

**PENGARUH LABEL SYARIAH TERHADAP MINAT MAHASISWA
IAIN PALOPO MEMILIH JASA PERBANKAN SYARIAH
(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Prodi
Perbankan Syariah Angkatan 2015 IAIN Palopo)**



IAIN PALOPO

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi
(SE) Pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

OLEH:

**RISKAWATI
1504020186**

Dibimbing Oleh:

1. Tadjuddin. SE., M. Si., Ak., CA
2. Hendra Safri., SE., M. M

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO**

2019

ABSTRAK

PENGARUH LABELISASI SYARIAH TERHADAP MINAT MAHASISWA IAIN PALOPO MEMILIH JASA PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo)

Nama : Riskawati
Nim : 15.04020186
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakutas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Dosen Pembimbing : 1.Tadjuddin.SE.,M.Si.,Ak.,CA
2.Hendra Safri.,SE.,M.M

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya presepsi negatif terhadap perbankan syariah yang disinyalir hanya menggunakan label syariah sebagai “kedok atau topeng” belaka dalam pelaksanaan perbankannya, hal ini muncul disebabkan oleh banyaknya bank yang membentuk unit usaha syariah yang kompetitif yang digunakan sebagai promosi atau ajang pencitraan bank semata. Hal tersebut dilakukan karena bank mengharapkan meningkatnya jumlah nasabah dari berbagai latar belakang khususnya ummat muslim. Permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah pengaruh labelisasi syariah terhadap minat mahasiswa IAIN Palopo memilih jasa perbankan syariah.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif, Objek atau populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa FEBI prodi perbankan syariah angkatan 2015 dengan jumlah sampel sebanyak 60 orang. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode penyebaran angket (kuesioner) dengan aplikasi *Google Form* dari *Google Drive*. Teknik analisa data yang digunakan adalah metode uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, dan uji hipotesis. Pengujian ini dilakukan menggunakan bantuan *Software SPSS Statistic*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada uji reabilitas dapat diketahui nilai *Crombach Alpha* pada variabel X dan Y adalah (0.858 & 0.667) artinya variabel X dan Y memiliki tingkat signifikan yang lebih dari 0.05 sehingga seluruh instrumen dapat dipercaya. Pada uji normalitas *Asymp.Sig(2-Tailed)* menunjukkan nilai variabel X dan Y adalah (0.040 & 0.042) dan nilai tersebut lebih besar dari 0.05 sehingga disimpulkan data berdistribusi normal. Pada regresi linear sederhana didapatkan hasil $Y = 40.618 + 6.284$ koefisien regresi bernilai positif sehingga dapat disimpulkan pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Uji t menunjukkan bahwa *Thitung* lebih besar dari *Ttabel* yaitu ($5.606 > 1.548$) dan nilai signifikannya $0.000 < 0.05$ artinya variabel X berpengaruh positif terhadap variabel Y. Pada uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel X mampu menjelaskan variabel Y sebesar 35.1%, sedangkan sisanya sebesar 59.3% dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Label Syariah, Minat Mahasiswa

PRAKATA



الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى
آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ آمَنَّا بِعَدُوِّ

Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarakatu.....

Tiada kalimat yang mampu terucap selain lafal Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, kesehatan, dan kekuatan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Mahasiswa IAIN Palopo Memilih Jasa Perbankan Syariah”. Skripsi ini merupakan karya yang penulis tuntaskan guna memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan Program Studi (S1) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo dan diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Skripsi ini penulis persembahkan teristimewa kepada kedua orang tua tercinta penulis, Ayahanda H.DG.Malluse dan Ibunda HJ.Illang serta saudara penulis Abangda Muh.Sabir, Ayunda tercinta Esse Indah, Risnawati dan kedua keponakan terkasih Pinky Purwinda, dan Al-Dirga Husaery. Terimakasih telah menjadi semangat dalam hidup penulis, memberikan kasih sayang, doa, motivasi dan memberikan dukungan moril maupun materil kepada penulis.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor IAIN Palopo, Dr. Abdul Pirol M.Ag. Wakil Rektor I, Dr. H. Muammar Arafat, M.H. Wakil Rektor II, Dr. Ahmad Syarief Iskandar S.E.,M.M dan Wakil Rektor III, Dr. Muhaemin, M.A. yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dr. Hj. Ramlah Makkulase, M.M. Wakil Dekan I, Muhammad Ruslan Abdullah,S.E.I.,M.A. Wakil Dekan II, Tadjuddin, S.E.,M.Si.,Ak.,CA. Wakil Dekan III, Takdir , S.H.,M.H. dan ketua Program Studi Perbankan Syariah dalam hal ini diwakili oleh Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah, Hendra Safri, S.E.,M.M.
3. Pembimbing I, Tadjuddin, S.E.,M.Si.,Ak.,CA. dan Hendra Safri, S.E.,M.M. selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahnya kepada penulis dalam menyusun skripsi ini hingga diujikan.
4. Bapak Ibu Dosen dan staf yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu, memberikan ilmu, nasehat dan motivasi kepada penulis.
5. Kepala perpustakaan IAIN Palopo beserta stafnya, yang telah membantu dalam memfasilitasi referensi yang dibutuhkan, baik dalam proses penyelesaian tugas perkuliahan, dan khususnya dalam mengumpulkan buku-buku/literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
6. Pemerintah Kabupaten Luwu

7. Seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan kasih sayang dan motivasi dan memberikan dukungan moril maupun materil kepada penulis.
8. Kepada Sahabat penulis, Aprilia Amrianti, Hindun Musalamah, Siti Ulfayanti, teman-teman terkasih TYF (Tuara Young Family) yang selalu memberikan bantuan, motivasi, semangat dan canda kepada penulis.
9. Kepada teman-teman kelasku keluarga besar kelas Perbankan Syariah B yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada penulis.
10. Seluruh teman-teman seperjuangan dan seangkatan tahun 2015 yang selalu berjuang bersama-sama dengan penulis.
11. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian dalam skripsi ini.
12. Semua pihak yang membantu dalam proses penelitian dan proses penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih banyak ditemukan kesalahan dan kekurangan serta masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu saran dan kritik dari berbagai pihak sangat diharapkan. Semoga tulisan ini bermanfaat bagi kitas semua.

Palopo, 02 Juli 2019

Penyusun,

RISKAWATI
NIM: 15.04020186

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RISKAWATI
NIM : 15 0402 0186
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan atau karya orang lain, yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang diajukan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah kekeliruan saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Apabila dikemudian hari pernyataan saya ternyata tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 19 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan


RISKAWATI

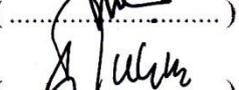
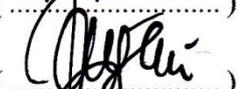
NIM: 15 0402 0186

PENGESAHAN SKRIPSI

Skrripsi yang berjudul “**Pengaruh Label Syariah terhadap Minat Mahasiswa IAIN Palopo Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FEBI Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2015)**” yang ditulis oleh **Riskawati** dengan NIM **1504020186** Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa **10 September 2019 M** bertepatan dengan **10 Muharram 1441 H**, telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)**.

Palopo, 18 September 2019 M
18 Muharram 1441 H

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr.Hj. Ramlah M, M.M. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, MA. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag. | Penguji I | () |
| 4. Dr. Hj. Andi Sukmawati Assaad, S.Ag., M.Pd. | Penguji II | () |
| 5. Tadjuddin, SE., M.Si., Ak., CA. | Pembimbing I | () |
| 6. Hendra Safri, SE., M.M. | Pembimbing II | () |

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah



Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
NIP.196102081994032001

Hendra Safri, SE., M.M
NIP.19861020 201503 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 19 Agustus 2019

Lampiran : -

Hal : Skripsi

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

Assalamu'alaikumWr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : RISKAWATI

NIM : 15 0402 0186

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

JudulSkripsi : ***“Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Mahasiswa IAIN Palopo Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah Semester (VII) IAIN Palopo”***

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan demikian untuk proses selanjutnya.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu'alaikumWr.Wb.

Pembimbing I,



Tadjuddin, SE., M.Si., Ak., CA.
NIP. 19771212200501 1 014

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 19 Agustus 2019

Lampiran : -

Hal : Skripsi

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

Assalamu'alaikumWr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : RISKAWATI

NIM : 15 0402 0186

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

JudulSkripsi : ***“Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Mahasiswa IAIN Palopo Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah Semester (VII) IAIN Palopo”***

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan demikian untuk proses selanjutnya.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu'alaikumWr.Wb.

Pembimbing II


Hendra Safri, SE., M.M.
NIP. 198610202015031001

NOTA DINAS PENGUJI

Palopo, 19 Agustus 2019

Lampiran : -

Hal : Skripsi

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

Assalamu'alaikumWr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : RISKAWATI

NIM : 15 0402 0186

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

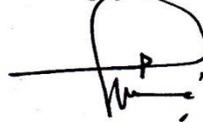
Judul Skripsi : ***“Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Mahasiswa IAIN Palopo Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah Semester (VII) IAIN Palopo”***

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan demikian untuk proses selanjutnya.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu'alaikumWr.Wb.

Penguji I



Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag.
NIP. 19740630 200501 1 004

NOTA DINAS PENGUJI

Palopo, 19 Agustus 2019

Lampiran : -

Hal : Skripsi

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Tempat

Assalamu'alaikumWr.Wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : RISKAWATI

NIM : 15 0402 0186

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : ***“Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Mahasiswa IAIN Palopo Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah Semester (VII) IAIN Palopo”***

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan demikian untuk proses selanjutnya.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu'alaikumWr.Wb.

Penguji II,



Dr. Hj. Andi Sukmawati Assaad, S.Ag., M.Pd.
NIP. 19720502 200112 2 002

PERSETUJUAN PENGUJI

Skripsi Yang Berjudul: **“Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Mahasiswa IAIN Palopo Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah Semester VII IAIN Palopo)”**

Yang ditulis oleh :

Nama : RISKAWATI
NIM : 15 0402 0186
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Disetujui untuk diajukan pada Ujian *Munaqasyah*.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

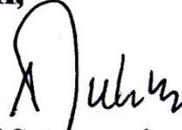
Palopo, 19 Agustus 2019

Penguji I,



Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag
NIP. 19740630 200501 1 004

Penguji II,



Dr. Hj. Andi Sukmayati Assaad, S.Ag., M.Pd
NIP. 19720502 200112 2 002

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN SAMPUL	
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
PERSETUJUAN PENGUJI.....	ii
NOTA DINAS PENGUJI.....	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	vi
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	vii
ABSTRAK.....	ix
PRAKATA.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Definisi Operasional.....	8
F. Definisi Konseptual.....	11

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	13
B. Landasa Teori.....	15
1. Definisi Label.....	15
2. Definisi Syariah.....	23
3. Tipe-Tipe Label.....	24
4. Tujuan Pelabelan.....	25
5. Fungsi Label.....	25
6. Indikator Label.....	26
7. Pengertian Minat.....	26
8. Macam-Macam Minat.....	27
9. Minat Memilih.....	28
10. Faktor Yang Memengaruhi Timbulnya Minat.....	29

C. Kerangka Fikir.....	36
D. Hipotesis Penelitian.....	37

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Desain Penelitian	38
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	40
C. Sumber Data.....	41
D. Populasi dan Sampel Penelitian	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
F. Teknik Analisis Data.....	44

BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum lokasi penelitian	50
a. Sejarah IAIN Palopo	50
b. Logo IAIN Palopo.....	51
c. Nama dan Motto IAIN Palopo	52
d. Sejarah Singkat FEBI Palopo	52
e. Profil FEBI IAIN Palopo.....	52
B. Penyajian Data	55
1. Karakteristik Data Responden.....	55
2. Analisis Deskriptif Variabel.....	55
3. Uji Instrumen.....	61
a) Uji Validitas.....	61
b) Uji Reabilitas	62
4. Uji Asumsi Klasik	63
a) Uji Normalitas	63
5. Analisis Regresi Linear Sederhana	63
6. Uji Hipotesis.....	64
1) Uji Signifikan Parsial (Uji T)	64
2) Koefisien Determinasi.....	65
C. Pembahasan.....	66

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA	70
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Definisi Variabel.....	.12
Tabel 3.2 Skala Likert.....	.45
Tabel 4.3 Identitas Berdasarkan jenis kelamin.....	.55
Tabel 4.4 Bank yang berlabel syariah adalah bank yang menjalankan aktivitasnya bebas riba (bunga bank).....	.56
Tabel 4.5 Label syariah pada perbankan menandakan bank tersebut menjalankan aktivitasnya sesuai syariat islam..	.56
Tabel 4.6 Memilih jasa perbankan syariah adalah salah satu bentuk mengikuti perintah agama.....	.57
Tabel 4.7 Tidak ada bank lain selain bank syariah yang menggunakan prinsip bagi hasil.....	.57
Tabel 4.8 Bank yang berlabel syariah memiliki citra yang baik dimata semua kalangan termasuk mahasiswa.....	.58
Tabel 4.9 Memilih bank syariah karena menerapkan sistem bagi hasil dimana resiko untung dan rugi ditanggung bersama.....	.58
Tabel 4.10 Memilih bank syariah sebagai bentuk memajukan ekonomi islam.....	.59
Tabel 4.11 Perbankan syariah adalah implementasi ekonomi islam yang tidak membolehkan adanya riba.....	.59
Tabel 4.12 Islam menganjurkan menggunakan harta di jalan yang benar dan bebas dari kemudharatan seperti riba.....	.60
Tabel 4.13 Bank syariah adalah bank yang menjalankan aktivitasnya sesuai dengan syariat islam.....	.60
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Label Syariah (X).....	.61
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Minat Mahasiswa (Y).....	.61
Tabel 4.16 Hasil Uji Reabilitas Label Syariah (X).....	.62
Tabel 4.17 Hasil Uji Reabilitas Label Syariah (Y).....	.62
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorof Smirnof</i>63
Tabel 4.19 Hasil Regresi Linear Sederhana.....	.63
Tabel 4.20 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	.64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Jawaban 60 Responden

Lampiran 3 Hasil Analisis Output SPSS

Lampiran 4 Toefl

Lampiran 5 Surat keterangan membaca dan menulis Al-Qur'an

Lampiran 6 Surat Izin Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perubahan dan perkembangan zaman yang terjadi dewasa ini menunjukkan pada kecenderungan yang cukup memprihatinkan namun sangat menarik untuk dikritisi, praktik yang dijalani umat manusia diseluruh dunia khususnya di Indonesia menunjukkan kecenderungan pada aktivitas yang banyak menanggalkan nilai-nilai keislaman, terutama dalam berusaha dan berbisnis. Rasulullah SAW secara tegas menyatakan dalam sabdanya bahwa perdagangan (berbisnis, berusaha) adalah suatu lahan yang paling banyak mendatangkan keberkahan, namun harus di pahami bahwa praktik bisnis yang seharusnya dilakukan oleh setiap manusia harus menurut ajaran Islam (syariah) yang telah di tetapkan dan ditentukan batas-batasnya, oleh karena itu Islam memberikan kategori usaha yang dianjurkan (halal) dan juga usaha yang dilarang (haram).

Firman Allah SWT: Dalam Q.S Al-Maidah 5:87.

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾

Terjemahannya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampau batas”. (Qs. Al-Maidah: 87)¹

¹Kementrian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan Q.S. Al-Maidah 5:87, h.124

Perkembangan lembaga-lembaga keuangan syariah terutama perbankan syariah tergolong sangat cepat terbukti dengan peningkatan jumlah nasabah yang terus meningkat setiap tahunnya, Hal ini disebabkan adanya keyakinan yang kuat dikalangan masyarakat muslim bahwa perbankan konvensional itu mengandung unsur riba yang dilarang agama Islam, Perbedaan pokok antara perbankan syariah dan perbankan konvensional adalah adanya larangan riba (bunga bank) bagi perbankan syariah, larangan tersebut tentu tidak lain adalah untuk menghindari kesulitan sebagian besar masyarakat yang terlibat dalam sistem bunga bank. Hal ini sejalan dengan salah satu hadits berikut:

حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ أَبِي زَائِدَةَ عَنْ إِسْرَائِيلَ بْنِ الرَّكَّانِ بْنِ الرَّبِيعِ بْنِ عُمَيْلَةَ عَنْ أَبِيهِ عَنْ ابْنِ مَسْعُودٍ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَا أَحَدٌ أَكْثَرَ مِنَ الرَّبَا إِلَّا كَانَ عَاقِبَةُ أَمْرِهِ إِلَى قَلَّةٍ

Terjemahannya:

Telah menceritakan kepada kami Yahya bin Abu Zaidah dari Isra'il dari Ar Rukain bin Ar Rabi' bin 'Umailah dari Bapaknya dari Ibnu Mas'ud dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam, beliau bersabda: "Tidaklah seseorang yang memperbanyak riba, melainkan akhir perkaranya akan merugi."²

Peningkatan jumlah nasabah pada perbankan syariah sejatinya diawali dengan kepercayaan masyarakat terhadap bukti yang pernah terjadi pada era 80-an di mana terjadi krisis moneter yang melumpuhkan prekonomian Indonesia, Di mana banyak bank-bank konvensional yang mengalami keterpurukan, lain halnya dengan bank syariah yakni bank muamalat sebagai bank syariah pertama di Indonesia yang tetap berdiri kokoh karena tidak menerapkan sistem bunga. Hal

²Sunan, IbnuMajah/ Abu, Abdullah, Muhammad binYazid Alqazwini Kitab: Perdagangan/ Juz. 2/ Hal. 765/ No. (2279) Penerbit: Darul Fikri/ Bairut-Libanon/ 1991 M.

tersebut yang menjadi bukti kuat bahwa kegiatan ekonomi atau bermuamalah dengan tidak menggunakan instrumen bunga melainkan berlandaskan syariah mampu berdiri dan bertahan.

Riba meniadakan kebaikan dan mencegah pengharapan orang-orang yang memiliki kebutuhan terhadap orang lain, riba mendapatkan keuntungan dengan cara memanfaatkan penghasilan orang lain secara tidak wajar. Sedangkan Islam mengajarkan dan menganjurkan agar manusia berbuat baik terhadap sesamanya pada semua aspek kehidupan termasuk pemenuhan kebutuhan, kekayaan dan usaha adalah dua hal yang keterkaitannya selalu ingin dihapuskan oleh riba, dan yang mendapatkan manfaat dari harta orang lain sesungguhnya orang tersebut mendapatkan kekayaan tanpa usaha. Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim terbanyak di dunia pada saat ini banyak di dimanfaatkan oleh masyarakat khususnya bidang perbankan untuk membuka peluang bisnis yang sesuai dengan kepercayaan penduduk mayoritas yakni Islam, begitu banyak bermunculan hal-hal yang menggunakan nama atau label syariah pada saat ini dan menjadi *trend* diberbagai bidang usaha terutama di bidang perbankan, tak dapat di pungkiri bahwa bank syariah menjadi *trend* dalam prekonomian saat ini, Terlebih lagi bank syariah dikenal mampu bertahan dan muncul sebagai solusi krisis global, sehingga semakin banyak bank-bank membentuk unit usaha syariah yang kompetitif sebagai promosi atau ajang pencitraan yang positif bagi suatu bank. namun demikian tidak sedikit perbankan yang menggunakan label syariah hanya untuk menarik minat nasabah dan hanya digunakan sebagai ajang promosi dan citra bank semata yang mengharapkan meningkatnya jumlah nasabah dari

berbagai kalangan khususnya umat muslim, hal inilah yang kemudian memunculkan banyak pemikiran negatif masyarakat terhadap perbankan syariah, dan hal yang paling sering kita dengar adalah “bank berlabel syariah namun pada prakteknya masih konvensional”.

Harapan masyarakat akan peran vital perbankan syariah dalam rangka turut serta membantu pertumbuhan sekaligus perkembangan tingkat kesejahteraan masyarakat Indonesia hingga saat ini dinilai oleh banyak pakar perbankan Islam ataupun ekonomi Islam sendiri sangat jauh dari harapan, bahkan bernilai tumpul, mengingat perilaku perbankan yang dijalankannya tidak jauh berbeda dengan perbankan konvensional, bahkan dinilai lebih “merugikan” umat Islam sendiri. Bahkan menurut Usman Kartadijaya, perbankan syariah saat ini hanya lebih menonjol pada aspek “bajunya” namun prinsip perbankan yang dijalankannya masih banyak yang jauh dari ketentuan syariah itu sendiri.³ Sehingga jangan disalahkan jika prekonomian umat Islam di Indonesia sendiri seakan-akan berjalan tanpa dorongan yang meyakinkan, yang pada akhirnya angka kemiskinan umat Islam di Negeri ini disinyalir justru semakin meningkat. Menurut Muhammad Antonio Syafi’i dan Abdul Jamal Abbas ada beberapa faktor yang menyebabkan terjadinya kenyataan di atas salah-satunya adalah aspek komitmen dari pembuat dan pelaksana kebijakan perbankan syariah atas pelaksanaan prinsip-prinsip syariah yang masih rendah. Hal ini diindikasikan dengan hampir sebagian besar perbankan syariah di Indonesia ternyata hanya menggunakan prinsip syariah sebagai “kedok atau topeng” belaka dalam pelaksanaan

³Usman Kartadijaya, “*menyoroti perbankan syariah di indonesia*”,(bandung: PT.Insan Madani.2017),12,<https://www.kopasiana.com>>permasalahan perbankan. Terakhir di akses 12 maret 2019.

perbankanya, sehingga yang terjadi justru disinyalir perbankan syariah meraup keuntungan yang jauh lebih besar dibandingkan dengan perbankan konvensional. Akibatnya bukan malah memberikan nilai kesejahteraan yang lebih baik bagi masyarakat tetapi justru sebaliknya ikut menambah kesusahan masyarakat kecil dan menengah.⁴

Meningkatnya pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia secara otomatis mengharuskan adanya penguatan dari sisi prinsip syariah agar perjalanan perbankan syariah selalu dalam jalur yang benar dan mengikuti kaidah-kaidah syariah yang berlaku, serta mampu menepis persepsi masyarakat yang beranggapan perbankan syariah hanya label namanya “syariah” tetapi produk dan isinya tidak jauh berbeda dengan perbankan konvensional. Untuk menjaga produk-produk perbankan syariah dan mensterilkan dari hal-hal yang dilarang dan sesuai dengan labelnya membutuhkan penguatan prinsip syariah yang diambil dari sumber ajaran Islam yaitu Al-Qur’an, Sunnah, Ijma dan Ijtihad ulama yang terkodifikasi dalam berbagai literatur yang dikaji oleh perkumpulan ulama dalam dewan syariah sehingga perkembangan perbankan syariah selaras dengan prinsip syariah, karena prinsip syariah adalah karakteristik dan pembeda bank syariah dengan bank konvensional.

Kelahiran dan perkembangan bank syariah tidak terlepas dari upaya masyarakat yang selaras dengan orientasi nilai yang tumbuh dalam masyarakat Islam, utamanya masyarakat yang lingkungan pendidikannya berasal dari Institut dan Universitas yang menanamkan nilai Islam. Perbankan syariah sangat erat

⁴Muhammad Antonio Syafi’i, *“perkembangan lembaga keuangan Islam”*, (Jakarta: BAMUI dan BMI, 2016), 37 dan Abdul Jamal Abbas, *“perbankan syariah kontemporer, prinsip, nilai, dan perkembangannya di Indonesia”*, (Jakarta: Bintang Pustaka, 2017), 12.

kaitannya dengan mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang diketahui berasal dari latar belakang dan daerah yang berbeda-beda, namun memiliki kesamaan pemahaman dan kepercayaan yang telah tertanam dalam diri masing-masing yakni bahwa bunga pada perbankan konvensional adalah riba, dan hal tersebut diharamkan dan tidak dibenarkan dalam agama Islam.

Objek penelitian ini adalah Mahasiswa FEBI Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2015 IAIN Palopo. Fokus penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2015 yang telah melakukan magang serta praktek dan kerja langsung di lapangan yaitu pada perbankan syariah yang telah ditentukan. Selain itu, penelitian ini juga berfokus pada mahasiswa yang telah melaksanakan kegiatan *Workshop Basic Shari'a Banking* dengan bank Muamalat sebagai bank pertama murni syariah. Dari pengalaman tersebut maka akan diketahui seberapa besar minat mahasiswa pada perbankan yang berlabel syariah, adapun data yang peneliti peroleh yaitu jumlah populasi adalah 190 Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2015.⁵

Adapun berbagai faktor yang memengaruhi minat mahasiswa IAIN Palopo utamanya mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Semester (VII) Angkatan 2015 memilih menggunakan jasa perbankan yang berlabel syariah diantaranya adalah faktor dari dalam individu itu sendiri. Faktor tersebut berupa pemahaman yang telah ditanamkan dari penguasaan ilmu pengetahuan yang berasal dari proses selama belajar di kampus sehingga memberikan arahan untuk menjadi mahasiswa

⁵Data Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2015 IAIN Palopo 2019.

yang memiliki preferensi pilihan terhadap perbankan yang sesuai dengan anjuran agama Islam yakni bank menjalankan aktivitasnya sesuai dengan prinsip syariah.⁶

Peningkatan kesadaran tentang pentingnya sebuah label, nama ataupun *brand* dalam sebuah bisnis tentu tujuan utamanya adalah agar masyarakat khususnya mahasiswa IAIN palopo menggunakan jasa perbankan syariah. Karenanya fokus penulis adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh label, nama ataupun *brand* perusahaan perbankan dalam menarik minat nasabah khususnya mahasiswa IAIN palopo. Penulis akan menuangkan dan membahas dalam penelitian yang berjudul :

“PENGARUH LABEL SYARIAH TERHADAP MINAT MAHASISWA IAIN PALOPO MEMILIH JASA PERBANKAN SYARIAH”.

B. Rumusan Masalah

Agar pembahasan dalam penelitian ini tidak meluas maka sesuai dengan judul di atas penulis membatasi masalah pada pokok permasalahan yang dibahas adalah sebagai berikut:

“Apakah label syariah pada perbankan dapat memengaruhi minat mahasiswa IAIN palopo untuk memilih menggunakan jasa perbankan syariah?”

C. Tujuan penelitian

Untuk mengetahui apakah penggunaan label syariah pada perbankan memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa IAIN Palopo memilih jasa perbankan syariah.

⁶Hasil Observasi dari Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2015 IAIN Palopo, tanggal 15 Februari 2019.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis dan akademisi
 - a) Menambah wawasan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat mahasiswa FEBI dalam menggunakan jasa perbankan yang menggunakan label syariah dalam ilmu pemasaran.
 - b) Menambah pola pikir ilmiah pada penulis tentang dunia perbankan syariah
2. Bagi praktisi dan perusahaan
 - a) Sebagai pertimbangan perbankan syariah dalam faktor-faktor yang dapat memajukan dunia perbankan khususnya bank syariah.
 - b) Sebagai bahan pertimbangan, masukan, dan tambahan informasi bagi instansi keuangan perusahaan perbankan.
3. Bagi mahasiswa dan masyarakat

Sebagai bahan pertimbangan mahasiswa dan masyarakat dalam memilih perbankan untuk kemaslahatan dunia dan akhirat.

E. Definisi Operasional

1. Pengaruh

Pengaruh merupakan daya tarik yang mengubah kepercayaan atau perbuatan seseorang sehingga memicu gejala yang dapat memberikan perubahan dari sikap, watak, kepribadian dan tindakan awal seseorang. Sehingga perubahan yang tampak mengikuti daya tarik yang ditimbulkan.

2. Label, *brand*, merek

Label dapat menyatakan nama dari tempat, atau semua benda dan segala yang dibendakan. Label menggambarkan secara jelas tentang nama barang, nama

pemilik, tujuan alamat. Dengan adanya label pada suatu produk maka akan memudahkan bagi konsumen untuk membedakan satu produk dengan produk yang lain, dan hal yang paling utama adalah dengan adanya label pada suatu produk, konsumen bisa memilih dan menilai produk yang cocok untuk digunakan utamanya kita sebagai ummat Islam sangat penting untuk berhati-hati dalam memilih suatu produk di mana seharusnya sebelum memilih produk tertentu, utamakan untuk memastikan label halal pada produk yang akan digunakan.

3. Minat

Minat merupakan perhatian dan perasaan khusus terhadap sesuatu yang cenderung untuk mengubah seseorang untuk memusatkan perhatiannya kepada suatu hal yang menjadi fokus utamanya, di mana seseorang akan merasa tertarik pada sesuatu yang di latar belakang pengaruh-pengaruh tertentu yang cenderung membuat seseorang berinisiatif pada suatu hal, minat berarti daya tarik atau penggerak, minat adalah suatu penambah keinginan dan daya penggerak kemauan kerja seseorang, sehingga minat memiliki suatu tujuan tertentu yang ingin dicapai.

4. Perbankan syariah

Perbankan syariah adalah sebuah lembaga atau bank yang dibentuk oleh ummat muslim yang tujuannya digunakan untuk melakukan lalu lintas prekonomian berbasis syariah baik teori maupun praktek berjalan sesuai aturan Islam yang diharapkan dapat membawa keuntungan di dunia dan di akhirat yang dapat digunakan oleh semua kalangan tidak hanya untuk ummat

muslim saja namun juga non muslim. Bank syariah merupakan bagian penting ekonomi syariah yang komitmennya patuh terhadap etika agama yang telah dianjurkan dalam Al-Qur'an dan Hadits, yang kegiatannya mengacu pada konsep mashlahat dan mengutamakan asas keadilan dengan tujuan mulia yakni mencapai falah.

5. Label Syariah

Syariah adalah kumpulan peraturan Allah SWT yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Sunnah yang berisi tentang perintah, larangan, prinsip dan panduan yang diwahyukan kepada Baginda Rasulullah SAW sebagai pedoman hidup ummat manusia untuk keselamatan hidup di dunia dan di akhirat. Jadi, label syariah adalah merek atau brand yang tugas dan fungsinya menunjukkan potongan-potongan informasi produk atau jasa yang sesuai dengan syariat Islam yang merujuk kepada Al-Qur'an dan Hadits.

6. Ketentuan label, brand atau merek dalam Islam

Dalam Islam nama adalah sebuah doa dan harapan dan kita dianjurkan untuk memberi nama yang baik pada segala aspek kehidupan baik anak maupun usaha kita. Islam sebagai agama yang selalu menuntun kepada kebaikan memberikan minimal ada tiga konsep yang harus diperhatikan dan diaplikasikan dalam memberi nama:⁷

- a) Pertama: Nama tersebut mengandung pujian seperti Ahmad atau Muhammad.
- b) Kedua: Mengandung harapan dan doa seperti Aflah atau Sholih

⁷Mukhlis, trik membuat merek yang menjual, artikel di akses pada 10 juli 2018 dari <http://abangadek-adv.com>.

- c) Ketiga: Mengandung makna semangat atau menimbulkan pantang menyerah bila melihat dan mendengarnya seperti Asadullah.

Dalam hal konsep brand, label dalam Islam, label syariah sudah mengandung ketiga syarat diatas. Syariah artinya sumber air atau jalan yang patut di tempuh atau jejak yang harus di ikuti oleh orang-orang beriman.⁸ Dari pengertian tersebut tersirat bahwa ada pujian kepada Allah SWT sebagai sang pencipta hukum pedoman hidup manusia. Kemudian mengandung doa pada kalimat “ke sumber air” artinya bahwa segala sesuatu yang dilakukan untuk mendapatkan ridhoh Allah SWT.

Syariah Islam adalah sumber informasi yang secara langsung diberikan oleh Allah SWT melalui Al-Qur’an dan Sunnah dengan tujuan memberikan pedoman terhadap prilaku manusia agar terselamatkan dari tindakan yang dapat memberikan kerugian, serta menjauhkan dalam mencapai falah.

F. Definisi konseptual

Dalam penelitian ini yang digunakan sebagai konseptual adalah sebagai berikut:

1. Menurut Kotler dan Keller: label adalah lambang, istilah, nama, tanda, atau desain dan semua jenis kombinasinya yang ditujukan untuk menggambarkan barang atau jasa dari salah-satu penjual atau berbagai kelompok penjual yang mendefereusiasikan usaha mereka dari para pesaing.⁹

⁸Daral Fikri, Dairah Al-ma’arif Al Islamiyah (beirut vol III) h.242

⁹Kotler, P dan Keller, K, “*Manajemen Pemasaran*” Jilid 1, Edisi *Ketiga Belas*, (Diterjemahkan oleh: Bob Sabran, MM, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009, h.258

2. Menurut Lutfiah: syariah adalah kumpulan peraturan Allah SWT yang terkandung dalam Alqur'an dan As-sunnah yang berisi perintah, larangan, prinsip dan panduan, yang diamanahkan kepada baginda Rasulullah SAW, sebagai pedoman hidup manusia untuk keselamatan hidup didunia dan diakhirat.¹⁰
3. Menurut simamora minat adalah suatu pribadi yang berhubungan dengan sikap individu yang berminat pada suatu objek yang akan memiliki dorongan untuk mendekati objek tersebut.¹¹

G. Definisi Operasional Variabel

Tabel 1.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Label syariah (X)	Label syariah yaitu: merek yang tugasnya adalah menunjukkan potongan informasi produk sesuai dengan syariat islam yang merujuk pada Al-qur'an dan Hadits.	1. Pengetahuan 2. Doktrin Riba	Likert
Minat Mahasiswa (Y)	Minat mahasiswa yaitu: kecenderungan individu dalam bertindak sebelum keputusan untuk memilih diperbankan syariah menjadi pilihan dan dilaksanakan.	1. Faktor Dorongan Dari Dalam 2. Faktor Emosional dan Perasaan	Likert

¹⁰Mardani, "Pengertian, Ruang Lingkup, Manfaat Ekonomi Syariah," dalam Lutfiah, "Pengaruh Pendapatan Nasabah Terhadap Keinginan Menabung," Cet. I: Jakarta: Srigunting, 2016, h. 25.

¹¹Simamora, "Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Produk," 19 July 2011. <https://Jurnal-sdm.blogspotcom/index.html>, (di akses 23 Februari 2019), h.131.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Berikut ini adalah hasil penelitian yang memiliki persamaan dan keterkaitan dengan pengaruh label syariah pada perbankan syariah terhadap minat mahasiswa IAIN palopo khususnya mahasiswa FEBI dalam memilih menggunakan jasa perbankan syariah sebagai bahan perbandingan dan acuan dalam proposal ini:

Izza lutfiah, (2016). (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya). Penelitian ini berjudul “pengaruh label syariah, harga dan fasilitas terhadap niat pembelian ulang di Pasar syariah Az-Zaitun 1 Surabaya”.¹² Populasi yang digunakan adalah masyarakat kutisari dan sekitarnya yang sedang berbelanja di Pasar Az-Zaitun 1 Surabaya dengan sampel 100 orang dengan teknik pengambilan sampel *strafied random samplig*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji simultan dan uji parsial diketahui bahwa hanya variabel fasilitas yang berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian ulang di Pasar syariah Az-Zaitun 1 Surabaya.

Relevansi dari penelitian yang dilakukan oleh Izza Lutfiah dengan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang label syariah sebagai variabel bebas, perbedaan penelitian yang dilakukan Izza Lutfiah dengan peneliti terletak pada metode pengumpulan data dimana Izza Lutfiah menggunakan metode *strafied random samplig*, sedangkan peneliti menggunakan metode *purposive sampling*

¹² Izza Lutfiyah, “Pengaruh Label Syariah,Harga dan Fasilitas Terhadap Pembelian Ulang Di Pasar Syariah Az-Zaitun 1 Surabaya”, Skripsi, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2016), h. 50.

Kemudian penelitian selanjutnya oleh Mahardika Dinda Qurnia Sakti, (2015). (Fakultas Psikologi, UIN sunan ampel surabaya). Dengan judul penelitian “hubungan brand image syariah dan tingkat religiusitas terhadap minat menjadi nasabah”.¹³ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui brand image syariah berhubungan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dan untuk mengetahui tingkat religiusitas berhubungan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Dalam penelitiannya yang menjadi populasi adalah masyarakat Surabaya khususnya Surabaya Selatan Kecamatan Sawahan dengan jumlah sampel 100 responden. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kedua variabel tidak memiliki dampak signifikan terhadap minat menabung masyarakat pada bank syariah, hal tersebut terjadi karena jumlah sampel yang digunakan tidak relevan.

Relevansi penelitian yang dilakukan oleh Mahardika Dinda Qurnia Sakti dengan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang brand atau label syariah dan pengaruhnya terhadap minat, perbedaan kedua penelitian terletak pada hasil penelitian, di mana hasil penelitian yang dilakukan oleh Mahardika Dinda Qurnia Sakti menunjukkan bahwa brand syariah tidak berpengaruh secara signifikan pada minat masyarakat menjadi nasabah. Sedangkan sebaliknya hasil penelitian yang dilakukan peneliti justru label atau brand syariah sangat berpengaruh terhadap minat memilih jasa perbankan syariah. Selain itu, perbedaan yang sangat mencolok terdapat pada populasi dan sampel yang dipilih kedua peneliti, Mahardika memilih masyarakat yang sangat banyak untuk menjadi populasi sedangkan peneliti membatasi populasinya hanya pada mahasiswa tertentu.

¹³ Mahardika Dinda Qurnia Sakti, “*Hubungan Brand Image Syariah dan Tingkat Religiusitas Terhadap Minat Menjadi Nasabah*”, thesis, (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2015), h. 63.

Penelitian selanjutnya oleh Ahmad Hidir, (2016). (Fakutas Ekonomi dan Bisnis Islam, jurusan ekonomi syariah IAIN purwokerto). Penelitiannya tentang “Aspek penguatan layanan label syariah terhadap kepuasan nasabah”.¹⁴ Penelitiannya bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan label syariah memiliki pengaruh yang signifikan terkait royalti nasabah. Penelitiannya dilakukan di kantor cabang pegadaian syariah Pasar Babakan Kanwil IX Jakarta 2 Jakarta. Dari hasil penelitiannya diketahui bahwa kedua variabel penelitian yaitu variabel kualitas pelayanan dan variabel label syariah sama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah di kantor cabang Babakan Kanwil IX Jakarta 2 Jakarta.

Relevansi penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Hidir dengan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang label syariah dengan hasil penelitian yang menunjukkan kesamaan bahwa label syariah berpengaruh signifikan, perbedaan penelitian terletak pada jumlah variabel yang digunakan, Ahmad Hidir menggunakan tiga variabel atau regresi linear berganda, sedangkan peneliti hanya menggunakan dua variabel syariah atau regresi liner sederhana. Perbedaan selanjutnya juga terdapat pada pemilihan objek atau populasi yang digunakan, Ahmad Hidir memilih masyarakat jakarta yang jumlahnya tidak terhingga dan sampel yang berjumlah sangat banyak pula, sebaliknya peneliti memilih menetapkan standar atau kriteria dalam memilih objek atau populasi sehingga memudahkan peneliti dalam menentukan jumlah sampel yang akan mendukung hasil penelitian.

¹⁴Ahmad Hidir, “*Aspek Penguatan Layanan label Syariah Terhadap kepuasan Nasabah*”, Skripsi, (Purwokerto: IAIN Purwoketo, 2016), h. 54.

B. Landasan Teori

1. Definisi label

Menurut Angipora label merupakan suatu bagian dari sebuah produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya. Label adalah tampilan sederhana pada produk atau gambar yang dirancang dengan rumit yang merupakan suatu kesatuan dengan kemasan yang di dalamnya bisa hanya mencantumkan merek atau informasi di dalamnya.¹⁵

Menurut kotler dan keller label atau merek (*brand*) adalah lambang, istilah, nama, tanda, atau desain, dan semua kombinasinya, yang ditujukan untuk menggambarkan barang dan jasa dari salah satu penjual atau berbagai kelompok penjual dan mendiferensiasikan usaha mereka dari para pesaing. Selain itu terdapat berbagai macam label secara spesifik yang mempunyai pengertian berbeda antara lain:

- a). Label produk adalah bagian dari pengemasan sebuah produk yang mengandung informasi mengenai produk atau penjualan produk.
- b). Label merek adalah nama merek yang diletakkan pada kemasan produk.
- c). Label tingkat yakni mengidentifikasi mutu produk, label ini terdiri dari huruf, angka atau metode lainnya untuk menunjukkan tingkat kualitas dari produk itu sendiri.
- d). Label deskriptif yakni berupa daftar isi, menggambarkan pemakaian dan mendaftarkan ciri-ciri produk yang lainnya. Pemberian label merupakan elemen

¹⁵Angipora, Marinus, "*Dasar-Dasar Pemasaran*," (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), h. 192. <https://id.scribd.com/pdf>. (di akses 15 Maret 2019).

produk yang sangat penting yang patut memperoleh perhatian saksama dengan tujuan agar menarik konsumen.¹⁶

Amerika Marketing Association mendefinisikan label atau brand sebagai istilah, tanda maupun simbol yang dimaksudkan untuk mendefinisikan barang atau jasa dari suatu perusahaan atau kelompok penjual yang dapat membedakan dengan produk pesaing.¹⁷ Pada intinya label atau brand adalah bagian dari seni yang paling utama dalam pemasaran, pada intinya penggunaan label atau brand adalah untuk menunjukkan perbedaan dengan pesaing meskipun terdapat kesamaan namun perbedaan dalam pemberian label pada produk menunjukkan perbedaan dari segi pemberian istilah pada produk tersendiri. Penggunaan label secara konsisten akan membuat suatu produk dapat dengan mudah dikenali sehingga segala sesuatu yang berkaitan dengan produk tertentu dapat tetap diingat oleh orang yang pernah menggunakan atau mengomsumsinya. Arti atau makna pada sebuah label atau brand sejatinya dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen, pengetahuan konsumen tentang perusahaan yang ada dibalik label dapat memiliki kesan dan penilaian tersendiri terhadap suatu produk.

Suatu label dapat memiliki kesan tersendiri apabila konsumen dapat menerima dan mengingat suatu produk tertentu dengan label yang ditentukan, kesukaan konsumen pada label tertentu dapat dianggap sebagai suatu bentuk penghargaan dan kepercayaan, hal ini dapat menjadi awal suatu hubungan. Pada

¹⁶ Kotler & Keller, "*Prinsip-Prinsip Pemasaran*," Terjemahan oleh: Bob Sabran, (Ed ke 13 Jilid 2), <https://repository.widyatama.ac.id.pdf>. (di akses 26 Maret 2019).

¹⁷ Suharto Rachman, "*Definisi Merek Menurut America Marketing Association (AMA)*," (14 Januari 2016). <https://docplayer.info/docview/55/36359617/?widht='728'allowfullscreen>. (di akses 15 mei 2019), h. 87.

akhirnya perusahaan mendapat simpati dan peluang besar dalam mendapatkan lebih banyak konsumen. Di dalam sebuah label seringkali memberikan serangkaian janji yang di dalamnya terdapat beberapa hal yang menyangkut kepercayaan, konsistensi, dan harapan, dengan demikian pemberian label pada suatu bidang usaha sangat penting karena mempermudah konsumen dalam memutuskan pilihan pembelian karena hal tersebut merupakan suatu bentuk jaminan akan kualitas, dan sebaliknya pemberian label pada suatu produk akan membantu perusahaan dalam upaya membangun loyalitas dan hubungan berkelanjutan dengan konsumen.

Pengertian label atau brand dapat dipahami lebih dalam pada tiga hal berikut:

1. Contoh label nama: Bank Muamalat, BRI syariah, Aqua, Rinso, Wardah, dan banyak contoh lainnya.
2. Contoh simbol: simbol huruf iB dari perbankan syariah di Indonesia, gambar atau simbol sayap pada motor Honda, dan gambar atau simbol orang tua berjenggot pada brand orang tua (ot) dan lainnya.
3. Contoh karakter: si Domar pada Indomaret, burung dan kucing pada produk makanan Gery.

Selain pengertian label di atas, definisi label lainnya sebagai berikut:

1. Label dapat diartikan sebagai janji.
2. Label pada intinya adalah persepsi masyarakat mengenai produk tertentu.
3. Label tertentu dapat menjadi istimewa di benak konsumen yang pernah menggunakannya dan merasa puas dengan produk tersebut.

4. Label adalah keyakinan dan nilai yang membedakan proses pengambilan keputusan konsumen dalam menentukan pilihan.¹⁸

Melalui beberapa pengertian di atas label syariah yang tercantum pada nama perusahaan atau pada nama produk tertentu harus mengandung komponen di atas. Antara lain mengandung janji yakni janji penyediaan jasa atau produk yang sesuai dengan anjuran Al-Qur'an dan Sunah, label syariah juga harus mampu meyakinkan persepsi masyarakat bahwa produk dan jasa yang ditawarkan telah sesuai syariah melalui implementasinya, label juga diharapkan mendapatkan tempat istimewa di benak nasabah karena hal tersebut sebagai bentuk kepercayaan yang akan mendapatkan sikap loyalitas nasabah.

Selain itu pengertian label dan brand dapat disempurnakan sebagai berikut:

1. Atribut: Bank Muamalat Indonesia menyatakan transaksi yang syariah, produknya dirancang sebaik mungkin dan dibuat khusus dengan mengikuti anjuran Al-Qur'an dan Sunnah yakni bebas dari segala kemudharatan seperti riba, gharar, maysir, dan juga mengharuskan bekerja dengan mitra bisnis yang terpercaya. Salah-satu atribut yang digunakan bank Muamalat saat ini yakni "bank pertama murni syariah" yang merupakan slogan Bank Muamalat Indonesia.
2. Manfaat: label bukan hanya sebagai atribut melainkan dikembangkan menjadi manfaat, dimana Bank Muamalat menjamin manfaat bebas dari dosa riba.
3. Nilai: suatu bank syariah menunjukkan kinerja yang tinggi, bebas riba, dan jaminan keamanan.

¹⁸<http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/05/brand-equity-kekuatan-suatu-merek.html>. (di akses 25 mei 2019).

4. Budaya: bank syariah mewakili budaya ajaran Islam yang berprinsip pada keadilan yang orientasinya tidak hanya pada mendapat keuntungan sebanyak-banyaknya melainkan keselamatan dunia dan akhirat.
5. Kepribadian: mencerminkan kepribadian ramah dan terdapat objek saling tolong menolong didalamnya.
6. Pemakai: menunjukkan jenis nasabah yang menggunakannya, contoh besarnya nasabah yang memilih menggunakan bank syariah adalah jenis nasabah yang tau betul manfaat yang terdapat di dalam bank syariah yang tidak terdapat pada bank konvensional.

Dengan semua pengertian di atas nasabah ataupun konsumen dapat menentukan pada tingkat apa label yang ingin ditetapkannya, maka pihak perusahaan memiliki tugas dan peran penting untuk menentukan arti dan isi label yang akan digunakannya sehingga kesalahan dalam mempromosikan label hanya sebagai atribut tidak menghilangkan arti dan nilai yang sesungguhnya. Di mana kesalahan dengan mempromosikan label sebagai atribut acapkali merugikan perusahaan hal ini disebabkan oleh hal berikut:

1. Nasabah atau konsumen biasanya lebih tertarik pada manfaat dibandingkan dengan atribut yang ditampilkan.
2. Atribut biasanya lebih mudah ditiru oleh pesaing dibandingkan manfaat yang ditawarkan produk tertentu.
3. Arti dari sebuah atribut biasanya tidak dapat bertahan lama ketika memiliki banyak pesaing.

Menurut Aker label memiliki 5 kategori diantaranya sebagai berikut:

- a. Loyaitas merek/label
- b. Kesadaran akan merek/label
- c. Kualitas yang dirasakan
- d. Merek/label sebagai tambahan kesan kualitas
- e. Label merupakan hak paten¹⁹

Kategori diatas harus dimiliki setiap instansi ataupun perusahaan jika ingin mencapai hasil yang maksimal, sebab penggunaan label pada perusahaan membuat perusahaan mampu bersaing. Adapun manfaat penempatan label pada suatu perusahaan ataupun produk dapat dikemukakan dalam penjelasan berikut:

- a) Memberi nilai kepada konsumen:

Tujuan penggunaan label pada suatu perusahaan ataupun produk tujuannya tidak lain adalah sebagai berikut:

- 1) Konsumen dapat terbantu dalam hal menafsirkan, berproses dan menyimpan informasi dalam jumlah yang besar mengenai produk.

- 2) Kepercayaan diri konsumen dalam mengambil keputusan pemilihan produk tertentu dapat dipengaruhi dengan adanya label maupun merek.

- 3) Hal utama adalah kenyataan bahwa kesan kualitas pada suatu label bisa menguatkan kepuasan nasabah dan konsumen dari pengalaman menggunakannya.

- b) Memberi nilai kepada perusahaan

Label tidak hanya memiliki peran dalam memberikan nilai tambahan untuk konsumen, akan tetapi juga berperan dalam menambah nilai perusahaan:

¹⁹Husein Umar, *Riset pemasaran & perilaku konsumen* (jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama,2000) dalam Briliyan Rahmat Sukmono, “pengaruh label syariah terhadap jumlah nasabah” jakarta, 2011, h.31.

1) Sebagai penguat dalam memikat konsumen atau calon nasabah dan merangkul kembali konsumen dan nasabah yang lama.

2) Menguatkan loyaltas label, kesan kualitas yang terkenal dapat menjadi alasan untuk menarik penggunaan dan mempengaruhi kepuasan nasabah.

3) Memungkinkan peningkatan margin yang lebih tinggi dengan label yang sudah terkenal memungkinkan pengurangan biaya dalam hal promosi.²⁰

Dalam Islam, konsep *branding* (pemberian label) telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW, beliau bukanlah pemilik perusahaan yang terkenal. Akan tetapi beliau memiliki *personal branding* tersendiri yang sangat kuat dengan bermodalkan kepercayaan, sikap jujur, dan integritasnya, banyak mendatangkan kepercayaan para pengusaha dan tanpa ragu untuk menginvestasikan hartanyanya kepada beliau. Karena sikap jujurnya beliau adalah suri tauladan bagi seluruh umat muslim, sikap jujurnya memberikan pelajaran bahwa jika ingin label terkenal, maka sangat penting untuk membuktikan kualitas dan aspeknya terlebih dahulu. Maka hal yang harus diperhatikan dalam menetapkan label adalah:²¹

1) Sebuah label hendaknya mudah untuk diucapkan dan juga mudah ditulis, sebab jika sebuah label sulit untuk diucapkan maka label tersebut mudah untuk dilupakan, maka label dengan suku kata yang singkat akan menjadi solusi yang paling tepat untuk diterapkan.

²⁰ Ria A. Wijaya, "Pengertian dan Fungsi Desain Label Sebuah Produk," <https://blog.sribu.com.pdf>. (di akses 24 mei 2019).

²¹ *Konsep Branding Islam: Strategi Bisnis Nabi Muhammad SAW yang Cocok di Era Modern*, <https://Pegadaiansyariah.co.id>. (di akses 27 Mei 2019), h. 27.

2) Pentingnya arti sebuah label yang memudahkan masyarakat dapat menerima dengan baik, maka diutamakan untuk berhati-hati dalam memilih dan menetapkan sebuah label pada suatu produk, karena arti sebuah suku kata biasanya mengandung makna yang berbeda-beda pada setiap daerah.

3) Label mengandung makna yang melekat pada suatu perusahaan ataupun produk, contohnya bank syariah yang memiliki makna bank yang bebas riba dan bebas dari kemudharatan lainnya yang dapat merugikan nasabah.

4) Bentuk dan tulisan label pada perusahaan dapat dilihat secara jelas, hal ini adalah hal yang perlu diperhatikan karena menjadi awal untuk dikenal dan dilihat oleh calon nasabah.

Islam mengatur tentang kehidupan ekonomi umat yang diutarakan dalam beberapa penjelasan berikut:²²

- a. Tidak memperkenankan kegiatan yang didalamnya mengandung unsur spekulasi dan perjudian termasuk aktivitas ekonomi yang akan mendatangkan kerugian bagi masyarakat.
- b. Harta tidak boleh hanya dikuasai oleh beberapa orang saja melainkan harus mengalami perputaran, sebab Allah SWT tidak menyukai penimbunan harta yang menimbulkan harta tidak produktif karenanya perintah untuk berzakat dianjurkan untuk meratakan perekonomian.
- c. Bekerja dan mencari nafkah adalah bagian dari ibadah, diwajibkan bagi setiap orang untuk bekerja sehingga selalu siap untuk menghadapi resiko, hal ini juga ditunjukkan agar seseorang memperoleh keuntungan dan manfaat.

²² Kartajaya. H, *Marketing In Venus*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011), h.174.

- d. Zakat sebagai bentuk instrumen pemenuhan kewajiban dalam hal menyisihkan harta yang didalamnya terdapat hak orang lain yang memenuhi syarat untuk menerimanya. Hal ini juga sebagai sebuah bentuk nyata dalam memerangi kemiskinan dan penguasaan harta pada segelintir orang saja.
- e. Telah disepakati oleh ulama dan *islamic banker* bahwa dikalangan dunia ekonomi Islam bahwa bunga bank adalah riba, dan riba diharamkan.

2. Definisi syariah

Menurut Kertajaya dan Syakir kata “syariah” berasal dari kata “syara’a Al-syai’a” yang memiliki makna menggambarkan atau menjelaskan sesuatu atau berasal dari kata “syir’ah” dan “syari’ah” yang memiliki makna suatu tempat yang digunakan sebagai sarana untuk mendapatkan air secara langsung hingga orang yang ingin mendapatkannya tidak memerlukan bantuan alat lain.²³

Menurut Mardani syariah adalah kumpulan peraturan Allah SWT yang terkandung dalam Al-qur’an dan Assunah yang berisi perintah, larangan, prinsip dan panduan, yang diwahyukan kepada Baginda Rasulullah SAW, sebagai pedoman hidup umat manusia, untuk keselamatan hidupnya didunia dan diakhirat.²⁴ Syariah menurut “Ibnu Qayyim Al-Jawziyyah” dalam Iqbal.M sudah menerangkan bahwa syariah merupakan sebuah kebijakan yang menciptakan tercapainya perlindungan bagi setiap insan manusia pada kehidupan baik didunia maupun diakhirat. Syariah menggambarkan keseluruhan dari keadilan, kedamaian,

²³Kertajaya. H, Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan Pustaka, 2016, h. 315

²⁴Mardani, “*Pengertian, Ruang Lingkup, Manfaat Ekonomi Syariah*,” dalam Lutfiah, “*Pengaruh Pendapatan Nasabah Terhadap Keinginan Menabung*,” Cet. I: Jakarta: Srigunting, 2016, h. 64.

kebijakan, dan kebaikan. Jadi, label syariah adalah merek yang tugas dan fungsinya menunjukan potongan-potongan informasi produk sesuai dengan syariat Islam yang merujuk pada Al-qur'an dan Hadits.²⁵

3. Tipe-tipe label

Marinus dan Angipora membagi label kedalam tiga klasifikasi yaitu:²⁶

- a. *brand label*, yaitu merek yang diberikan pada produk atau dicantumkan pada kemasan.
- b. *Descriptive label*, yaitu label dapat menghasilkan informasi yang objektif mengenai pemanfaatan, konstruksi atau pembuatan, perhatian atau perhatian, dan kinerja produk, serta karakteristik lainnya yang memiliki hubungan dengan produk.
- c. *Grade label*, yaitu label yang bertujuan mengidentifikasi penilaian kualitas produk dengan kata, huruf, angka. Misal bahan makanan dalam kaleng dan wadah yang diberi label kualitas A, B, dan c.

4. Tujuan pelabelan

- a. Mencantumkan informasi mengenai isi produk yang dilengkapi label tanpa harus membuka wadah atau kemasan.
- b. Berfungsi sebagai wadah komunikasi produsen kepada konsumen mengenai hal-hal yang harus diketahui oleh konsumen mengenai produk tersebut, utamanya hal-hal yang tak kasat mata atau tak diketahui secara fisik.

²⁵ Al-Jawziyyah, Ibnu Qayyim, *"I'lam Al-Muwaqqi'in An-Rabb Al-Alamin"*, Beirut: Dar Al-ffikr, cet ke-2 Js 1, (diterjemahkan oleh Iqbal.M Dengan judul: Rekontruksi dalam mencapai Falah), Yogyakarta: Tiara Wacana, 2014, h. 89.

²⁶ Angipora, Marinus, *Dasar-Dasar Pemasaran*, dalam Muchlisin Riadi, *"Pengertian, Fungsi, Jenis dan Ketentuan Label,"* 2018, h. 34.

- c. Memberi petunjuk yang tepat kepada konsumen tentang hal-hal yang dianggap penting hingga diperoleh fungsi produk yang optimal.
- d. Media periklanan bagi produsen.
- e. Konsumen dapat merasa aman dengan melihat uraian yang tertera pada label sehingga konsumen tak lagi merasa was-was terhadap suatu produk.

5. Fungsi label

Menurut kotler label memiliki beberapa fungsi yaitu:²⁷

- a. Label mengidentifikasi produk atau merek.
- b. Label menentukan kelas produk.
- c. Label menjelaskan hal-hal mengenai produk tentang dimana dibuat, kapan dibuat, apa isinya, siapa pembuatnya, bagaimana cara menggunakan, dan bagaimana mememanfaatkannya secara aman.
- d. Label mempromosikan produk lewat berbagai gambar yang menarik.

6. Indikator Label

a. Pengetahuan

Pengetahuan yang dimaksud dalam hal ini adalah semua informasi yang dimiliki nasabah mengenai perbankan serta pengetahuan lainnya yang berhubungan dengan fungsi dan tujuannya.

b. Doktrin Riba

Pengharaman dan pelarangan riba dalam Islam berdasarkan pertimbangan moral dan kemanusiaan, sebab riba sendiri adalah bentuk praktek ekonomi yang menimbulkan kezholiman dan ketidakadilan.

²⁷ Kotler, *Manajemen Pemasaran*, dalam Muchlisin Riadi, "Pengertian, Fungsi, Jenis dan Ketentuan Label," 2018, h. 37.

7. Pengertian minat

Dalam KBBI (kamus besar bahasa Indonesia), minat memiliki makna sebagai suatu kecenderungan (kesukaan hati) kepada suatu perhatian atau keinginan. Menurut Simamora minat merupakan suatu hal yang pribadi dan berhubungan dengan sikap, individu yang cenderung berminat terhadap suatu objek akan memiliki dorongan untuk melakukan serangkaian tingkah laku untuk mendekati dan mendapatkan objek tersebut.²⁸

8. Macam-macam minat

Menurut Shaleh dan Wahab minat dapat dibagi menjadi tiga macam yaitu sebagai berikut:²⁹

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat digolongkan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif ialah minat yang timbul karena kebutuhan biologis atau jaringan-jaringan tubuh. Sedangkan minat kultural adalah minat sosial yang timbul karena proses belajar.
- b. Berdasarkan arahnya, minat dapat digolongkan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktivitas itu sendiri. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut.
- c. Berdasarkan cara mengungkapkan, minat dapat dikategorikan menjadi empat bagian yaitu:

²⁸Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Dalam Husein Umar, "Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis," cet. I: Jakarta: Rajawali, 2016, h.269.

²⁹Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdullah Wahab, "Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam), dalam Bima Sakti, dengan judul: "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Perbankan Syariah," Cet. I, Jakarta: Kencana, 2017, h. 27.

1. *Expressed interest*, minat yang digambarkan dengan cara meminta kepada subyek untuk kenyataan kegiatan yang disenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya.
2. *Manifest interest*, minat yang digambarkan dengan cara melakukan observasi atau pengamatan langsung.
3. *Tested interest*, minat yang digambarkan dengan cara merangkum dari hasil jawaban tes objektif.
4. *Inventoried interest*, adalah minat yang dapat dijelaskan dengan memilih menggunakan alat-alat yang sudah di standarisasikan.

Sehingga diasumsikan bahwa minat memiliki 3 jenis yaitu minat berdasarkan timbulnya, minat berdasarkan arahnya, dan minat berdasarkan cara mengungkapkannya.

9. Minat memilih

Minat memilih dalam hal ini diasumsikan sebagai minat beli. Menurut Kotler dan Keller minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen di mana konsumen memiliki kecenderungan untuk membeli atau memilih produk tertentu berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi atau bahkan memanfaatkan suatu produk.³⁰ Menurut Schiffman dan Kanuk minat beli adalah suatu bentuk tindakan yang nyata dari sebuah pemikiran dan refleksi rencana untuk membeli beberapa unit produk dalam jumlah tertentu dari beberapa

³⁰Kotler, Kevin Lane Keller, *Marketing Managemen, (United States: Pearson Education),* diterjemahkan oleh: Bob Sabran, Dalam Judul: *“Peningkatan Penjualan Melalui Bauran Pemasaran,”* Jakarta: Erlangga, 2016, h. 231.

merek yang tersedia dalam waktu tertentu.³¹ Dengan demikian berdasarkan pendapat tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa minat beli adalah keinginan kuat individu untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Oleh karena itu minat mahasiswa memilih menggunakan jasa perbankan syariah dalam penelitian ini diartikan sebagai kecenderungan individu dalam bertindak sebelum keputusan untuk menabung di perbankan syariah dipilih menjadi pilihan dan dilaksanakan.

10. Faktor-faktor yang memengaruhi timbulnya minat

Crow and Cro dalam Sakti berpendapat ada tiga faktor yang memengaruhi timbulnya minat yang dapat diukur, yaitu:³²

a. Faktor dorongan dari dalam

Artinya menunjukkan pada kebutuhan-kebutuhan yang timbul dari dalam individu, akibat faktor yang berkaitan dengan dorongan fisik, motif juga dorongan ingin tahu menimbulkan minat untuk memilih dan menggunakan produk atau jasa tertentu.

b. Faktor emosional dan perasaan

Faktor tersebut berupa pemahaman yang telah ditanamkan dari penguasaan ilmu pengetahuan yang berasal dari proses selama belajar di kampus sehingga memberikan arahan untuk menjadi individu yang memiliki preferensi pilihan terhadap perbankan yang sesuai dengan anjuran syariat Islam.

³¹ Schiffman dan Kanuk, *Prilaku Konsumen*, Edisi Kedua, Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2016, h. 206.

³² Alice, Crow Dan Lester D, Crow, "*Educational Psychology New Jersey*," dalam Bima Sakti, dengan judul: "*Analisi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Perbankan Syariah*," Cet. I, Jakarta: Kencana, 2015, h. 30.

a) Pengertian bank syariah

Perbankan syariah merupakan institusi yang memberikan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip syariah, Prinsip syariah merupakan kebijakan hukum Islam dalam aktivitas perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki wewenang dalam penetapan fatwa di bidang syariah.³³ Prinsip ini menggantikan prinsip bunga yang terdapat dalam sistem perbankan konvensional. Konsekuensi hukum dari penggunaan syariah dalam pengoperasiannya adalah bahwa produk perbankan syariah lebih bervariasi dibanding produk perbankan konvensional, di mana produk perbankan konvensional utamanya produk penghimpunan dana dan penyaluran dana hanya terfokus pada sistem bunga sebagai wujud prestasi dan kontraprestasi atas penggunaan dana, sedangkan perbankan syariah mengutamakan pada akad-akad tradisional Islam yang mengutamakan kebutuhan riil nasabah. Bank syariah merupakan instansi yang melaksanakan aktivitas usahanya berdasarkan prinsip syariah,³⁴ prinsip syariah merupakan kebijakan hukum Islam dalam aktivitas perbankan berdasarkan fatwa yang diterbitkan oleh lembaga yang memiliki wewenang dalam penetapan fatwa di bidang syariah.³⁵ Pada hakikatnya perbankan syariah sama halnya dengan perbankan konvensional yang sudah terlebih dahulu ada di Indonesia. Keduanya menjalankan praktik usaha perbankan pada umumnya seperti penyimpanan dana dalam bentuk tabungan dan deposito juga menyalurkan kredit perbankan, perbedaan antara keduanya terletak pada sistem operasionalisasinya. Bank syariah

³³ Pasal 1 angka 12 UU no. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah.

³⁴ Pasal 1 angka 6 UU no.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah.

³⁵ Pasal 1 angka 12 UU No.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah.

menggunakan prinsip-prinsip syariah sedangkan bank konvensional menerapkan sistem yang menghasilkan bunga.

Perbankan syariah dalam operasional dan implementasinya harus berpegang pada prinsip-prinsip yang dikemukakan sebagai berikut:

- a. Keadilan, di mana berbagai keuntungan yang diperoleh dari sektor riil harus sesuai dengan perjanjian awal semua pihak yang ikut berkontribusi di dalamnya.
- b. Kemitraan, hal ini berarti kedudukan nasabah yang menyimpan dana atau yang berperan sebagai investor, dan nasabah yang menjadi pengguna dana memiliki kedudukan yang sama sebagai mitra yang saling bekerja sama untuk memperoleh keuntungan.
- c. Transparansi, adalah keterbukaan pihak perbankan dalam memberikan laporan keuangan secara berkesinambungan agar investor dapat mengetahui kondisi dananya.
- d. Universal, yang artinya tidak membedakan golongan dalam masyarakat hal ini sesuai dengan prinsip Islam sebagai *Rahmatan lilalamin*.

Menurut M. Syafi'i Antonio, prinsip-prinsip dasar perbankan syariah terdiri dari: 1). Prinsip simpanan atau titipan, 2). Prinsip bagi hasil, 3). Prinsip jual beli, 4). Prinsip sewa, 5). Prinsip jasa.³⁶ Pendapat ini sejalan dengan dengan pengertian prinsip syariah dalam (pasal 1 angka 13 UUD 10 tahun 1998), bahwa prinsip syariah merupakan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk menyimpan dana dan pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan

³⁶ M. Syafi'i Antonio, *"bank syariah dari teori ke praktik,"* Jakarta: Gema Insani Press, 2016, hlm. 83.

lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan bagi hasil (Mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (Musyarakah), atau prinsip jual beli barang modal dengan memperoleh keuntungan (Murabahah), serta pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa pilihan (Ijarah), dan dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewakan dari pihak bank oleh pihak lain (Ijarah Waiqtina).

b) Perkembangan bank syariah di Indonesia

Perkembangan lembaga-lembaga keuangan syariah pada sektor perbankan maupun sektor lainnya tergolong sangat cepat. Hal tersebut diakibatkan oleh munculnya kesadaran umat bahwa ajaran Islam mengandung ajaran yang universal dan memiliki dua dimensi yang saling berimbang satu sama lain yaitu dimensi duniawi dan dimensi ukhrawi, sebagai manifestasi dari ajaran Islam yang lahir ke dunia ini sebagai rahmat bagi seluruh alam.

Ajaran, anjuran dan petunjuk tentang ekonomi syariah akan menumbuhkan kesadaran umat bahwa sistem perbankan konvensional sarat dengan unsur-unsur maisir, gharar, riba, dan bathil yang seharusnya dihindari dalam setiap aktifitas bermuamalah karena hal itu akan menimbulkan ketidakberkahan pada harta yang kita miliki. Perkembangan perbankan syariah di Indonesia secara umum dapat dibedakan menjadi tiga tahap, yakni tahap pengenalan, tahap pengakuan, dan tahap pemurnian. Tahap pengenalan ditandai dengan di undang-undangkannya (nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan) yang memperkenalkan bank berdasarkan bagi hasil di samping bank berbasis bunga.

Kemudian tahap pengakuan, yakni ditandai dengan di undang-undangkannya (nomor 10 tahun 1998) yang merupakan amandemen atas undang-undang perbankan sebelumnya. Berbeda dengan undang-undang sebelumnya yang memberikan alternatif pengelolaan bank berdasarkan prinsip bagi hasil, undang-undang perbankan 1998 mengakui dengan tegas adanya bank berdasarkan prinsip syariah, baik bank umum maupun bank pengkreditan rakyat. Adapun tahap terakhir yang hendak dituju adalah tahap pemurnian yang dimulai dengan diundangkannya (undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah) yang merupakan *lex specialis* (dari undang-undang nomor 10 tahun 1998). Undang-undang ini memperkuat eksistensi perbankan syariah di Indonesia, karena apabila dicermati ada berbagai ketentuan yang mengarah pada terbentuknya sistem perbankan syariah yang kokoh ditinjau dari pengelolaan perbankan secara umum dan adanya niat untuk mewujudkan perbankan syariah yang taat terhadap prinsip syariah. Perbankan syariah hadir bukan hanya sebagai *counterpart* dari perbankan konvensional, melainkan sebagai perbankan yang dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya.

c) Dasar hukum perbankan syariah

Allah SWT melalui wahyu-Nya Al-qur'an dan Hadits telah menjelaskan prinsip-prinsip syariah dalam setiap transaksi yang dilakukan hamba-Nya, berfungsi sebagai rambu-rambu manusia dalam setiap transaksinya sehingga terhindar dari praktek yang subhyat dan yang diharamkan oleh Allah SWT. Penjelasan dari Al-qur'an dan Hadits mengisyaratkan pentingnya kehati-hatian

dalam melakukan berbagai transaksi karena ketika salah dalam implementasinya akan berdampak pada akhlak dan karakter masing-masing yang menggunakannya.

Allah SWT sangat melarang sistem riba dalam proses pelaksanaan ekonomi, sebagaimana dijelaskan dalam Q.S. Al-Baqarah/2: 278-279.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿٢٧٨﴾ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَئِمَّ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Terjemahannya:

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu, kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.”³⁷

Perbankan syariah secara hukum telah terkomodasi dalam (undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan syariah) yang secara eksplisit membuka peluang kegiatan usaha perbankan yang memiliki dasar operasional bagi hasil yang kemudian secara rinci dijabarkan lebih lanjut dalam peraturan pemerintah nomor 72 tahun 1992 tentang bank berdasarkan bagi hasil.³⁸

Eksistensi perbankan syariah di Indonesia lebih tegas terdapat dalam undang-undang nomor 10 tahun 1998 yang merupakan amandemen dari undang-undang nomor 72 tahun 1992 tentang perbankan. Undang-undang nomor 10 tahun 1998 menyatakan bahwa bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari

³⁷Kementerian Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahan Q.S. Al-Baqarah 2: 278-279, h. 47.

³⁸Bank Indonesia, “cetak biru pengembangan perbankan syariah Indonesia,” www.bi.go.id.

masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali pada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

d) Label syariah dalam perbankan

a. (transaksi halal)

Kehalalan dalam melakukan apapun baik bertransaksi maupun mengkonsumsi suatu barang atau jasa merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan bagi ummat muslim. Pasalnya, kehalalan ini berkaitan dengan anjuran Islam, Dimana setiap ummat muslim dilarang bertransaksi ataupun melakukan hal-hal yang mengandung kemudharatan dan merugikan. Perkembangan ekonomi syariah kini sedang booming baik dalam tataran keilmuan maupun praktinya diseluruh dunia. Perkembangan ekonomi diawali dengan munculnya perbankan dan keuangan syariah yang merebak ke berbagai sektor lain, Fenomena label syariah menjadi *tranding topic* fenomena tersebut timbul karena adanya kebutuhan pasar yang tumbuh dengan pesat terhadap berbagai produk dan jasa sektor riil, Kebutuhan tersebut berdasarkan nilai-nilai dan jalan hidup umat muslim.

b. Tujuan perbankan syariah

(Undang-undang nomor 10 tahun 1998) menyimpulkan bahwa tujuan dikembangkannya perbankan syariah adalah:

a) Untuk pemenuhan kebutuhan jasa perbankan bagi masyarakat yang tidak dapat menggunakan konsep bunga. Mobilitas dana masyarakat dapat dilakukan

secara lebih luas, utamanya dari segmen yang selama ini belum dapat tersentuh oleh sistem perbankan syariah yang menerapkan sistem bunga.

- b) Membuka peluang pembiayaan bagi pengembangan usaha berdasarkan prinsip kemitraan. Dalam konsep ini, konsep yang digunakan adalah hubungan antar investor yang harmonis.
- c) Memenuhi kebutuhan akan produk dan jasa perbankan yang memiliki beberapa keunggulan komparatif berupa peniadaan pembebanan bunga yang berkesinambungan, membatasi kegiatan spekulasi yang tidak produktif, pembiayaan ditunjukkan kepada usaha-usaha yang lebih memperhatikan unsur moral.³⁹

C. Kerangka Pikir

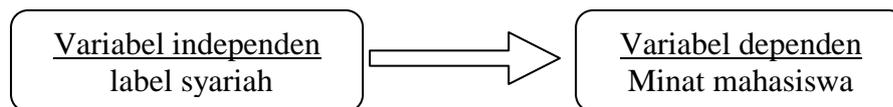
Bank syariah dinyatakan dalam (UU no. 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah), perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah menyalurkan dana kepada masyarakat melalui pembiayaan, hanya saja terdapat perbedaan mendasar dalam hal imbalan. Penentuan imbalan yang akan diberikan oleh bank syariah kepada nasabahnya semata-mata di dasarkan pada prinsip bagi hasil dan bukan berdasarkan bunga bank seperti pada bank konvensional.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh label syariah terhadap minat pemilihan jasa perbankan syariah. Oleh karena itu, variabel independen yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah label syariah (X), sedangkan

³⁹ Wirdianingsih, et.al, "*bank dan asuransi islam di indonesia*," Jakarta: Kencana Prenada Media Group, hlm.53-54.

variabel dependennya adalah minat memilih jasa perbankan syariah (Y). Berdasarkan dari rumusan masalah, landasan teori, dan kajian peneliti terdahulu maka penulis mempunyai gagasan pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka fikir



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis pada dasarnya adalah dugaan sementara yang tertarik dari rumusan masalah dan kerangka fikir, kesimpulan jawaban sementara terhadap masalah yang sedang diidentifikasi. Dari uraian di atas maka penulis menyusun hipotesis sebagai berikut:

- H_o = label syariah pada perbankan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN palopo dalam memilih jasa perbankan syariah.
- H_a = label syariah pada perbankan syariah tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN palopo dalam memilih jasa perbankan syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang dapat di hitung atau berupa angka-angka yang bersifat objektif mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik.⁴⁰ Berdasarkan judul yang telah ditetapkan maka penelitian ini menggunakan jenis desain *ex-post facto* asosiatif simetris yang menggunakan alat bantu ilmu statistik bersifat inferensial dan deskriptif. Menurut Sofyan Siregar penelitian asosiatif (hubungan) merupakan penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Mengacu pada penelitian ini maka akan dikembangkan suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala dalam penelitian.⁴¹

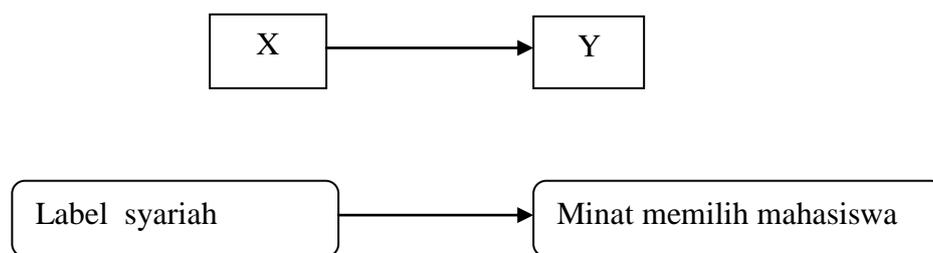
Berdasarkan uraian di atas, maka dapat dikemukakan bahwa pengaruh label syariah pada perbankan hanya akan mencari hubungan (asosiatif) di antara variabel minat memilih jasa perbankan syariah. Hal ini sejalan dengan penjelasan Sugiyono bahwa judul asosiatif adalah judul penelitian yang bermaksud

⁴⁰ Asep Hermawan dan Husna Leila Yusran, *penelitian bisnis pendekatan kuantitatif*, (Depok: Kencana, 2017), hlm.5.

⁴¹ Sofyan Siregar, *statistik parametrik untuk penelitian kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 15.

menggambarkan dan menguji hipotesis hubungan dua variabel atau lebih.⁴² Dengan demikian, dalam penelitian ini akan melakukan penyelidikan secara empiris yang sistematis sehingga peneliti tidak mempunyai kontrol langsung terhadap variabel-variabel bebas karena fenomenanya sukar dimanipulasi.

Moleong mengemukakan bahwa desain penelitian *ex-post facto* berupaya memahami fenomena yang kompleks dengan cara menganalisis bagian-bagian komponen atau disebut dengan variabel. Model desain penelitian ini berupaya menguji hanya beberapa kemungkinan variabel penelitian yang dapat diteliti. Selanjutnya konteks situasi dapat diabaikan atau dikontrol data dikumpulkan dalam beberapa interval dan memfokuskan pada pengukuran yang tepat.⁴³ Adapun kerangka desain penelitian *ex-post facto* yang bersifat kuantitatif inferensial deskriptif yang menggunakan alat bantu ilmu statistik dapat digunakan sebagai berikut:



Keterangan:

Variabel eksogen (X) = label syariah

Variabel endogen (Y) = minat mahasiswa memilih

⁴²Sugiono, *cara mudah menyusun skripsi, tesis, dan disertasi*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 37-38.

⁴³Lexy j. Moleong, *metodologi penelitian kuantitatif*, (Bandung: Remaja Rodakarya, 2011), h. 33.

2. Pendekatan penelitian

Penggunaan metode pendekatan dalam suatu penelitian dimaksudkan untuk mempermudah maksud penelitian yang dilakukan untuk memperjelas sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian, sehingga apa yang menjadi tujuan dalam penelitian ini dapat tercapai dengan apa yang diharapkan oleh peneliti. Dengan ini peneliti menggunakan metode pendekatan antara lain:⁴⁴

- a) pendekatan *pedagogic*, yaitu pendekatan edukatif dan kekeluargaan kepada obyek penelitian sehingga mereka tidak merasa canggung untuk terbuka dalam rangka memberikan data, informasi, pengalaman, serta bukti bukti yang ditanyakan oleh peneliti kepada responden yang dibutuhkan.
- b) pendekatan *sosiologis*, yaitu suatu usaha mendekati permasalahan-permasalahan yang berhubungan dengan penelitian ini yang didasarkan pada fenomena-fenomena dan kenyataan-kenyataan sosial.

B. Lokasi dan Waktu penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat atau daerah ditemukannya suatu masalah yang diangkat oleh peneliti yang kemudian akan diteliti dalam suatu penelitian. Adapun lokasi yang akan dijadikan tempat pada penelitian ini adalah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo yang terletak di Jl. Agatis, Balandai, Kecamatan Bara, Kota Palopo Sulawesi Selatan Indonesia, waktu penelitian dilakukan pada saat mahasiswa mengikuti perkuliahan dalam jangka 1 bulan. Adapun letak lokasi akan di uraikan melalui peta berikut ini:

⁴⁴Abuddin nata, *metodeologi studi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo, 2017), h.50.

Gambar 3.2
Letak Lokasi IAIN Palopo



C. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data adalah penelitian subyek darimana data diperoleh.⁴⁶ Dalam penulisan ini data yang digunakan yakni data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari objek penelitian melalui wawancara dan menyebar angket atau kuesioner. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* yang menggunakan data pernyataan (kuisisioner) yang disampaikan langsung kepada responden. Kuisisioner merupakan instrumen untuk mengumpulkan data penelitian secara akurat bila peneliti mengetahui secara pasti variabel yang akan diukur dan apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuisisioner adalah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data secara langsung dari objek penelitian yang dilakukan dengan memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada para

⁴⁵ <http://iainpalopo.ac.id/index.php/category/profil/> di akses pada hari selasa tanggal 29 januari 2019.

⁴⁶ Suharsimi Arikunto, *prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*, h.129.

responden untuk dijawab. Kuisioner diberikan kepada mahasiswa yang telah belajar tentang dunia perbankan dan telah praktek langsung di lapangan, khususnya mahasiswa perbankan syariah angkatan 2015 pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴⁷ Populasi dalam penulisan skripsi ini adalah mahasiswa IAIN Palopo Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan jumlah 190 mahasiswa yang masih aktif yang telah memiliki tabungan pada Instansi Perbankan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian bagian kecil yang dipilih dari populasi yang menjadi fokus penulis untuk mencari data dan informasi untuk penelitian. Dari mahasiswa IAIN Palopo dipilih mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah kemudian dipilih mahasiswa angkatan 2015 yang memiliki tabungan pada perbankan konvensional dan perbankan syariah di kota palopo. Jumlah sampel akan ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini adalah salah satu teknik sampling di mana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga dapat menjawab permasalahan penelitian. Pengambilan

⁴⁷ Prof. Dr. Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif* (Bandung: Alfabeta , 2016), hlm.215.

sampel dengan menggunakan teknik ini bukan berdasarkan strata, random, atau lainnya tetapi, didasarkan atas adanya tujuan tertentu dan juga dengan beberapa pertimbangan tertentu misalnya keterbatasan tenaga, dana, dan waktu sehingga tidak dapat mengambil sampel dalam jumlah besar dan jauh. *Purposive sampling* adalah teknik yang tidak memberikan kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel penelitian, sengaja dibuat ciri khusus agar sampel dapat memenuhi kriteria yang mendukung penelitian.

Adapun kriteria atau dasar yang digunakan peneliti dalam menentukan sampel yakni:

- a. Responden memiliki tabungan pada perbankan syariah dan konvensional.
- b. Responden merupakan mahasiswa yang telah melaksanakan kegiatan *workshop* dengan bank Muamalat dan telah memahami perbedaan perbankan syariah dan perbankan konvensional.
- c. Responden merupakan mahasiswa yang telah melaksanakan magang dan telah terjun langsung pada perbankan syariah.

NO	KELAS	FREKUENSI	PRESENTASE %
1	Perbankan syariah A	33	17,36%
2	Perbankan syariah B	32	16,84%
3	Perbankan syariah C	30	15,78%
4	Perbankan syariah D	31	17,89%
5	Perbankan syariah E	34	16,31%
6	Perbankan syariah F	30	15,78%
JUMLAH		190	100%

Data: fakultas ekonomi dan bisnis islam 2019

Dari data di atas ditetapkan sampel sebanyak 60 responden yang dianggap memenuhi kriteria yang telah ditentukan dan ditetapkan oleh peneliti di mana responden yang dipilih dianggap mengerti dan dapat mendukung penelitian yang dilakukan peneliti sehingga dapat memenuhi hasil yang diharapkan.

E. Teknik Pengumpulan data

a) Penelitian lapangan (*field research*)

Metode ini mengharuskan peneliti terjun kelapangan untuk mengamati dan berpartisipasi pada objek yang diteliti. Agar dapat memahami dan terlibat serta berinteraksi langsung, atau dengan kata lain terjun langsung ke lokasi di mana penelitian akan dilakukan dengan melakukan observasi terlebih dahulu atau pengecekan lokasi penelitian.

b) Kuesioner (angket)

Kuesioner adalah suatu alat pengumpulan data yang nantinya data tersebut akan diolah untuk menghasilkan informasi tertentu, baik dalam bentuk data angka, gambar, tabel, dan data-data yang dapat mendukung penelitian. Dalam penelitian ini data diperoleh dari hasil observasi dan penyebaran angket melalui *Google Form* dengan menggunakan aplikasi *Google Drive* kepada mahasiswa IAIN Palopo khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Angkatan 2015 yang diperlukan informasinya dalam mendukung penelitian.

F. Teknik Analisa Data

1. Teknik pengolahan data

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menggunakan teknik *editing* di mana data yang di dapat dari hasil penelitian disempurnakan dari data yang masih mentah kemudian diolah dan dijadikan data penunjang penulisan skripsi.

2. Teknik pengambilan sampel

Pengambilan sampel yang digunakan adalah metode pengambilan sample dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Skala pengukuran yang digunakan merupakan skala likert. Skala likert dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau feomena tertentu.⁴⁸ Menurut Sugiyono, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.⁴⁹ Pada penelitian ini responden memilih salah-satu dari jawaban yang tersedia, kemudian masing-masing jawaban diberi skor tertentu. Total skor yang akan ditafsir sebagai posisi responden dalam skala likert kriterianya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala penilaian kuisioner

No	Alternatif jawaban	Skor
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang setuju (KS)	3
4	Tidak setuju (TS)	2
5	Sangat tidak setuju (STS)	1

⁴⁸ Suharsimi arikunto, *prosedur penelitian suatu pendekatan praktek* (edisi revisi v), (jakarta: PT. Asdi mahasatya 2015), h,133.

⁴⁹Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 132.

3. Analisis statistik deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode-metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu gugus data sehingga memberikan informasi yang berguna.⁵⁰ Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik responden berupa perhitungan mean, median, modus, variansi, standar deviasi, nilai minimum, nilai maksimum, dan tabel distribusi frekuensi.

4. Uji Instrumen

Uji instrumen dilakukan untuk menguji pernyataan dalam kuesioner atau angket yang dibuat oleh peneliti dalam sebuah penelitian.

a). Uji Validitas

Di gunakan untuk menguji valid tidaknya koesioner yang ada. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.⁵¹

Jika nilai r hitung $>$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid

Jika nilai r hitung $<$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid

Rumus yang digunakan untuk mengujinya yakni dengan teknik korelasi *product momen* yaitu.

$$r_{xy} = \frac{n (\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N(\sum x^2) - (\sum x)^2)(N(\sum y) - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

⁵⁰Ronald E. Walpole, *Statistik Deskriptif*, (29 april 2017), di akses tanggal 25 Oktober 2018, pada pukul 08.25.

⁵¹Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 135.

R_{xy} = koefisien korelasi

$\sum x$ = skor variabel independen

$\sum y$ = skor variabel dependen

$\sum xy$ = hasil kali skor butir dengan skor total

N = jumlah responden

b). Uji Reabilitas

Uji ini menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.⁵² Dan uji reabilitas dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan teknik *Alpacronbach*. Adapun rumusnya yakni:

$$A = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1)r}$$

Keterangan:

A = koefisien reliabilitas

R = korelasi antara item

K = jumlah item

5. Uji Asumsi Klasik

a). Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah skor untuk tiap variabel berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan software SPSS ver.22. kriteria uji normalitas dengan menggunakan pendekatan *kolmogrof Smirnof* yaitu apabila pada tingkat signifikan 5% nilai

⁵² Singarimbun, 1995, dalam Wahyu Budi Utami 2015, “*pengaruh label halal terhadap keputusan membeli*”, hlm.39.

asympt.sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05 berarti variabel residual berdistribusi normal.

6. Analisis Regresi Linear Sederhana

Digunakan untuk mengukur ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu variabel Labelisasi Syariah (X) terhadap Minat Mahasiswa memilih jasa perbankan syariah (Y) dengan menggunakan rumus.

$$Y = a + b.X$$

Keterangan:

X = pengaruh Labelisasi syariah (variabel bebas)

Y = Minat mahasiswa memilih jasa perbankan syariah (variabel terikat)

α = konstanta

b = koefisien regresi

7. Uji Hipotesis

Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif, teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis data yang menggunakan metode statistik dengan menguji hipotesis variabel X terhadap variabel Y, maka yang digunakan adalah regresi sederhana. Adapun regresi sederhana yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta X$$

Di mana :

X = Pengaruh Label syariah (Variabel Bebas)

Y = minat mahasiswa (Variabel Terikat)

α = bilangan konstanta

β = koefisien regresi/ nilai arah penentu ramalan (prediksi) yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel Y.⁵³

a). Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali, uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.⁵⁴ Pengambilan keputusan ini dilakukan berdasarkan perbandingan nilai signifikan dari nilai t hitung masing-masing koefisien regresi dengan tingkat signifikan yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Rumusnya sebagai berikut:

$$t = \frac{\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan:

T = Observasi

N = banyaknya observasi

R = koefisien korelasi

b). Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 < R^2 < 1$). Jika R^2 semakin besar (mendekati satu) maka dapat dikatakan pengaruh variabel independen (X) adalah besar terhadap variabel dependen (Y).

⁵³Ridwan dan Akdon, *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*, (cet. 2: Bandung: alfabeta, 2016), h. 133.

⁵⁴Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Undip, Semarang, 2011, h.98

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah IAIN palopo

IAIN Palopo, sebelumnya dikenal dengan nama Fakultas Ushuluddin yang diresmikan berdirinya pada tanggal 27 Maret 1968 dengan status filial dari IAIN Alauddin di Ujung Pandang. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Nomor 168 tahun 1968, status tersebut ditingkatkan menjadi fakultas cabang, dengan sebutan Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin Cabang Palopo.

Selanjutnya, berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Nomor 65 Tahun 1982, status Fakultas Cabang tersebut ditingkatkan menjadi Fakultas Madya dengan sebutan Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin di Palopo. Dalam perkembangan selanjutnya dengan keluarnya PP No. 33 Tahun 1985 tentang Pokok-pokok Organisasi IAIN Alauddin; Keputusan Presiden RI Nomor 9 Tahun 1987 tentang Susunan Organisasi IAIN; KMA -RI Nomor 18 Tahun 1988 tentang Susunan Organisasi dan Tata Kerja IAIN Alauddin, maka Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin Palopo telah mempunyai kedudukan hukum yang sama dengan Fakultas-fakultas negeri lainnya yang ada di Negara Republik Indonesia. Berkenaan dengan kebijakan baru pemerintah tentang perguruan tinggi yang didasarkan pada Keputusan Presiden RI Nomor 11 Tahun 1997, maka mulai tahun 1997 Fakultas Ushuluddin IAIN Alauddin di Palopo dibenahi penataan kelembagaannya dan dialih statuskan menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Palopo dan berdiri sendiri.

Setelah beralih status menjadi STAIN, dan baru berubah lagi menjadi IAIN lembaga ini mengalami perubahan cukup signifikan. Hal ini terlihat pada sistem tata kelola administrasi, keuangan dan kebijakan, sumber daya manusia semuanya mengalami kemajuan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Di samping itu, jumlah prodi pada STAIN Palopo semakin bertambah sebatas cakupan kewenangan bidang keilmuan yang memungkinkan dikelola STAIN itu sendiri. Sejak pembentukannya sebagai fakultas cabang dari IAIN Alauddin hingga menjadi perguruan tinggi yang berdiri sendiri.

Pada tahun 1968 hingga tahun 1997, IAIN Palopo masih berada dibawah lingkup IAIN Alauddin Makassar dengan status fakultas dan dipimpin oleh seorang Dekan. Kemudian, setelah ditingkatkan menjadi STAIN Palopo, mulai tahun 1997 hingga tahun 2014 dipimpin oleh seorang Ketua. Setelah menjadi IAIN Palopo, pada tahun 2014 hingga sekarang dipimpin oleh seorang Rektor.⁵⁵

b. Logo IAIN Palopo

Gambar 4.3
Logo IAIN Palopo



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PALOPO

⁵⁵ <http://iainpalopo.ac.id/index.php/2018/01/01/sejarah/>. Di akses selasa tanggal 29 januari 2019.

c. Nama dan Motto IAIN Palopo

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) palopo adalah perguruan tinggi agama Islam Negeri di Palopo Provinsi Sulawesi Selatan. Dahulu dikenal sebagai Sekolah Tinggi Agama Islam negeri (STAIN) Palopo yang didirikan berdasarkan pada SK Presiden no 11 tanggal 21 maret 1997. Kemudian berubah status menjadi Institut Agama Islam Negeri pada tanggal 14 oktober 2014 dan di resmikan pada tanggal 23 mei 2015 oleh Menteri Agama Republik Indonesia.

- Motto: *center of excellences*
- Jenis: Perguruan Tinggi Islam Negeri
- Afiliasi keagamaan: Islam
- Lokasi: Kota Palopo, Sulawesi Selatan, Indonesia
- Alamat: Jl. Agatis, Balandai, Kota Palopo⁵⁶

d. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atau disingkat dengan FEBI ini pada awalnya merupakan Fakultas syariah. Fakultas syariah pada mulanya memiliki beberapa jurusan atau program studi yaitu: jurusan Hukum, Ekonomi syariah, dan Perbankan syariah. Tetapi, pada tanggal 23 Maret 2014 Fakultas syariah telah berdiri sendiri pada saat itu pula Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ekonomi dibentuk, pada saat itu FEBI hanya memiliki dua jurusan yaitu: Ekonomi syariah dan Perbankan syariah. Kemudian pada tahun 2017 FEBI membuka jurusan baru yaitu: Manajemen Bisnis Syariah.

e. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Palopo

⁵⁶ <http://www.iainpalopo.ac.id>

1. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

a. Visi

Unggul dalam pelaksanaan transformasi keilmuan ekonomi dan bisnis Islam yang berciri kearifan local di kawasan timur Indonesia.

b. Misi

1. Menyelenggarakan kegiatan pendidikan, penelitian, dan pengabdian pada masyarakat berbasis ekonomi Islam dengan mereflesikan integrasi keilmuan yang berbeda.
2. Meningkatkan koordinasi dan kerjasama antar lembaga internal dan eksternal untuk penguatan ekonomi dan bisnis Islam.
3. Mengembangkan dan menyebarkan praktik keilmuan ekonomi dan bisnis Islam dengan jiwa entrepreneur.

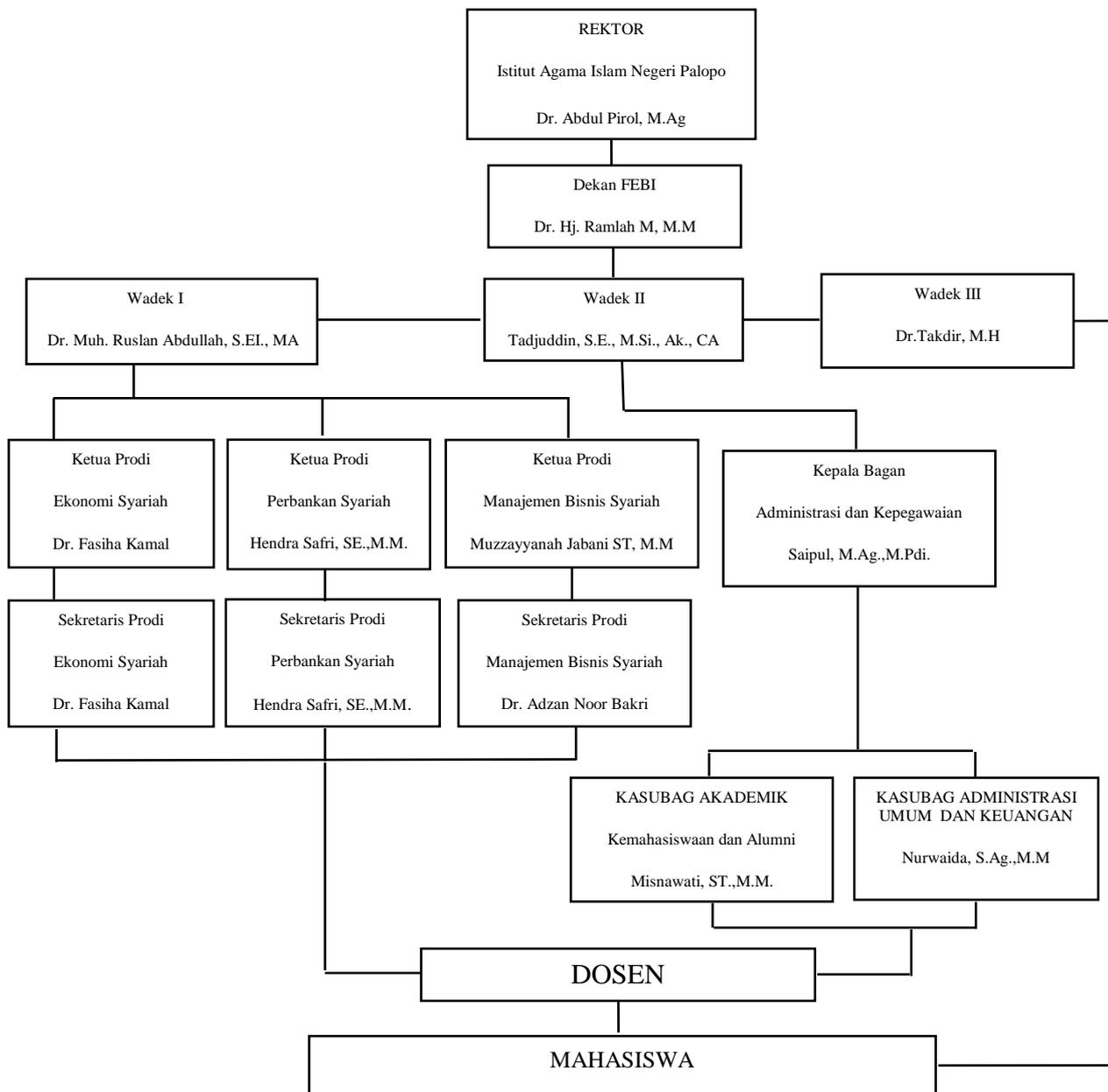
2. Nama-nama Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

No	Nama Dosen Ekonomi Syariah
1	Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
2	Dr. Fasiha, S.AG., M.EI.
3	Ilham, S,Ag., MA
4	Burhan Rifuddin, SE., M.M
5	Muhammad Ihsan, S.Pd., M.Pd
6	Humaidi, S.E., Sy., M.E.
7	Yuyun Ruqiyat Said, S.Pd., M.Pd.

No	Nama Dosen Perbankan Syariah
1	Dr. Takdir, SH., MH.
2	Zainuddin, S, SE., M.AK
3	Tadjuddin, SE., M.Si., Ak., CA
4	Ishak, M.EI.
5	Jumarni, ST., M.E.Sy
6	Hamida, S.E.Sy., M.SE.Sy
7	A. Farhami Lahila, M.SE.Sy
8	Akbar Sabani, S.EI., M.E.

No	Nama Dosen Manajemen Bisnis Syariah
1	Muzayyanah Jabani, ST., M.M.
2	Dr. Adzan Noor, MA.Ek
3	Hendra Safri, M.M
4	Abdul Kadir Arno, S.E.Sy., M.Si.
5	Andi Tenri Sanna Syam, S.Pd., M.Pd.

3. Struktur Organisasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)



Sumber: Data FEBI 2019

B. Penyajian Data

1. Karakteristik Data Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka identitas responden dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	26	24,4%
Perempuan	34	75,6%
Jumlah	60	100%

Sumber : hasil data *software statistik*,2019

Berdasarkan tabel di atas diketahui responden dengan jenis kelamin laki—laki sebanyak 25 orang (24,4%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 35 orang (75,6%). Hal ini menunjukkan bahwa responden perempuan merupakan responden yang lebih banyak dipilih peneliti dan menjadi dominan dalam memberikan tanggapan dalam penelitian ini.

2. Analisis Deskriptif Variabel

Pertanyaan dan pernyataan dalam kuesioner yang diberikan kepada responden terdiri dari 10 butir pernyataan. Pada variabel labelisasi syariah (X) terdapat 5 butir pernyataan, dan pada variabel minat mahasiswa (Y) terdapat 5 butir pernyataan, berikut distribusi pernyataan dan jawaban responden terhadap seluruh variabel X dan variabel Y:

1. label Syariah (X)

Tabel 4.4
Bank yang berlabel syariah adalah bank yang menjalankan aktivitasnya bebas riba (bunga bank)

Jawaban Responden	Frekuensi	persentase
Sangat setuju	15	20%
Setuju	35	57.8%
Kurang setuju	7	15.6%
Tidak setuju	2	4.4%
Sangat tidak setuju	1	2.2%
Total	60	100%

Sumber : hasil olah data *software statistik*, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa 15 responden (20%) menjawab sangat setuju, 35 responden (57.8%) menjawab setuju, 7 responden (15.6%) menjawab kurang setuju, 2 responden (4.4%) menjawab tidak setuju, dan terakhir 1 responden (2.2%) menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan bank yang berlabelisasi syariah adalah bank yang menjalankan aktifitasnya bebas riba.

Tabel 4.5
Label syariah pada perbankan menandakan bank tersebut menjalankan aktivitasnya sesuai syariat Islam

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	19	22.2%
Setuju	30	60%
Kurang setuju	9	15.6%
Tidak setuju	2	2.2%
Sangat tidak setuju	-	-
Total	60	100%

Sumber : hasil olah data *software statistik*, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa 19 responden (22.2%) menjawab sangat setuju, 30 responden (60%) menjawab setuju, 9 responden (15.6%) menjawab kurang setuju, 2 responden (2.2%) menjawab tidak setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan

labelisasi syariah pada perbankan menandakan bank tersebut menjalankan aktifitasnya sesuai syariat Islam.

Tabel 4.6
Memilih jasa perbankan syariah adalah salah satu bentuk mengikuti perintah agama

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	22	42.2%
Setuju	27	46.7%
Kurang setuju	8	8,9%
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	3	2,2%
Total	60	100%

Sumber : hasil olah data *software statistik*, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa 3 responden (2,2%) menjawab sangat tidak setuju, 8 responden (8,9%) menjawab kurang setuju, 27 responden (46,7%) menjawab setuju, dan 22 responden (42,2%) menjawab sangat setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan memilih jasa perbankan syariah adalah salah-satu bentuk mengikuti perintah agama.

Tabel 4.7
Tidak ada bank lain selain bank syariah yang menggunakan prinsip bagi hasil

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	20	22.2%
Setuju	32	60%
Kurang setuju	8	17.8%
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Total	60	100%

Sumber : hasil olah data *software statistik*, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa 20 responden (22.2%) menjawab sangat setuju, 32 responden (60%) menjawab setuju, dan 8 responden (17.8%) menjawab kurang setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas

responden menjawab setuju dengan tidak ada bank selain bank syariah yang menggunakan prinsip bagi hasil.

Tabel 4.8
Bank yang berlabelisasi syariah memiliki citra yang baik dimata semua kalangan termasuk mahasiswa

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	19	30%
Setuju	25	41.8%
Kurang setuju	15	26%
Tidak setuju	1	2.2%
Sangat tidak setuju	-	-
Total	60	100%

Sumber : hasil olah data *software statistik*, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa 1 responden (2.2%) menjawab tidak setuju, 15 responden (26%) menjawab kurang setuju, 25 responden (41.8%) menjawab setuju dan 19 responden (30%) menjawab sangat setuju. Hal ini membuktikan bahwa mayoritas responden setuju dengan bank berlabelisasi syariah memiliki citra yang baik dimata semua kalangan termasuk mahasiswa.

2. Minat Mahasiswa (Y)

Tabel 4.9
Memilih bank syariah karena menerapkan sistem bagi hasil dimana resiko untung dan rugi ditanggung bersama

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	35	51.2%
Setuju	25	46.8%
Kurang setuju	-	-
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Total	60	100%

Sumber : hasil olah data *software statistik*, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa 35 responden (51.2%) menjawab sangat setuju, dan 25 responden (46.8%) menjawab setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju dengan memilih bank

syariah karena menerapkan sistem bagi hasil dimana resiko untung dan rugi ditanggung bersama.

Tabel 4.10
Memilih bank syariah sebagai bentuk memajukan Ekonomi Islam

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	37	73.3%
Setuju	23	26.7%
Kurang setuju	-	-
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	-	-
Total	60	100%

Sumber : hasil olah data *software statistik*, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab sangat setuju dengan memilih bank syariah sebagai bentuk memajukan Ekonomi Islam. Terbukti bahwa dari 60 responden terdapat 37 (73.3%) diantaranya memilih sangat setuju dengan hal tersebut.

Tabel 4.11
Perbankan syariah adalah implementasi Ekonomi Islam yang tidak membolehkan adanya riba

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	20	31.1%
Setuju	32	57.8%
Kurang setuju	7	8.9%
Tidak setuju	1	2.2%
Sangat tidak setuju	-	-
Total	60	100%

Sumber : hasil olah data *software statistik*, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa 20 responden (31.1%) menjawab sangat setuju, 32 responden (57.8%) menjawab setuju, 7 responden (8.9%) menjawab kurang setuju dan 1 responden (2.2%) menjawab tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan perbankan syariah adalah implementasi Ekonomi Islam yang tidak membolehkan adanya riba.

Tabel 4.12

Islam menganjurkan menggunakan harta di jalan yang benar dan bebas dari kemudharatan seperti riba

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	18	24.4%
Setuju	39	68.9%
Kurang setuju	2	4.4%
Tidak setuju	1	2.2%
Sangat tidak setuju	-	-
Total	60	100%

Sumber : hasil olah data *software statistik*, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa 1 responden (2.2%) menjawab tidak setuju, 2 responden (4.4%) menjawab kurang setuju, 39 responden (68.9%) menjawab setuju, dan 18 responden (24.4%) menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan Islam menganjurkan menggunakan harta di jalan yang benar dan bebas dari kemudharatan seperti riba.

Tabel 4.13

Bank syariah adalah bank yang menjalankan aktivitasnya sesuai dengan Syariat Islam

Jawaban Responden	Frekuensi	Persentase
Sangat setuju	19	28.9%
Setuju	39	66.7%
Kurang setuju	1	2.2%
Tidak setuju	-	-
Sangat tidak setuju	1	2.2%
Total	60	100%

Sumber : hasil olah data *software statistik*, 2019

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju dengan bank syariah adalah bank yang menjalankan aktivitas sesuai dengan syariat Islam. Hal ini dibuktikan dengan hanya 1 responden (2.2%) menjawab sangat tidak setuju, 1 responden (2.2%) menjawab kurang setuju, sebanyak 39 responden (66.7%) menjawab setuju dan 19 responden (28.9%) menjawab sangat setuju.

3. Uji Instrumen

a). Uji Validitas

Tabel 4.14
Hasil Uji Validitas Labelisasi Syariah (X)

Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1	0.824	0.05	Valid
X2	0.841	0.05	Valid
X3	0.897	0.05	Valid
X4	0.877	0.05	Valid
X5	0.519	0.05	Valid

Sumber : hasil olah data *software statistik*, 2019

Tabel 4.15
Hasil Uji Validitas Minat Mahasiswa (Y)

Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Y1	0.824	0.05	Valid
Y2	0.841	0.05	Valid
Y3	0.897	0.05	Valid
Y4	0.877	0.05	Valid
Y5	0.519	0.05	Valid

Sumber : hasil olah data *software statistik*, 2019

Berdasarkan kedua tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai R hitung seluruh pertanyaan dan pernyataan dalam kuesioner lebih besar dari R tabel. Dengan demikian hal tersebut menyimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dan

pernyataan dalam indikator labelisasi syariah dan indikator minat mahasiswa adalah valid.

b). Uji Reabilitas

Kriteria pengujian reabilitas ini yaitu : jika nilai koefisien alpha (*Crombach's Alpha*) > 0.5 maka instrumen dinyatakan reabel atau dapat dipercaya dan jika nilai koefisien alpha (*Crombach Alpha*) < 0.5 maka instrumen dianggap tidak reabel atau tidak dapat dipercaya.

Tabel 4.16
Hasil Uji Reabilitas Labelisasi Syariah (X)

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	5

Sumber : hasil olah data *software statistik*, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *crombach alpha* variabel labelisasi syariah (X) adalah 0.858 ini berarti $0.858 > 0.5$ dengan demikian, maka uji reabilitas terhadap variabel labelisasi syariah dapat dipercaya atau reabel.

Tabel 4.17
Hasil Uji Reabilitas Minat Mahasiswa (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.667	5

Sumber : hasil olah data *software statistik*, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *crombach alpha* variabel minat mahasiswa (Y) adalah 0.667 ini berarti $0.667 > 0.6$. dengan demikian, maka hasil uji reabilitas terhadap minat mahasiswa dapat dipercaya atau reabel.

4. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Tabel 4.18
Hasil Uji Normalitas *Kolmogorof Smirnof*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		LABELISASI SYARIAH	MINAT MAHASISWA
N		60	60
Normal Parameters(a,b)	Mean	72.6667	75.4667
	Std. Deviation	10.82788	8.75943
Most Extreme Differences	Absolute	.275	.179
	Positive	.179	.142
	Negative	-.275	-.179
Kolmogorov-Smirnov Z		2.134	1.390
Asymp. Sig. (2-tailed)		.040	.042

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data

Sumber : hasil olah data *software statistik*, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* adalah sebesar 0,040 dan 0,042. Hal ini menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

5. Analisis Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan hasil dari analisis dengan menggunakan program SPSS maka diperoleh hasil analisis regresi sebagai berikut:

Tabel 4.19
Hasil Regresi Linear Sederhana
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	40.618	6.284		6.464	.000
	LABELISASI SYARIAH	.480	.086	.593	5.606	.000

a Dependent Variable: MINAT MAHASISWA

Sumber : hasil olah data *software statistik*, 2019

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa hasil pengolahan regresi sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 40.618 + 6.284X$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

$a = 40.618$ merupakan nilai konstanta, jika nilai variabel label syariah (X) adalah nol maka minat mahasiswa (Y) sebesar 40.618%.

$bX = 6.284$ menunjukkan bahwa apabila variabel label syariah meningkat sebesar satu satuan maka, minat mahasiswa bertambah sebesar 6.284. koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

6. Uji Hipotesis

1) Uji Signifikan Parsial (uji t)

Uji t bertujuan untuk melihat apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas/*independent* (X) terhadap variabel terikat/*dependent* (Y).

H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Tabel 4.20
Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)
Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1 (Constant)	40.618	6.284		6.464	.000
LABEL ISASI SYARIAH	.480	.086	.593	5.606	.000

a Dependent Variable: MINAT MAHASISWA

Sumber : hasil olah data *software statistik*, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Thitung variabel label syariah adalah 5.606 dengan tingkat signifikan 0.000 dan nilai Ttabel 1.5485 maka Thitung lebih besar dari Ttabel yaitu ($5.606 > 1.5485$) dan nilai signifikannya $0.000 < 0.05$ itu artinya H_a diterima yaitu secara parsial variabel labelisasi syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa.

2) Koefisien Determinasi

Koefisien determinan (R^2) pada intinya mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 < R^2 < 1$). Jika R^2 semakin besar (mendekati satu), maka dapat dikatakan pengaruh variabel independen (X) adalah besar terhadap variabel dependen (Y). Jika R^2 semakin mengecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) semakin kecil.

Tabel 4.20
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.593(a)	.351	.340	7.11488

a Predictors: (Constant), LABEL SYARIAH

Sumber : hasil olah data *software statistik*, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa angka *R square* (R^2) sebesar 0.351 (35.1%) menunjukkan bahwa labelisasi syariah (X) mampu menjelaskan minat mahasiswa (Y) sebesar 35.1%. sedangkan sisanya sebesar 59.3% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

a). Pengaruh label syariah terhadap minat mahasiswa

Pelabelan atau labelisasi merupakan salah-satu cara yang paling sering digunakan untuk memperkenalkan atau mempromosikan suatu produk ataupun jasa yang ditawarkan kepada calon konsumen atau calon nasabah. Ada banyak jenis label yang ada di Indonesia salah-satu diantaranya adalah label syariah yang digunakan oleh beberapa bank di Indonesia yang menjalankan sistem perbankannya dengan sistem syariah serta mencantumkan label syariah pada banknya. Pencantuman label syariah pada bank bertujuan untuk menunjukkan dan menjelaskan bahwa produk dan jasa yang ditawarkan sesuai prinsip syariah Islam sehingga calon nasabah akan lebih mudah memahaminya.

Hasil dari penelitian ini membuktikan dan menunjukkan bahwa labelisasi syariah pada perbankan memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa IAIN Palopo memilih jasa perbankan syariah. Pada uji validitas menunjukkan bahwa nilai Rhitung dari keseluruhan indikator yang diuji bernilai positif dan lebih besar dari Rtabel sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan valid. Pada hasil uji reabilitas *Crombach Alpha* dari tiap variabel lebih besar dari 0.05 yang berarti bahwa kuesioner yang merupakan indikator-indikator dari variabel tersebut adalah reabel. Selanjutnya pada uji normalitas adalah apabila tingkat signifikan 0.05% nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0.05% hal tersebut menunjukkan bahwa variabel residuel berdistribusi normal, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Pada analisis regresi linear sederhana didapat hasil sebagai berikut:

$a = 40.618$ merupakan nilai konstanta, jika nilai variabel label syariah (X) adalah nol maka minat mahasiswa (Y) sebesar 40.618%.

$bX = 6.284$ menunjukkan bahwa apabila variabel label syariah meningkat sebesar satu satuan maka, minat mahasiswa bertambah sebesar 40.618. koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Variabel independen pada penelitian ini berpengaruh positif terhadap variabel dependen. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji t yang menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai signifikan 0.05 dan Rhitung lebih besar dari Rtabel, variabel label syariah mempengaruhi minat mahasiswa sebesar 35.1%. sedangkan sisanya sebesar 59.3% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel labelisasi syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa IAIN Palopo memilih jasa perbankan syariah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai “pengaruh labelisasi syariah terhadap minat mahasiswa IAIN Palopo memilih jasa perbankan syariah”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 60 responden dengan rincian jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 26 orang (24,4%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 34 orang (75,6%). Hal ini menunjukkan bahwa responden perempuan merupakan responden yang lebih banyak dipilih peneliti dan menjadi dominan dalam memberikan tanggapan dalam penelitian ini.
2. Pada hasil uji reabilitas dapat diketahui nilai *Crombach Alpha* pada variabel X dan Y adalah (0.858 & 0.667) yang artinya nilai tersebut lebih besar dari 0.05 sehingga seluruh instrumen penelitian ini dapat dipercaya.
3. Dari hasil regresi linear sederhana antara labelisasi syariah terhadap minat mahasiswa memilih jasa perbankan syariah. Terdapat hubungan yang fungsional dan linear di antara kedua variabel.
4. Berdasarkan hasil koefisien determinasi atau daya penentu maka labelisasi syariah terhadap minat mahasiswa IAIN Palopo memilih jasa perbankan syariah adalah sebesar 35.1%. sedangkan sisanya sebesar 59.3% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan pengalaman selama melakukan penelitian dan berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka penulis mengajukan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya bank yang mencantumkan labelisasi syariah memperhatikan penempatan dan bentuk desain dari label syariah. Sebab berdasarkan fakta dari penyebaran kuesioner responden masih kurang setuju dengan semua bank yang berlabel syariah adalah bank yang bebas riba (bunga).
2. Dalam rangka memperhatikan pengetahuan mahasiswa diharapkan bank yang berlabel syariah mampu memberikan edukasi dan pemahaman kepada mahasiswa berkaitan dengan sistem yang dijalankan instansi tersebut, agar mahasiswa mampu memahami pokok yang menjadi pembeda antara bank syariah dan bank konvensional. Sehingga tak ada lagi kecenderungan untuk menyamakan semua jenis bank.
3. Dalam rangka pembuktian mahasiswa untuk membangun dan membangkitkan kembali Ekonomi Islam (Ekonomi Rabbani), sebaiknya mahasiswa yang ada di Indonesia khususnya mahasiswa IAIN Palopo prodi perbankan syariah memilih menggunakan jasa perbankan syariah yang menggunakan sistem syariah karena hal tersebut sesuai dengan anjuran Agama Islam yakni melarang dan mengharamkan sistem riba.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdullah Wahab, “*Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Prespektif Islam)*”, dalam Bima Sakti, dengan judul: “*Analisi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Perbankan Syariah*,” Cet. I, Jakarta: Kencana, 2017, h. 27.
- Al-Jawziyyah, Ibnu Qayyim, “*T’Lam Al-Muwaqqi’in An-Rabb Al-Alamin*”, Beirut: Dar Al-ffikr, cet ke-2 Js 1, (diterjemahkan oleh Iqbal.M Dengan judul: *Rekontruksi dalam mencapai Falah*), Yogyakarta: Tiara Wacana, 2014, h. 89.
- Alice, Crow Dan Lester D, Crow, “*Educational Psychology New Jersey*,” dalam Bima Sakti, dengan judul: “*Analisi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Perbankan Syariah*,” Cet. I, Jakarta: Kencana, 2015, h.30.
- Angipora, Marinus, “*Dasar-Dasar Pemasaran*,” (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), h. 192.
- Asep hermawan dan husna leila yusran, *penelitian bisnis pendekatan kuantitatif*, (Depok: kencana, 2017), hlm.5.
- Bank indonesia, “*cetak biru pengembangan perbankan syariah indonesia*,” www.bi.go.id.
- Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemahan Q.S. Al-Baqarah 2: 278-279, h. 47.
- Husein Umar, *Riset pemasaran & perilaku konsumen* (jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama,2000) dalam Briliyan Rahmat Sukmono, “*pengaruh label syariah terhadap jumlah nasabah*” jakarta, 2011, h.31.
- Hasil Observasi dari Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2015 IAIN Palopo, tanggal 15 Februari 2019.
- Kartajaya. H, *Marketing In Venus*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2011), h.174.
- Kartajaya. H, Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: Mizan Pustaka,2016, h. 315.
- Kotler, Kevin Lane Keller, “*Marketing Managemen, (United States: Pearson Education)*,” diterjemahkan oleh: Bob Sabran, Dalam Judul: “*Peningkatan Penjualan Melalui Bauran Pemasaran*,” Jakarta: Erlangga, 2016, h. 231.

- Kotler, P dan Keller, K, "*Manajemen Pemasaran*" Jilid 1, Edisi *Ketiga Belas*, (Diterjemahkan oleh: Bob Sabran, MM, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2009, h.258.
- Lexy j. Moleong, *metodologi penelitian kuantitatif*, (Bandung: Remaja Rodakarya, 2011), h. 33.
- Mardani, "*Pengertian, Ruang Lingkup, Manfaat Ekonomi Syariah*," dalam Lutfiah, "*Pengaruh Pendapatan Nasabah Terhadap Keinginan Menabung*," Cet. I: Jakarta: Srigunting, 2016, h. 25.
- Muhammad Antonio Syafi'i, "*perkembangan lembaga keuangan Islam*", (Jakarta: BAMUI dan BMI, 2016), 37 dan Abdul Jamal Abbas, "*perbankan syariah kontemporer, prinsip, nilai, dan perkembangannya di Indonesia* ,(Jakarta: Bintang Pustaka, 2017), 12.
- M. Syafi'i antonio, "*bank syariah dari teori ke praktik*," Jakarta: Gema Insani Press, 2016, hlm. 83.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Undip, Semarang, 2011, h.98.
- Pasal 1 angka 6 UU no.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah.
- Pasal 1 angka 12 UU No.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah.
- Prof. Dr. Sugiyono, *metode penelitian kuantitatif* (Bandung: alfabeta , 2016), hlm.215.
- Ridwan dan Akdon, *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*, (cet. 2: Bandung: alfabeta, 2016), h. 133.
- Schiffman dan Kanuk, *Prilaku Konsumen*, Edisi Kedua, Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2016, h. 206.
- Simamora, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Dalam Husein Umar, "*Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*," cet. I: Jakarta: Rajawali, 2016, h.269.
- Singarimbun, 1995, dalam Wahyu Budi Utami 2015, "*pengaruh label halal terhadap keputusan membeli*, hlm.39.
- Sofyan siregar, *statistik parametrik untuk penelitian kuantitatif*, (jakarta: PT bumi aksara, 2014), h. 15.
- Sugiono, *cara mudah menyusun skripsi, tesis, dan disertasi*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 37-38

Suharsimi Arikunto, *prosedur penelitian suatu pendekatan praktek* (edisi revisi v), (Jakarta: PT. Asdi Mahasatya 2015), h.133.

Sunan, IbnuMajah/ Abu, Abdullah, Muhammad binYazid Alqazwini Kitab: Perdagangan/ Juz. 2/ Hal. 765/ No. (2279) Penerbit: Darul Fikri/ Bairut-Libanon/ 1991 M.

Wirdianingsih, et.al, "*Bank dan Asuransi Islam di Indonesia,*" Jakarta: Kencana Prenada Media Group, hlm.53-54.

Sumber Skripsi:

Ahmad Haidir, 2016. "*Pengaruh kualitas pelayanan dan label syariah terhadap kepuasan nasabah*". Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Purwokerto.

Rudi Agusman, 2018. "*Pengaruh label syariah terhadap minat menabung pada bank syariah*". Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Sumatera Utara.

Izza Lutfiah, 2016. "*Pengaruh label syariah, harga dan fasilitas terhadap niat pembelian ulang di pasar syariah Az-Zaitun 1 Surabaya*". Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Ampel Surabaya.

Mahardika Dinda Qurnia, 2015. "*Hubungan brand Image syariah dan tingkat religiusitas terhadap minat menjadi nasabah*". Skripsi Fakultas Psikologi, UIN Sunan Ampel Surabaya.

Sumber Internet:

<https://docplayer.info/docview/55/36359617/?widht=728&allowfullscreen>. (di akses 15 mei 2019), h. 87.

<http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/05/brand-equity-kekuatan-suatu-merek.html>. (di akses 25 mei 2019).

<http://iainpalopo.ac.id/index.php/2018/01/01/sejarah/>. Di akses selasa tanggal 29 januari 2019.

<https://Jurnal-sdm.blogspotcom/index.html>, (di akses 23 Februari 2019), h.131.

<https://Pegadaiansyariah.co.id>. (di akses 27 Mei 2019).

<https://repository.widyatama.ac.id.pdf>. (di akses 26 Maret 2019).

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH LABEL SYARIAH TERHADAP MINAT MAHASISWA IAIN
PALOPO MEMILIH JASA PERBANKAN SYARIAH
(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi
Perbankan Syariah Semester (VII) IAIN Palopo)**

A. Pengantar

Saya merupakan mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Palopo yang akan melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir saya.

Dalam rangka penelitian bersama dengan ini saya mohon bantuan saudara/saudari sebagai responden dalam penelitian ini, untuk itu saya mohon kepada saudara/saudari untuk mengisi angket dan bersedia menjawab seluruh pertanyaan yang telah disediakan dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Adapun penelitian ini berjudul:

“Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Mahasiswa IAIN Palopo Memilih Jasa Perbankan Syariah” (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Perbankan Syariah IAIN Palopo).

Atas partisipasi saudara/saudari saya ucapkan terimakasih.

B. Biodata responden

Nama :.....
kelas :.....
Jenis Kelamin :.....

C. petunjuk pengisian

1. sebelum mengisi pernyataan berikut kami mohon kesediaan saudara/saudari untuk membaca terlebih dahulu petunjuk pengisian ini.
2. setiap pernyataan pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan keadaan saudara/saudari lalu bubuhkan tanda “check list”(√) pada kolom yang tersedia.
3. keterangan pilihan
 - 1) **SS:** sangat setuju
 - 2) **S:** setuju
 - 3) **KS:** Kurang Setuju
 - 4) **TS:** tidak setuju
 - 5) **STS:** sangat tidak setuju

No	Alternatif jawaban	Skor
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang setuju (KS)	3
4	Tidak setuju (TS)	2
5	Sangat tidak setuju (STS)	1

4. mohon setiap pernyataan yang ada di isi seluruhnya

Pernyataan untuk variabel label syariah (X)
(Indikator : dapat di ingat, berarti, dapat di sukai)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Bank yang berlabel syariah adalah bank yang menjalankan aktivitasnya bebas riba (bunga bank)					
2.	Label syariah pada perbankan menandakan bank tersebut menjalankan aktivitasnya sesuai syariat islam					
3.	Memilih jasa perbankan syariah adalah salah satu bentuk mengikuti perintah agama					
4.	Tidak ada bank lain selain bank syariah yang menggunakan prinsip bagi hasil					
5.	Bank yang berlabel syariah memiliki citra yang baik dimata semua kalangan termasuk mahasiswa					

Pernyataan untuk variabel minat mahasiswa (Y)
(Indikator :Faktor dorongan dari dalam, Faktor motif social)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
6	Memilih bank syariah karena menerapkan sistem bagi hasil dimana resiko untung dan rugi ditanggung bersama					
7	Memilih bank syariah sebagai bentuk memajukan ekonomi islam					
8	Perbankan syariah adalah implementasi ekonomi islam yang tidak membolehkan adanya riba					
9	Islam menganjurkan menggunakan harta di jalan yang benar dan bebas dari kemudharatan seperti riba					
10	Bank syariah adalah bank yang menjalankan aktivitasnya sesuai dengan syariat islam					

LAMPIRAN 2
DATA JAWABAN RESPONDEN

LABEL SYARIAH (VARIABEL X)								
NO	RESPONDEN	SKOR					TOTAL SKOR	SKALA 100
		1	2	3	4	5		
1	RESPONDEN	3	3	3	3	3	15	60
2	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
3	RESPONDEN	4	5	4	4	2	19	76
4	RESPONDEN	4	3	4	4	3	18	72
5	RESPONDEN	4	4	4	3	3	18	72
6	RESPONDEN	3	4	5	4	3	19	76
7	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
8	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
9	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
10	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
11	RESPONDEN	4	4	3	4	3	18	72
12	RESPONDEN	4	5	4	4	3	20	80
13	RESPONDEN	4	4	5	4	4	21	84
14	RESPONDEN	1	1	1	1	2	6	24
15	RESPONDEN	4	5	4	4	4	21	84
16	RESPONDEN	4	4	5	4	4	21	84
17	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
18	RESPONDEN	4	4	5	5	3	21	84
19	RESPONDEN	3	4	4	4	3	18	72
20	RESPONDEN	4	5	4	4	3	20	80

21	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
22	RESPONDEN	3	4	4	4	3	18	72
23	RESPONDEN	3	4	3	3	3	16	64
24	RESPONDEN	4	3	3	3	3	16	64
25	RESPONDEN	4	4	4	3	3	18	72
26	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
27	RESPONDEN	4	3	4	4	2	17	68
28	RESPONDEN	4	4	4	4	2	18	72
29	RESPONDEN	4	4	4	4	2	18	72
30	RESPONDEN	3	4	4	4	2	17	68
31	RESPONDEN	3	3	3	3	3	15	60
32	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
33	RESPONDEN	4	5	4	4	2	19	76
34	RESPONDEN	4	3	4	4	3	18	72
35	RESPONDEN	4	4	4	3	3	18	72
36	RESPONDEN	3	4	5	4	3	19	76
37	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
38	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
39	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
40	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
41	RESPONDEN	4	4	3	4	3	18	72
42	RESPONDEN	4	5	4	4	3	20	80
43	RESPONDEN	4	4	5	4	4	21	84
44	RESPONDEN	1	1	1	1	2	6	24

45	RESPONDEN	4	5	4	4	4	21	84
46	RESPONDEN	4	4	5	4	4	21	84
47	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
48	RESPONDEN	4	4	5	5	3	21	84
49	RESPONDEN	3	4	4	4	3	18	72
50	RESPONDEN	4	5	4	4	3	20	80
51	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
52	RESPONDEN	3	4	4	4	3	18	72
53	RESPONDEN	3	4	3	3	3	16	64
54	RESPONDEN	4	3	3	3	3	16	64
55	RESPONDEN	4	4	4	3	3	18	72
56	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
57	RESPONDEN	4	3	4	4	2	17	68
58	RESPONDEN	4	4	4	4	2	18	72
59	RESPONDEN	4	4	4	4	2	18	72
60	RESPONDEN	3	4	4	4	2	17	68

MINAT MAHASISWA (VARIABEL Y)

NO	RESPONDEN	SKOR					TOTAL SKOR	SKALA 100
		1	2	3	4	5		
1	RESPONDEN	5	5	4	5	5	24	96
2	RESPONDEN	4	4	3	5	3	19	76
3	RESPONDEN	2	3	4	4	3	16	64
4	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
5	RESPONDEN	4	4	4	3	3	18	72
6	RESPONDEN	4	4	5	5	3	21	84
7	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
8	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
9	RESPONDEN	4	3	4	4	3	18	72
10	RESPONDEN	4	4	5	4	4	21	84
11	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
12	RESPONDEN	4	5	4	4	4	21	84
13	RESPONDEN	4	5	5	4	4	22	88
14	RESPONDEN	1	4	4	1	3	13	52
15	RESPONDEN	4	4	4	5	3	20	80
16	RESPONDEN	5	5	5	4	4	23	92
17	RESPONDEN	4	4	5	4	3	20	80
18	RESPONDEN	5	5	4	3	3	20	80
19	RESPONDEN	4	3	4	4	3	18	72
20	RESPONDEN	4	3	4	4	3	18	72

21	RESPONDEN	4	4	4	4	4	20	80
22	RESPONDEN	3	4	4	4	3	18	72
23	RESPONDEN	3	4	3	3	3	16	64
24	RESPONDEN	4	3	3	3	3	16	64
25	RESPONDEN	4	4	4	3	3	18	72
26	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
27	RESPONDEN	4	3	4	4	2	17	68
28	RESPONDEN	4	4	4	4	2	18	72
29	RESPONDEN	4	4	4	4	2	18	72
30	RESPONDEN	3	4	4	4	3	18	72
31	RESPONDEN	5	5	4	5	5	24	96
32	RESPONDEN	4	4	3	5	3	19	76
33	RESPONDEN	2	3	4	4	3	16	64
34	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
35	RESPONDEN	4	4	4	3	3	18	72
36	RESPONDEN	4	4	5	5	3	21	84
37	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
38	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
39	RESPONDEN	4	3	4	4	3	18	72
40	RESPONDEN	4	4	5	4	4	21	84
41	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
42	RESPONDEN	4	5	4	4	4	21	84
43	RESPONDEN	4	5	5	4	4	22	88
44	RESPONDEN	1	4	4	1	3	13	52

45	RESPONDEN	4	4	4	5	3	20	80
46	RESPONDEN	5	5	5	4	4	23	92
47	RESPONDEN	4	4	5	4	3	20	80
48	RESPONDEN	5	5	4	3	3	20	80
49	RESPONDEN	4	3	4	4	3	18	72
50	RESPONDEN	4	3	4	4	3	18	72
51	RESPONDEN	4	4	4	4	4	20	80
52	RESPONDEN	3	4	4	4	3	18	72
53	RESPONDEN	3	4	3	3	3	16	64
54	RESPONDEN	4	3	3	3	3	16	64
55	RESPONDEN	4	4	4	3	3	18	72
56	RESPONDEN	4	4	4	4	3	19	76
57	RESPONDEN	4	3	4	4	2	17	68
58	RESPONDEN	4	4	4	4	2	18	72
59	RESPONDEN	4	4	4	4	2	18	72
60	RESPONDEN	3	4	4	4	3	18	72

LAMPIRAN 3

HASIL ANALISIS OUTPUT SPSS

Tabel Frekuensi Data Responden

		JENIS KELAMIN	KELAS
N	Valid	60	60
	Missing	0	0
Mean		1.4333	3.4167
Median		1.0000	3.0000
Mode		1.00	3.00
Minimum		1.00	1.00
Maximum		2.00	6.00

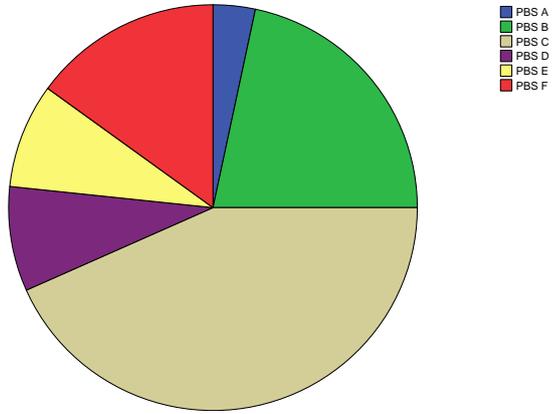
Jenis Kelamin

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PEREMPUAN	34	56.7	56.7	56.7
	LAKI-LAKI	26	43.3	43.3	100.0
Total		60	100.0	100.0	

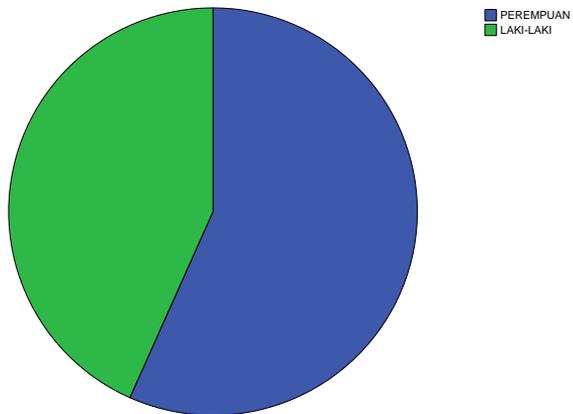
Kelas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PBS A	2	3.3	3.3	3.3
	PBS B	13	21.7	21.7	25.0
	PBS C	26	43.3	43.3	68.3
	PBS D	5	8.3	8.3	76.7
	PBS E	5	8.3	8.3	85.0
	PBS F	9	15.0	15.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

KELAS



JENIS KELAMIN



Tabel Hasil Uji Validitas

1. Variabel Label Syariah (X)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	24.00	2	3.3	3.3	3.3
	60.00	2	3.3	3.3	6.7
	64.00	4	6.7	6.7	13.3
	68.00	4	6.7	6.7	20.0
	72.00	16	26.7	26.7	46.7
	76.00	20	33.3	33.3	80.0
	80.00	4	6.7	6.7	86.7
	84.00	8	13.3	13.3	100.0
Total		60	100.0	100.0	

2. Variabel Minat Mahasiswa (Y)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	52.00	2	3.3	3.3	3.3
	64.00	6	10.0	10.0	13.3
	68.00	2	3.3	3.3	16.7
	72.00	18	30.0	30.0	46.7
	76.00	12	20.0	20.0	66.7
	80.00	8	13.3	13.3	80.0
	84.00	6	10.0	10.0	90.0
	88.00	2	3.3	3.3	93.3
	92.00	2	3.3	3.3	96.7
	96.00	2	3.3	3.3	100.0
Total		60	100.0	100.0	

T-TEST

```

/TESTVAL = 0
/MISSING = ANALYSIS
/VARIABLES = X Y
/CRITERIA = CI (.95) .

```

Tabel Hasil Uji Reabilitas

1. Variabel Label Syariah

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	5

2. Variabel Minat Mahasiswa

Cronbach's Alpha	N of Items
.667	5

Tabel Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		LABEL SYARIAH	MINAT MAHASISWA
N		60	60
Normal Parameters(a,b)	Mean	72.6667	75.4667
	Std. Deviation	10.82788	8.75943
Most Extreme Differences	Absolute	.275	.179
	Positive	.179	.142
	Negative	-.275	-.179
Kolmogorov-Smirnov Z		2.134	1.390
Asymp. Sig. (2-tailed)		.040	.042

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	40.618	6.284		6.464	.000
	LABEL SYARIAH	.480	.086	.593	5.606	.000

a Dependent Variable: MINAT MAHASISWA

Tabel Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	40.618	6.284		6.464	.000
	LABEL SYARIAH	.480	.086	.593	5.606	.000

a. Dependent Variable: MINAT MAHASISWA

Tabel Hasil Uji Kofisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.593(a)	.351	.340	7.11488

a. Predictors: (Constant), LABEL SYARIAH

RIWAYAT HIDUP



RISKAWATI, dilahirkan di Dusun Tuara, Desa Malimbu, Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara pada tanggal 28 Oktober 1998. Anak Terakhir dari empat bersaudara lahir dari pasangan H. DG. Malluse. Dan Hj. Illang, Peneliti menyelesaikan pendidikan sekolah dasar SDN 019 Pongo,

Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara pada tahun 2009. Pada tahun 2009 peneliti melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMPN 3 Sabbang, Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara dan tamat pada tahun 2012. Pada tahun 2012 peneliti melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMAN 1 Sabbang selesai pada tahun 2015. Atas keinginan yang kuat untuk melanjutkan pendidikan pada tahun 2015 peneliti melanjutkan pendidikan, penulis diterima disalah satu Perguruan Tinggi Negeri yang ada di Tanah Luwu, tepatnya di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Program Studi Perbankan Syariah.

Pada saat sekarang ini, penulis sementara menyelesaikan karya tulis ilmiah dengan judul *“Pengaruh Label Syariah Terhadap Minat Mahasiswa IAIN Palopo Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FEBI Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2015)”*.