

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi, Tingkat Keuntungan Bagi Hasil, dan Fatwa Mui tentang Keharaman Bunga Bank Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Tulungagung)” yang ditulis oleh Ricky Aditya Vandy, NIM. 17401163439 Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung dengan pembimbing Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh bagaimana perbankan syariah dapat menarik nasabah khususnya mahasiswa agar tertarik menggunakan produk di perbankan syariah. Karena tingkat persaingan yang sangat tinggi antara lembaga keuangan syariah dan non syariah maka strategi perbankan syariah harus ditingkatkan. Tujuan dalam penelitian ini adalah unntuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan Variabel Persepsi, Tingkat Keuntungan Bagi Hasil dan Fatwa MUI tentang Keharaman bunga bank terhadap Keputusan nasabah dalam menggunakan Perbankan Syariah.

Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi 1) Apakah persepsi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan menggunakan perbankan syariah?, 2) Apakah tingkat keuntungan bagi hasil berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan menggunakan perbankan syariah?, 3) Apakah Fatwa MUI tentang keharaman bunga bank berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan menggunakan perbankan syariah?, 4) Apakah persepsi, tingkat keuntungan bagi hasil, dan Fatwa MUI tentang keharaman bunga bank berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menggunakan perbankan syariah?

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebar pada responden Fakultas Ekonomi dan Bisni Islam IAIN Tulungagung sebanyak 98 responden. Data kuesioner dianalisis menggunakan SPSS 21.0 dengan melakukan beberapa tahap uji analisis data, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t dan F) dan koefisien determinasi

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel persepsi, keuntungan bagi hasil, Fatwa MUI tentang keharaman bunga bank berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Perbankan Syariah, kemudian secara simultan variabel Variabel Persepsi, Tingkat Keuntungan Bagi Hasil dan Fatwa MUI tentang Keharaman bunga bank secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Perbankan Syariah. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,735 menunjukkan bahwa 73,5% variasi keputusan menggunakan Perbankan Syariah bisa dijelaskan oleh ketiga variabel independen yang digunakan dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya 26,5% dipengaruhi oleh variabel lainya yang tidak dimasukan kedalam model regresi ini

Kata Kunci: Fatwa MUI tentang Bunga Bank, Keputusan Nasabah ,Persepsi, Tingkat Keuntungan Bagi Hasil.

ABSTRACT

Thesis with title "The Effect of Perception, Profit Sharing Rate, and MUI Fatwa on Bank Interest on Customer Decisions in Using the Islamic Banking (Case Study of Students of Faculty of Economics and Islamic Business State of IAIN Tulungagung Written by Ricky Aditya Vandy, NIM. 17401163439. Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Syariah Banking, State Islamic Institute of (IAIN)Tulungagung. Advisor: Nur Aziz Muslim, M.H.I.

This research is motivated by how Islamic banking can attract customers, especially students, to be interested in using product Islamic banking. Due to the very high level of competition between Islamic and non-Islamic financial institutions, the Islamic banking strategy that must be used is to look at what factors influence the decision to use a product. Such as factors of Perception, Profit Sharing Rate, and MUI Fatwa on Bank Interest. The purpose of this study was to determine the partial influence of Perception, Profit Sharing Rate, and MUI Fatwa on Bank Interest variables on customer decisions in using Islamic Banking, as well as to determine the simultaneous influence between Perception, Profit Sharing Rate, and MUI Fatwa on Bank Interest on customer decisions in using Islamic Banking.

The formulation of the problem in this study includes 1) Does perception have a partial and significant effect on the decision to use Islamic banking? 2) Does the profit sharing rate affect partially and significantly on the decision to use Islamic banking? 3) Does MUI Fatwa on Bank Interest influence partially and significantly on the decision to use sharia banking? 4) Do perceptions, profit sharing rates, and MUI fatwa about prohibition of bank interest have a simultaneous effect on the decision to use sharia banking?

This study uses a quantitative approach with associative research types. In this study the data used are primary data obtained from questionnaires distributed to 98 respondents at the Faculty of Economics and Islamic Business of IAIN Tulungagung. The questionnaire data were analyzed using SPSS 21.0 by performing several stages of data analysis tests, validity tests, reliability tests, normality tests, classical assumptions, multiple linear regression tests, hypothesis testing (t and F tests) and the coefficient of determination.

Hypothesis testing using the t test shows that the variable Perception has a significant positive effect on customer decisions in using Islamic Banking, the Profit Sharing Rate variable has a significant positive effect on customer decisions in using Islamic Banking, MUI Fatwa on Bank Interest variables have a significant positive effect on customer decisions in using Islamic Banking, The Adjusted R Square figure of 0.735 shows that 73.5% of the variation in decisions using ATM can be explained by the four independent variables used in the regression equation. While the remaining 26.5% is influenced by other variables which are not included in this regression model.

Keywords: *Customer Decisions, MUI Fatwa on Bank Interest Perception, Profit Sharing Rate*