dependent Variable: Sikap

Hasil Uji F

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	761.469	3	253.823	50.815	.000 ^b
	Residual	479.521	96	4.995		
	Total	1240.990	99			
a. Dependent Variable: Sikap						
b. Predictors: (Constant), Preferensi, Potensi, Persepsi						

Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.614	.602	2.235
a. Predictors: (Constant), Preferensi, Potensi, Persepsi				



Lampiran 7 Sertifikat BTA/PPI



IAIN PURWOKERTO

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 | www.iaipurwokerto.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: In.17/UPT.MAJ/13524/13/2020

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

NAMA : TRI WAHYU RIZQIKA PANGESTI
NIM : 1817202129

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

# Tes Tulis	:	83
# Tartil	:	75
# Imla	:	70
# Praktek	:	70
# Nilai Tahfidz	:	75



Purwokerto, 13 Agt 2020



ValidationCode

SIMA v.1.0 UPT MA'HAD AL-JAMI'AH IAIN PURWOKERTO - page1/1

Lampiran 8 Sertifikat Bahasa Arab



وزارة الشؤون الدينية
الجامعة الإسلامية الحكومية بوروكرتو
الوحدة لتنمية اللغة

عنوان: شارع جنديراك احمد ياني رقم: ٤٠، بوروكرتو ٥٣١٢٦ هاتف: ٠٢٨١ - ٦٣٥٦٢٤ www.iainpurwokerto.ac.id

التمـــاوة

الرقم: ان.١٧ / UPT.Bhs / PP.٠٠٩ / ٢٠١٩/١٢٢٢٣

منحت الى

الاسم : تري وحي رزقك باعستي
المولودة : بيلورا، ١٦ مارس ١٩٩٩

الذي حصل على

فهم المسموع : ٥١
فهم العبارات والتراكيب : ٤٢
فهم المقروء : ٤٥
النتيجة : ٤٦٠



في اختبارات القدرة على اللغة العربية التي قامت بها الوحدة لتنمية اللغة في التاريخ ٤
مايو ٢٠١٩

بوروكرتو، ٢٨ أبريل ٢٠١٩
رئيس الوحدة لتنمية اللغة.

الدكتور صبور، الماجستير.
رقم التوظيف: ١٠٠٥ ١٩٩٣٠٣ ١٩٦٧٠٣٠٧



ValidationCode

Lampiran 9 Sertifikat Bahasa Inggris

EPTIP CERTIFICATE

(English Proficiency Test of IAIN Purwokerto)
Number: In.17/UPT.Bhs/PP.009/12233/2019

This is to certify that

Name : TRI WAHYU RIZZIKA PANGESTI
Date of Birth : BLORA, March 16th, 1999

Has taken English Proficiency Test of IAIN Purwokerto with paper-based test, organized by Language Development Unit IAIN Purwokerto on April 22nd, 2019, with obtained result as follows:

1. Listening Comprehension : 56
2. Structure and Written Expression : 48
3. Reading Comprehension : 54

Obtained Score : 524



The English Proficiency Test was held in IAIN Purwokerto.



ValidationCode

Purwokerto, April 29th, 2019
Head of Language Development Unit,

H. A. Sangid, B.Ed., M.A.
NIP: 19700617 200112 1 001

Lampiran 10 Sertifikat Aplikom

SERTIFIKAT

APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0261-636624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126



IAIN PURWOKERTO

No. IN. 17/UPT-TIPD/6903/XII/2022

SKALA PENILAIAN		
SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

MATERI PENILAIAN	
MATERI	NILAI
Microsoft Word	75 / B
Microsoft Excel	75 / B
Microsoft Power Point	75 / B

Diberikan Kepada:

TRI WAHYU RIZZIKA PANGESTI
NIM: 1817202129

Tempat / Tgl. Lahir: Blora, 16 Maret 1999

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program **Microsoft Office®** yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.





Purwokerto, 21 Desember 2022
Kepala UPT TIPD



Dr. H. Fajar Hardeyano, S.Si, M.Sc
NIP. 19801215 200501 1 003

Lampiran 11 Sertifikat KKN



SERTIFIKAT

Nomor: 401/K.LPPM/KKN.48/08/2021

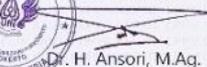
Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menyatakan bahwa :

Nama : **TRI WAHYU RIZZIKA PANGESTI**
NIM : **1817202129**
Fakultas/Prodi : **FEBI / PSY**

TELAH MENGIKUTI

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan Ke-48 Tahun 2021 dan dinyatakan **LULUS** dengan Nilai **90 (A)**.

Purwokerto, 29 Oktober 2021
Ketua LPPM,



Dr. H. Ansori, M.Ag.
NIP. 19650407 199203 1 004



Lampiran 12 Sertifikat PPL

 KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febi.iainpurwokerto.ac.id

Sertifikat

Nomor : 871/Un.19/D.FEBI/PP.09/4/2022

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : **Tri Wahyu Rizqika Pangesti**
NIM : **1817202129**

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode I Tahun 2022 di :

Bank Muamalat KC Cilacap

Mulai Bulan Januari 2022 sampai dengan Februari 2022 dan dinyatakan **Lulus** dengan mendapatkan nilai **A**.
Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian *Munaqosyah*/Skripsi.

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag
NIP.19730921 200212 1 004

Purwokerto, 4 April 2022

Kepala Laboratorium FEBI


H. Sochimia, L.c., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Lampiran 13 Sertifikat PBM

 KEMENTERIAN AGAMA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, Fax : 0281-636553, www.febi.iainpurwokerto.ac.id

Sertifikat

Nomor : 1161/In.17/D.FEBI/PP.009/X/2021

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : **Tri Wahyu Rizqika Pangesti**
NIM : **1817202129**

Dinyatakan **Lulus** dengan Nilai **90 (A)** dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun Ajaran 2020/2021.

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag
NIP.19730921 200212 1 004

Purwokerto, 15 Oktober 2021

Kepala Laboratorium FEBI


H. Sochimia, L.c., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Lampiran 14 SKL Seminar Proposal



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 3365/Un.19/FEBLI.PS/PP.009/10/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Tri Wahyu Rizqika Pangesti
NIM : 1817202129
Program Studi : Perbankan Syariah
Pembimbing : Ubaidillah, S.E., M.E.I
Judul : Pengaruh Potensi, Persepsi dan Preferensi terhadap Sikap Masyarakat pada Produk Pembiayaan Rumah Bank Syariah di Kabupaten Banyumas

Pada tanggal 22/09/2022 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan LULUS, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar. Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 6 Oktober 2022
Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Lampiran 15 SKL Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsalzu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 2528/Un.19/FEBI.IPS/PP.009/06/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama:

Nama : Tri Wahyu Rizqika Pangesti
NIM : 1817202129
Program Studi : Perbankan Syariah

Pada tanggal 22/07/2022 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS, dengan nilai : **80 / B+**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar ujian munaqasyah

Dibuat di Purwokerto
Tanggal 22 Juli 2022
Koord. Prodi Perbankan Syariah



Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Lampiran 16 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Tri Wahyu Rizqika Pangesti
2. NIM : 1817202129
3. TTL : Blora, 16 Maret 1999
4. Alamat Rumah : Desa Sokawera, RT 01/ RW 03 Kecamatan
Somagede, Kabupaten Banyumas
Provinsi Jawa Tengah
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Khawarir
Nama Ibu : Martini

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SD Negeri 1 Tanjung
 - b. SMP Negeri 5 Purwokerto 2011-2014
 - c. SMA Negeri 4 Purwokerto 2014-2017
 - d. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto periode 2018-
sekarang
2. Pendidikan Non-Formal
 - a. Pondok Pesantren Nurussyifa Purwokerto
3. Pengalaman Organisasi
 - a. UKM Karawitan Setya Laras UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
Purwokerto periode 2019-2021

Purwokerto, 24 Januari 2023



Tri Wahyu Rizqika Pangesti