# PENGARUH PERSEPSI DAN PREFERENSI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT KOTA SURABAYA PADA PEMBIAYAAN RUMAH SYARIAH

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**PANDU ROBBY ARIFANDI**

**NIM. G94214180**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**SURABAYA**

**2018**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

| | |
|---|---|
| Nama | : Pandu Robby Arifandi |
| NIM | : G94214180 |
| Fakultas/Prodi | : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah |
| Judul Skripsi | : Pengaruh Persepsi dan Preferensi Terhadap Sikap Masyarakat Kota Surabaya Pada Pembiayaan Rumah Syariah |

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 19 Maret 2018

Saya yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
TGL 20
37FA6AEF863702632
6000
ENAM RIBU RUPIAH

**Pandu Robby Arifandi**
NIM. G94214180

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Pandu Robby Arifandi NIM. G94214180 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, 19 Maret 2018

Pembimbing,

**Ummiy Fauziyah Laili, M.Si**

NIP. 19830606201101201

## PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Pandu Robby Arifandi NIM. G94214180 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Kamis, tanggal 05 April 2018, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ekonomi Syariah.

**Majelis Munaqasah Skripsi :**

Penguji I,

**Ummiy Fauziyah Laili, M.Si**
NIP.19830606201101201

Penguji II,

**Dr. Iskandar Ritonga, M.Ag.**
NIP. 196506151991021001

Penguji III,

**Samsul Anam, MM**
NIP. 196803072008011017

Penguji IV,

**Ridha Amaliyah, S.IP, MBA**
NIP. 201409001

Surabaya, 11 April 2018
Mengesahkan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Dekan,

**Prof. Akh. Muzakki, M.Ag, Grad. Dip.SEA, M.Phil, Ph.D**
NIP. 197402091998031002

**KEMENTERIAN AGAMA**
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**
**PERPUSTAKAAN**
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : PANDU ROBBY ARIFANDI
NIM : G94214180
Fakultas/Jurusan : FEBI/EKONOMI SYARIAH
E-mail address : pandurobby@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :
PENGARUH PERSEPSI DAN PREFERENSI TERHADAP SIKAP MASYARAKAT
KOTA SURABAYA PADA PEMBIAYAAN RUMAH SYARIAH

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 10 April 2018

Penulis

(PANDU ROBBY ARIFANDI)
*nama terang dan tanda tangan*

# ABSTRAK

Skripsi yang berjudul **"Pengaruh Persepsi dan Preferensi terhadap Sikap Masyarakat Kota Surabaya Pada Pembiayaan Rumah Syariah"** ini merupakan hasil penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang apakah terdapat pengaruh signifikan secara parsiaol maupun simultan antara persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuatitatif yang dimaksudkan sebagai penelitian yang menekankan pada pembuktian hipotesis yang disusun dari rumusan masalah yang dikemukakan. Subjek penelitian ini adalah mayarakat Kota Surabaya yang berjumlah 385 orang. Variabel dalam penelitian ini meliputi variabel bebas yang terdiri dari persepsi dan preferensi serta variabel terikat yaitu sikap masyarakat. Pengumpulan data dilakukan dengan peyebaran kuesioner ke responden yaitu mayarakat Kota Surabaya. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji statistik yaitu Uji T (parsial) dan Uji F (simultan).

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh persepsi terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah karena nilai t hitung > t tabel yaitu 8,665 > 1,966 dan nilai Sig. < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05. Sedangkan variabel preferensi berpengaruh terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah karena nilai t hitung > t tabel 18,066 > 1,966 dan nilai Sig. < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05. Pada uji simultan, hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah karena nilai F hitung > F tabel yaitu 436,272 > 3,02 dan nilai Sig. < 0,05 yaitu 0.000 < 0.05.

Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan kepada Lembaga ataupun Bank Syariah yang mempunyai produk pembiayaan rumah syariah dapat meningkatkan sosialisasi produk pembiayaan rumah syariah.


**Kata kunci:** Persepsi, Preferensi, Sikap



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

## DAFTAR ISI

**Halaman**


SAMPUL DALAM ..... i

PERNYATAAN KEASLIAN..... ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... iii

PENGESAHAN..... iv

ABSTRAK..... v

KATA PENGANTAR ..... vi

DAFTAR ISI ..... viii

DAFTAR TABEL..... xi

DAFTAR GAMBAR..... xii

DAFTAR TRANSLITRASI ..... xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang ..... 1

B. Rumusan Masalah ..... 6

C. Tujuan Penelitian..... 7

D. Kegunaan Hasil Penelitian ..... 7

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori ..... 9

B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan ..... 22

C. Kerangka Konseptual ..... 25

D. Hipotesis ..... 26

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitan ..... 28

B. Waktu dan Tempat Penelitian ..... 29




digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Populasi Dan Sampel Prenelitian ..... 29
D. Variabel Penelitian ..... 32
E. Definisi Operasional ..... 33
F. Uji Validitas dan Reliabilitas ..... 34
G. Data Dan Sumber Data ..... 38
H. Teknik Pengumpulan Data ..... 39
I. Teknik Analisis Data ..... 39

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian ..... 46
1. Gambaran Umuum Masyarakat Kota Surabaya ..... 46
2. Karakteristik Responden ..... 47
B. Analisis Data ..... 52
1. Gambaran Umum Distribusi Frekuensi Item ..... 52
2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen ..... 54
3. Uji Asumsi Klasik ..... 57
4. Uji Regresi Linier Bergnda ..... 62
5. Uji Hipotesis ..... 63

BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Persepsi Terhadap Sikap Masyarakat Kota Surabaya Pada Pembiayaan Rumah Syariah ..... 68
B. Pengaruh Preferensi Terhadap Sikap Masyarakat Kota Surabaya Pada Pembiayaan Rumah Syariah ..... 73
C. Pengaruh Persepsi dan Preferensi Terhadap Sikap Masyarakat Kota Surabaya Pada Pembiayaan Rumah Syariah ..... 75

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan ..... 80
B. Saran ..... 81



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA ..... 83

LAMPIRAN ..... 86



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

## DAFTAR TABEL

Tabel **Halaman**


2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan ..... 22
3.1 Pembagian *Cluster* Kota Surabaya ..... 31
3.2 Jumlah Sampel per *Cluster* ..... 32
3.3 Definisi Operasional Penelitian ..... 33
3.4 Hasil Pengujian Validitas Persepsi Masyarakat ($X_1$)..... 35
3.5 Hasil Pengujian Validitas Preferensi Masyarakat ($X_2$)..... 36
3.6 Hasil Pengujian Validitas Sikap Masyarakat (Y) ..... 36
3.7 Hasil Pengujian Reliabilitas Kuesioner..... 38
4.1 Jumlah Penduduk Kota Surabaya Tahun 2017 ..... 46
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur..... 48
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 48
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan..... 49
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan ..... 50
4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan..... 51
4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi..... 52
4.8 Distribusi Frekuensi Variabel Preferensi..... 53
4.9 Distribusi Frekuensi Variabel Sikap..... 54
4.10Hasil Uji Normalitas ..... 58
4.11 Hasil Uji Multikolinearitas..... 60
4.12 Hasil Uji Heterokedastisitas..... 61
4.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda..... 62
4.14 Hasil Uji Koefisien Determinan $R^2$..... 63
4.15 Hasil Uji T (Parsial)..... 63
4.16 Hasil Uji F (Simultan)..... 66
5.1 Kegiatan Sosial yang Diikuti Responden ..... 72




digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

## DAFTAR GAMBAR

Gambar **Halaman**


1.1 Banyaknya Permohonan dan Pemberian Hak Atas Tanah ..... 6
2.1 Proses Perseptual ..... 10
2.2 Kerangka Konseptual ..... 25
4.1 Gambar P-Plot Normalitas ..... 59
4.2 Histogram Normalitas ..... 59




digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

# BAB I

# PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Pembiayaan ialah kegiatan untuk mengadakan, mendirikan ataupun melakukan sesuatu dengan uang sebagai perantara. Pembiayaan juga bisa berarti sebagai kepercayaan *(trust)*, dimana suatu lembaga keuangan berbasis syariah memberikan kepercayaan terhadap seorang untuk melaksanakan amanah yang diberikan lembaga keuangan syariah selaku pemilik dana.

Pembiayaan adalah penyediaan dana berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara lembaga keuangan syariah dengan pihak lain dengan proses pinjam meminjam yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasinya setelah jangka waktu yang telah ditentukan dengan imbalan berupa bagi hasil.[1]

Dari sekian banyak produk pembiayaan yang ditawarkan perbankan syariah, pembiayaan rumah syariah merupakan salah satu yang cukup menarik perhatian di kalangan lapisan masyarakat. Hal ini seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat tentang kebutuhan hunian yang layak. Mengingat adanya kebutuhan bagi para penduduk di Indonesia yang ingin menyiapkan fasilitas hunian yang baik untuk keluarga. Akan tetapi tidak

[1] Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking: Sistem Bank Islam Bukan Hanya Solusi Menghadapi Krisis Namun Solusi dalam Menghadapi Berbagai Persoalan Perbankan & Ekonomi Global*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), 700



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat dipungkiri bahwa biaya pembangunan rumah menjadi semakin meningkat.

Biaya pembangunan rumah yang semakin mahal, memang merupakan kenyataan yang harus dihadapi oleh semua kalangan masyarakat yang ingin membangun rumah. Biaya pembangunan semakin mahal seiring dengan kenaikan barang-barang kebutuhan pokok yang pasti akan diikuti olehkenaikan harga semua barang dan jasa. Disinilah letak pentingnya pembiayaan rumah syariah.

Keinginan masyarakat untuk mempunyai rumah sangat tinggi dan lembaga keuangan syariah memberikan fasilitas tetapi masih banyak yang belum mengetahui informasi tentang pembiayaan rumah syariah. Padahal pembiayaan rumah syariah bisa dijadikan alternatif untuk masyarakat yang memerlukan hunian yang layak.

Ada beberapa manfaat dari pembiayaan rumah syariah. Perolehan keuntungan oleh bank atau *margin* yang bersifat tetap selama masa perjanjian. Karena besarnya keuntungan atau *margin* yang sudah diketahui di awal, maka tinggi rendahnya margin dipengaruhi oleh tingkat keuntungan per satu kali transaksi dan besarnya jumlah transaksi dalam satu periode pembiayaan. Besarnya cicilan yang harus dibayar oleh nasabah adalah bersifat tetap selama masa transaksi yang telah disepakati. Dengan demikian konsumen atau nasabah tidak terbebani fluktuasi suku bunga yang terus

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengalami perubahan. Meskipun suku bunga berubah, angsuran pembiayaan rumah syariah tetap sama.[2]

Lembaga keuangan syariah perlu mengembangkan jaringan produknya dengan berbagai upaya baik melalui peningkatan pemahaman masyarakat mengenai produk, mekanisme, sistem dan seluk beluk produk pembiayaan rumah syariah, perkembangan jaringan produk pembiayaan rumah syariah akan tergantung pada besarnya kontribusi masyarakat terhadap sistem produk pembiayaan rumah syariah.

Oleh karena itu, agar kegiatan sosialisasi dalam rangka peningkatan pemahaman masyarakat terhadap Syariat Islam dalam sektor lembaga keuangan syariah dengan produk pembiayaan rumah syariah agar lebih efektif diperlukan informasi yang lengkap mengenai karakteristik dan perilaku masyarakat terhadap pembiayaan rumah syariah.

Menurut Assail, persepsi merupakan tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca indranya. Preferensi adalah prioritas atau pilihan, kecenderungan dan kesukaan terhadap suatu objek. Sikap berpengaruh dalam penentuan perilaku konsumen. Assael mendefinisikan perilaku konsumen adalah proses merasa serta mengevaluasi informasi merek, dan mempertimbangkan bagaimana alternatif mereka untuk memenuhi kebutuhan yang kemudian memutuskan

[2] Helmi Haris, "Pembiayaan Rumah Syariah (Sebuah Inovasi Pembiayaan Perbankan Syariah)", *Jurnal Ekonomi Islam La_Riba*, Vol. 1 No. 1, (Juli 2007), 119.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pada suatu merek. Assael berpendapat bahwa terdapat dua pengaruh cukup luas yang bisa menentukan pilihan konsumen.[3]

Pengaruh pertama, yaitu konsumen individu dimana kebutuhan, persepsi merek, karakteristik, dan sikap, yang mempengaruhi pilihan mereka. Pengaruh kedua dari perilaku konsumen adalah lingkungan. Lingkungan konsumen bisa digambarkan dengan budaya (norma dan nilai masyarakat), dengan sub budaya (bagian dari masyarakat dengan norma-norma berbeda dan nilai dalam kehormatan tertentu) dan dengan kelompok bertatap muka (teman, anggota keluarga dan kelompok referensi).[4]

Perilaku konsumen merupakan penentu apakah konsumen melakukan pembelian atau tidak terhadap keputusan yang ditetapkan oleh konsumen dan ini merupakan bagian yang penting untuk pemasaran. Perilaku konsumen berkaitan dengan informasi yang dimiliki konsumen dan berbagai faktor yang dipengaruhi oleh pengetahuan konsumen tentang produk yang akan dibelinya. Pengaruh situasi konsumen dapat memberikan hasil akhir yang berbeda bagi masing-masing konsumen dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Tingkat kebutuhan konsumen terhadap produk yang dicari dapat berpengaruh terhadap tahapan pencarian informasi oleh konsumen. Faktor lingkungan

[3] Shellyana Junaidi dan Basu Swastha Dharmesta "Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keputusan Perpindahan Merek", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, No. 1 Vol. 17 (2002), 93.
[4] Ellen Kurnia Sari Sholihah, "Pengaruh Potensi, Persepsi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Muslim Surabaya Terhadap Wakaf Uang Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening", (Skripsi—UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017), 9-10.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

eksternal seperti faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis bisa mempengaruhi keputusan perilaku konsumen.[5]

Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta dan telah mengklaim dirinya sebagai kota jasa dan perdagangan. Surabaya dapat dijadikan acuan kota-kota lain dalam mengetahui perilaku konsumen masyarakat Indonesia apapun yang dilakukan kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung dan Medan akan menjadi rujukan karena hasil penelitian di Surabaya akan menjadi referensi kota-kota kecil yang ada di Indonesia. Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil mencatat, Kota Surabaya memiliki penduduk yang berjumlah 3.016.653 jiwa.[6]

Berdasarkan data dari Dinas Pertanahan, banyaknya permohonan dan pemberian hak atas tanah Kota Surabaya pada tahun 2014 sebanyak 890. Jumlah tersebut lebih banyak dibandingkan dengan Kabupaten Sidoarjo dengan jumlah sebesar 850 dan Kabupaten Gresik sebanyak 512.

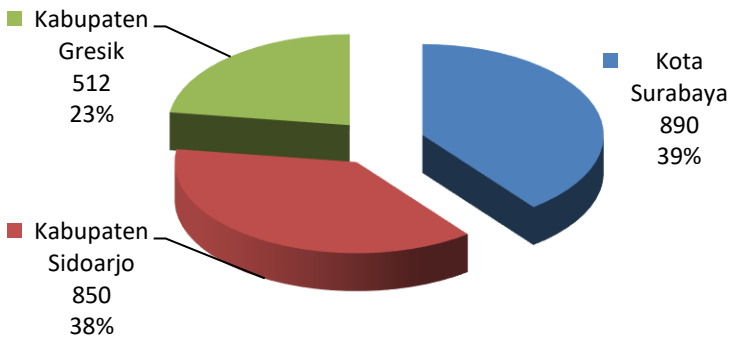
---

[5] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi XIII*, Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga, 2008), 166.
[6] Badan Pusat Statistik Kota Surabaya, *Kota Surabaya dalam Angka 2017*, (Surabaya: Badan Pusat Statistik Kota Surabaya, 2017), 81.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 1.1

Banyaknya Permohonan dan Pemberian Hak Atas Tanah dari Dinas Pertanahan Tahun 2015[7]




*Sumber:Data diolah oleh peneliti dari Dinas Pertanahan Tahun 2015*

Dari data diatas dapat dilihat bahwa dengan banyaknya permohonan dan pemberian Hak Atas Tanah paling besar dibandingkan dengan dua kota besar Jawa Timur lainnya dengan jumlah 890 surat menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk mendirikan maupun membeli rumah di Kota Surabaya masih cukup besar.

## B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dikemukakan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya pada pembiayaan rumah syariah?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara preferensi terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya pada pembiayaan rumah syariah?

[7] Badan Pusat Statistik, 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya pada pembiayaan rumah syariah?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang diharapkan bisa dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menjelaskan dan menganalisis bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya pada pembiayaan rumah syariah.
2. Menjelaskan dan menganalisis bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara preferensi terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya pada pembiayaan rumah syariah.
3. Menjelaskan dan menganalisis bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya pada pembiayaan rumah syariah.

## D. Kegunaan Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini akan membahas tentang manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

1. Teoritis

Sebagai sarana evaluasi dan pengembangan untuk menerapkan ilmu yang diterima ketika belajar di bangku perkuliahan ke dalam masalah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang dihadapi di masyarakat, sehingga dapat mengetahui persepsi dan preferensi masyarakat terhadap pembiayaan rumah syariah.

2. Secara Praktis

a. Bagi Perusahaan

Bagi lembaga keuangan syariah yang mempunyai produk pembiayaan rumah syariah dapat mengetahui persepsi dan preferensi masyarakat terhadap pembiayaan rumah syariah.

b. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa dapat memahami materi yang didapat di bangku perkuliahan dan dapat menerapkan pengetahuan yang dimiliki ketika menghadapi masalah yang ada di masyarakat.

c. Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan dapat memahami produk pembiayaan, menyikapinya dan mendapatkan pandangan mengenai pembiayaan rumah syariah sehingga tidak terjadi persepsi yang keliru terhadap masyarakat dan membantu masyarakat untuk memahami lebih jauh mengenai pembiayaan rumah syariah, sehingga banyak masyarakat yang merencanakan hunian yang nyaman dengan pembiayaan rumah syariah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

# BAB II
# KAJIAN PUSTAKA

## A. Landasan Teori

### 1. Persepsi

Kenneth A. Sereno dan Edward M. Bodaken berpendapat bahwa persepsi yaitu sarana yang mungkin bisa menjadikan seseorang memperoleh kesadaran dengan sekelilingnya dan lingkungan seseorang. Sedangkan persepsi yang dikemukakan oleh Joseph A. Devito adalah proses dimana seseorang menjadi sadar dengan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indera seseorang. Persepsi merupakan bentuk interpretasi atas sensasi sebagai representatif objek eksternal. Persepsi terdiri dari tiga aktivitas, yaitu seleksi, organisasi dan interpretasi.[19]

Persepsi berlangsung lebih cepat dari proses pengenalan atau berpikir. Seseorang pertama-tama berpikir sesuai dengan rasa suka atau tidak suka jika melihat orang lain. Oleh karena itu sering kali persepsi berbeda dengan kenyataan sesungguhnya. Proses yang terjadi dalam persepsi adalah asosiasi dimana informasi tersebut bisa didapat melalui penginderaan dan dikaitkan dengan hal-hal yang ada serta pengalaman seseorang di masa lampau. Dalam proses asosiasi ini terlihat pada tahap penafsiran.[20]

Sutisna mengutip pernyataan Webster yang menyatakan persepsi merupakan proses dimana stimuli tersebut diseleksi, diorganisasi serta

[19] Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), 180-181.
[20] Yeni Widyastuti, *Psikologi Sosial*, (Serang: Graha Ilmu, 2013), 35.

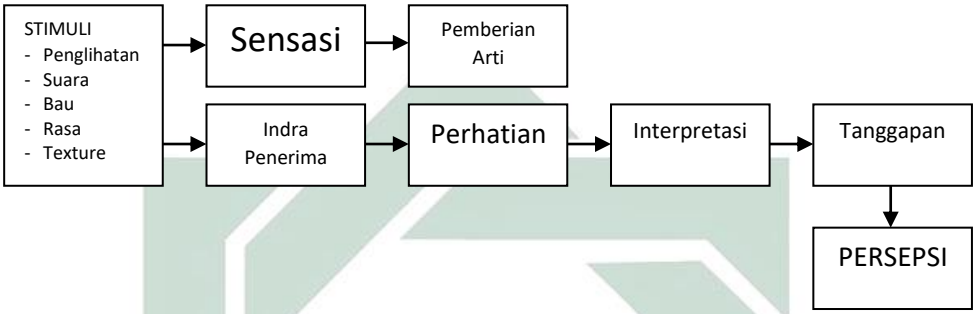


digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

diinterpretasikan. Gambar di bawah ini menggambarkan bahwa stimuli ditangkap melalui indera kemudian diproses oleh penerima stimuli.

Gambar 2.1

Proses Perseptual[23]




*Sumber: Diadaptasi dari M. R. Solomon (1996), "Customer Behavior", Prentice Hall International*

.

Robbins mendeskripsikan bahwa persepsi jiika dikaitkan dengan lingkungan yaitu suatu proses dimana individu berusaha mengorganisasikan serta menafsirkan apa yang ditangkap oleh indera mereka dengan tujuan memberi makna terhadap lingkungan mereka.[24]

Dari beberapa pengertian persepsi diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi adalah suatu proses seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan informasi serta pengalaman kemudian ditafsirkan sehingga menciptakan keseluruhan gambaran yang berarti.

---

[23] Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Diadaptasi dari M. R. Solomon, "*Customer Behavior" Prentice Hall International, 1996,* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002), 62.

[24] Dwi Prasetya Danarjati, Adi M, A.R. Ekawati, *Pengantar Psikologi Umum*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 22.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Faktor yang Menentukan Persepsi[25]

Menurut Thoha, persepsi pada umumnya terjadi dikarenakan ada dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal misalnya sikap, kebiasaan dan kemauan yang berasal dari individu. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang meliputi stimulus tersebut baik sosial maupun fisik yang didapat dari luar individu.

Terdapat sejumlah faktor yang bisa membentuk bahkan nmemutarbalikkan persepsi. Antara lain yaitu:

1) Pelaku persepsi.
2) Objek atau yang dipersepsikan.
3) Konteks dari situasi dimana persepsi itu muncul.

Menurut Oskamp persepsi dapat dibagi menjadi beberapa karakteristik penting dari faktor-faktor pribadi dan sosial yang ada dalam persepsi:

1) Faktor-faktor ciri dari objek stimulus
2) Faktor-faktor pribadi seperti intelegensi, minat
3) Faktor-faktor pengaruh kelompok
4) Faktor-faktor perbedaan latar belakang

Faktor fungsional dan faktor struktural dapat mempengaruhi persepsi individu. Faktor fungsional misalnya kebutuhan individu, usia, pengalaman masa lalu, jenis kelamin dan lain-lain yang bersifat subjektif dan personal. Faktor struktural adalah faktor yang bisa sangat

[25] Dwi Prasetya Danarjati, Adi M, A.R. Ekawati, *Pengantar Psikologi,……., 24*.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berpengaruh terhadap seseorang dalam mempersepsikan sesuatu antara lain yaitu lingkungan, budaya dan norma sosial.

Dalam bukunya yang berjudul Psikologi Komunikasi, Jalaludin Rakhmat berpendapat terdapat dua faktor yang menentukan persepsi yaitu faktor fungsional dan faktor struktural.

1) Faktor Fungsional

Faktor fungsional bisa berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk dalam faktor-faktor personal. Yang menentukan persepsi yaitu karakteristik orang yang memberikan respons pada stimuli tersebut bukan jenis atau bentuk stimuli.

Krech dan Crutchfeld merumuskan dalil persepsi yaitu, persepsi berifat selektif secara fungsional. Dalil ini berarti bahwa objek-objek yang bisa memenuhi tujuan individu untuk melakukan persepsi adalah objek-objek yang mendapat tekanan dalam persepsi kita. Contoh pengaruh kebutuhan, kesiapan mental, suasana emosional dan latar belakang budaya terhadap persepsi.

Faktor-faktor fungsional yang biasa disebut sebagai kerangka rujukan karena dapat mempengaruhi persepsi. Dalam kegiatan komunikasi, bagaimana orang memberi makna pada pesan yang diterimanya dapat dipengaruhi oleh kerangka rujukan tersebut. McDavid dan Harari serta para psikolog berpendapat untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menganalisa interpretasi perseptual dan peristiwa yang dialami, konsep kerangka rujukan akan sangat berguna.

2) Faktor Struktural

Faktor-faktor structural berasal semata-mata dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu. Teori Gestalt mengungkapkan bila kita mempersepsikan sesuatu, kita tidak mempersepsikannya sebagian lalu menghimpunnya melainkan mempersepsikan sebagai suatu keseluruhan.

b. Aspek-aspek Persepsi

Menurut Allport terdapat tiga komponen sikap yang pada hakikatnya adalah suatu interelasi dari berbagai komponen diantaranya adalah komponen kognitif, komponen afektif dan komponen konatif:

1) Komponen Kognitif

Komponen Kognitif yaitu komponen yang tersusun atas dasar pengetahuan atau informasi kemudian akan terbentuk suatu keyakinan tertentu terhadap objek sikap tersebut.

2) Komponen Afektif

Komponen afektif berhubungan erat dengan nilai-nilai kebudayaan atau sistem nilai yang dimilikinya yang juga berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Komponen Konatif

Komponen Konatif merupakan tentang kesiapan seseorang untuk bertingkah laku yang berhubungan dengan objek sikapnya.

**2. Preferensi**

Kotler berpendapat bahwa preferensi konsumen bisa menunjukkan bagaimana kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada.[26] Preferensi juga bisa diartikan pilihan seseorang untuk menyukai atau tidak menyukai terhadap adanya suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi.

Nugroho J. Setiadi berpendapat terdapat empat faktor preferensi terhadap barang dan jasa:[27]

a. Faktor-faktor kebudayaan

1) Kebudayaan, merupakan faktor yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang dan menjadi faktor penentu. Jika makhluk hidup lain bertindak berdasarkan naluri, lain halnya dengan manusia yang dalam berperilaku umumnya dipelajari.

2) Subbudaya, merupakan yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya yang terdiri dari sub budaya yang lebih kecil. Sub budaya dapat dibedakan menjadi empat jenis yaitu kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras dan area geografis.

[26] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran,* (Jakarta: Prehalindo Cet Ke-100, 2000), 154.
[27] Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen,* (Jakarta: Kencana Prenada Meida Group, Cet V, 2013), 10.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Kelas sosial, merupakan kelompok masyarakat yang tersusun secara hirarki dan keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan perilaku serupa. Kelas sosial ini adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat.

b. Faktor-faktor sosial

1) Kelompok referensi, kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa diantaranya *kelompok primer*, dengan adanya interaksi yang berhubungan, seperti keluarga, teman, tetangga dan teman sejawat. *Kelompok sekunder*, yang cenderung lebih resmi dan lebih formal dimana interaksi yang terjadi kurang berhubungan.

2) Keluarga, dalam kegiatan jual beli, keluarga dapat dibedakan menjadi dua. Yang pertama adalah *keluarga orientasi* merupaka orang tua. Karena dari orang tualah seseorang pertama kali mendapatkan pandangan tentang agama, politik dan ekonomi. Yang kedua adalah *keluarga prokreasi*, yaitu pasangan hidup, anak-anak, keluarga merupakan organisasi pembeli yang paling penting dalam suatu masyarakat.

3) Peran dan Status, bentuk partisipasi seseorang terhadap kelompok selama dalam hidupnya, keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat di identifikasi dalam peran dan status.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Faktor Pribadi

1) Umur dan tahapan dalam siklus hidup, konsumsi seseorang bisa dibentuk dari tahapan siklus hidup keluarga. Pada saat mereka menjalani hidupnya, biasanya mengalami perubahan atau transformasi dan ini biasa dialami oleh orang-orang dewasa.
2) Pekerjaan, para pekerja yang memiliki minat diatas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu menjadi sasaran oleh pemasar untuk diidentifikasi berdasarkan kelompok kerja.
3) Gaya hidup, gaya hidup seseorang merupakan pola hidup didunia yang di ekspresikan oleh kegiatannya, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup dapat mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang dan bisa menggambarkan seseorang secara keseluruhan.
4) Kepribadian dan konsep diri, yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten.

d. Faktor-faktor Psikologis

1) Motivasi, merupakan kebutuhan biogenik yang timul dari suatu keadaan fisiologis tertentu seperti rasa lapar, haus, resah dan tidak nyaman. Motivasi juga termasuk dalam kebutuhan psikogenik yang timbul dari keadaan fisiologis seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima. Terdapat beberapa unsur yang terlibat dalam proses motivasi:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a) Kebutuhan

Setiap orang mempunyai berbagai macam kebutuhan yang antar individu bisa berbeda-beda. Kebutuhan tersebut ada yang bersifat fisiologik dan tidak dipelajari, tetapi ada pula yang bersifat dipelajari. Kebutuhan kana makanan, udara, air dan pakaian termasuk kebutuhan yang bersifat fisiologis dan tidak dipelajari. Sedangkan penghargaan diri, prestise, kekuasaan, dan lain-lain merupakan kebutuhan yang bersifat dipelajari.

b) Perilaku

Perilaku ini bisa diamati dala bentuk pengambilan keputusan, pemilihan merek dan penolakan terhadap suatu produk. Perilaku juga bisa diartikan sebagai aktivitas yang dilakukan individu dalam usaha memenuhi kebutuhan.

c) Tujuan

Tujuan merupakan sesuatu yang akan dicapai oleh konsumen sebagai hasil atas tindakan yang dilakukan. Tujuan yang dipilih oleh konsumen dipengaruhi oleh faktor pengalaman pribadi, kapasitas fisik, norma-norma dan nilai-nilai budaya yang ada serta kemampuan konsumen untuk mencapai tujuan.

2) Persepsi, persepsi didefinisikan sebagai proses di mana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan, masukan informasi, untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) Proses belajar, merupakan perubahan dalam perilaku seseorang yang bisa timbul dari pengalaman.
4) Kepercayaan dan sikap, kepercayaan adalah suatu gagasan yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

Penelitian yang dilakukan oleh Alwi Reza Nasution dalam Tesisnya serta penelitian yang dilakukan oleh bank Indonesia bekerja sama dengan Universitas Diponegoro tentang preferensi terhadap perbankan syariah menggunakan indikator pengukuran preferensi yaitu:[28]

a. Keuntungan Relatif, perbandingan keuntungan antara besarnya bagi hasil pada bank syariah dan tingkat bunga pada bank konvensional.
b. Keterbukaan Informasi, informasi yang diperoleh konsumen terhadap bank syariah yang mencakup laporan keuangan serta akses unhtuk mencari informasi tentang produk yang ada pada bank syariah.
c. Kompatibilitas, pandangan konsumen terhadap kemudahan akses dan kecepatan pelayanan pada bank syariah.
d. Kompleksitas, mencakup seberapa jauh perbankan syariah memiiki dimensi universal yang menyangkut aspek ekonomi dan sosial.
e. Triabilitas, mencakup tingkat pencaria informasi mengenai perbankan syariah.

**3. Pembiayaan Rumah Syariah**

Salah satu produk pembiayaan yang telah dikembangkan baik oleh perbankan syariah maupun lembaga keuangan syariah adalah pembiayaan

[28] Alwi Reza Nasution, "Analisis Potensi dan Preferensi Masyarakat Terhadap Bank Syariah di Wilayah Kota Medan", (Tesis—Universitas Sumatera Utara Medan, 2006), 40.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

rumah syariah atau yang sering dikenal dengan istilah KPR Syariah. Pembiayaan kepemilikan rumah diperuntukkan kepada perorangan dengan tujuan memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan. Program pemerintah untuk membantu pengadaan perumahan bagi masyarakat menjadikan peran lembaga keuangan syariah dalam membantu pengadaan perumahan bagi masyarakat menjadi sangat penting. Pemerintah bersama DPR telah mengeluarkan UU Nomor 4 Tahun 1992 tentang "rumah adalah bangunan yang berfungsi sebagai tempat tinggal atau hunian dan sarana pembinaan keluarga". Hal ini cukup membuktikan akan pentingnya masalah perumahan bagi masyarakat (BAB I Pasal 1).

Prinsip jual beli (*murabahah*) diberlakukan terhadap pembiayaan rumah syariah kepada perorangan untuk memenuhi kebutuhan rumah secara sebagian maupoun keseluruhan. Dimana pembayaran dilakukan secara angsuran dengan jumlah yang telah ditentukan di awal dan ibayarkan setiap bulan. Kesepakatan antara lembaga keuangan syariah dengan nasabah mencakup harga jual yang sudah ditambah dengan keuntungan (*margin*).

Dalam proses akad pihak nasabah, lembaga keuangan syariah dan pemilik rumah atau developer menandatangani perjanjian pembiayaan jual beli rumah dengan harga jual rumah yang telah ditetapkan bersama dengan angsuran yang setiap bulannya bersifat tetap hingga jatuh tempo pembiayaan. Dengan adanya kesepakatan tersebut nasabah tidak perlu khawatir jika terjadi masalah naik atau turunnya angsuran ketika suku

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bunga tidak stabil. Dalam pembiayaan rumah syariah ini nasabah tidak akan dikenakan pinalti ketika ingin melunasi angsuran sebelum jatuh tempo dikarenakan harga rumah sudah ditetapkan di awal dan ini tentu menjadi keuntungan bagi pihak nasabah.

Penerapan produk pembiayaan rumah syariah yang diterapkan dalam prinsip syariah memiliki perbedaan dengan pembiayaan rumah yang menggunakan prinsip konvensional yaitu konsep bagi hasil dan kerugian *(profit and loss sharing)* sebagai pengganti sistem bunga pada lembaga keuangan konvensional.

Ada beberapa manfaat dari pembiayaan rumah syariah. Perolehan keuntungan oleh bank atau *margin* yang bersifat tetap selama masa perjanjian. Karena besarnya keuntungan atau *margin* yang sudah diketahui di awal, maka tinggi rendahnya margin dipengaruhi oleh tingkat keuntungan per satu kali transaksi dan besarnya jumlah transaksi dalam satu periode pembiayaan. Besarnya cicilan yang harus dibayar oleh nasabah adalah bersifat tetap selama masa transaksi yang telah disepakati. Dengan demikian konsumen atau nasabah tidak terbebani fluktuasi suku bunga yang terus mengalami perubahan. Meskipun suku bunga berubah, angsuran pembiayaan rumah syariah tetap sama.[29]

[29] Helmi Haris, "Pembiayaan Rumah Syariah (Sebuah Inovasi Pembiayaan Perbankan Syariah)", *Jurnal Ekonomi Islam La_Riba*, Vol. 1 No. 1, (Juli 2007), 119.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

**4. Sikap Konsumen**

Kotler dan Amstrong berpendapat bahwa sikap merupakan evaluasi, perasaan dan kecenderungan seseorang yang secara konsisten untuk menyukai atau tidak menyukai suatu objek atau gagasan.[30]

Apakah konsumen akan meyakini informasi yang akan diterimanya atau memilih produk tertentu yang akan digunakan itu setelah konsumen melakukan pencarian dan pemrosesan informasi dan selanjutnya menyikapi terhadap informasi yang diterimanya. Hal ini akan berkaitan erat dengan sikap yang dikembangkan. Keyakinan-keyakinan dan pilihan konsumen (*preference*) atas suatu produk merupakan sikap konsumen.

Sikap terbentuk dari tiga komponen, yaitu komponen kognitif, afektif dan komponen konatif.

a. Komponen Kognitif

Komponen kognitif dipengaruhi oleh pengalaman individu, pengamatannnya serta informasi yang diperolehnya mengenai obyek sikap. Komopnen kognitif berkenaan dengan hal-hal yang diketahui individu atau pengalaman individu baik yang sifatnya langsung atau tidak langsung dengan obyek sikap.

b. Komponen Afektif

Komponen afektif ini dapat beragam ekspresinya mulai dari rasa sangat tidak suka atau sangat tidak senang hingga sangat suka atau sangat

[30] Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Alih Bahasa David Octarevia (Jakarta: Bumi Aksara), 173.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

senang karena berkenaan dengan perasaan dan emosi konsumen mengenai obyek sikap.

c. Komponen Konatif

Komponen konatif berkenaan dengan predisposisi atau kecenderungan individu (konsumen) untuk melakukan suatu tindakan berkenaan dengan obyek sikap. Jadi komponen ini bukan perilaku nyata, namun masih berupa keinginan untuk melakukan suatu tindakan.

## B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu yang Relevan

| No | Judul, Peneliti | Hasil | Persamaan | Perbedaan |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Consumer Attitude and Preference in The Islamic Mortgage Sector: a Study of Malaysian Consumers, Hanudin Amin, Abdul Rahim Abdul Rahman, Dzuljastri Abdul Razak, Hamid Rizal, 2017. | Sikap merupakan mediator yang handal dan efek dari kualitas layanan. Sikap konsumen dapat digambarkan sebagai tolak ukur untuk memahami preferensi konsumen dalam pembiayaan rumah syariah.[31] | Dalam penelitian ini menggunakan preferensi sebagai variabel bebas sebagai variabel penelitian. | Menggunakan sikap sebagai variabel bebas bukan sebagai variabel terikat. |

[31] Hanudin Amin, et al., "Consumer Attitude and Preference in The Islamic Mortgage Sector: a Study of Malaysian Consumers", Jurnal Management Research, Vol. 40, Issue. 1, (Januari 2017), 13-14.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 2 | Preferensi Nasabah Terhadap Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah (Studi Pada Bank BTN Syariah Cabang Bogor), Wasilatul Aliah, 2010. | Terdapat hubungan yang signifikan antara preferensi nasabah dengan pelayanan dan sistem operasional yang diberikan oleh KPR Syariah.[32] | Penelitian yang dilakukan oleh Wasilatul Aliah pada tahun 2010 ini menggunakan preferensi sebagai indikator utama penelitian serta dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. | Tidak menggunakan variabel pendamping berupa variabel persepsi sebagai inidikator penelitian. Dan dalam penelitian ini fokus pada nasabah Bank BTN Syariah bukan menyeluruh ke masyarakat. |
| 3 | Pengaruh Pembiayaan KPR Syariah Terhadap Proses Keputusan Pembelian Rumah di Kota Cirebon (Survey Terhadap Pembelian Rumah Secara KPR Di BNI Syariah Kota Cirebon), Arie Indra Gunawan dan Fitri Cahyanti, 2014. | Adanya pengeruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian rumah syariah di Kota Cirebon dengan menggunakan KPR Syariah. Hasil ini diperoleh dari total sebanyak 65 responden dengan hasil hipotesis sebesar 62,2%.[33] | Penelitian yang dilakukan oleh Arie Indra Gunawan dan Fitri Cahyanti pada tahun 2014 ini menjadikan KPR syaraih (Pembiayaan Rumah Syariah) sebagai Penelitian. | Dalam penelitian ini membahas tentang pengaruh pembiayaan KPR Syariah terhadap proses keputusan pembelian rumah. |
| 4 | Persepsi Masyarakat Kota Bogor Terhadap Skim Pembiayaan KPR Syariah, Arief Hidayatullah, T. Rifqy Thantawi, 2017. | Persepsi masyarakat Kota Bogor tentang KPR Syariah yaitu walaupun mayoritas masyarakat teleh mengetahui bahwa KPR Syariah berbeda dengan KPR Konvensional namun masih tidak sedikit dari responden yang ragu-ragu atau bahkan tidak mau untuk menggunakan pembiayaan KPR Syariah dikarenakan mereka berpendapat bahwa KPR Syariah jauh lebih mahal daripada KPR di bank konvensional. Hal ini dikarenakan kurangnya | Dalam penelitian ini menjelaskan tentang persepsi masyarakat terhadap suatu produk yaitu pembiayaan KPR Syariah. Dalam metode penelitiannya juga dengan cara menyebarkan kuesioner langsung kepada masyarakat. | Dalam penelitian yang dilakukan pada tahun 2017 ini hanya menjelaskan tentang variabel persepsi tidak menjelaskan variabel tambahan seperti preferensi dan sikap. |

[32] Wasilatul Aliah, "Preferensi Nasabah Terhadap Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah (Studi Pada Bank BTN Syariah Cabang Bogor)", (Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010), 86.
[33] Arie Indra Gunawan dan Fitry Cahyanti, "Pengaruh Pembiayaan KPR Syariah Terhadap Proses Keputusan Pembelian Rumah di Kota Cirebon (Survey Terhadap Pembelian Rumah Secara KPR di BNI Syariah Kota Cirebon)", *Jurnal Edunomic* Vol. 2 No. 2 (2014), 95.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | pengetahuan masyarakat mengenai mekanisme KPR Syariah dengan benar dan detail seperti proses,akad, mekanisme cicilan dan lainnya.[34] | | |
| 5 | Persepsi dan Preferensi Nasabah non Muslim Terhadap Produk Pembiayaan Rumah yang Ditawakan Bank Syariah (Studi Pada Bank Muamalat Cabang Kota Palangkaraya, Ririn Kairunnisa, 2015. | Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nasabah non-muslim terhadap bank syariah dalam operasionalnya tidak menerapkan sistem bunga, diperlukan penggunaan bahasa atau istilah yang tepat dalam sosialisai, promosi, dan memasarkan produk bank syariah agar dapat dipahami semua kalangan. Preferensi nasabah non-muslim yang menjadi subjek penelitian ini terhadap produk pembiayaan rumah bank Muamalat dipengaruhi oleh rekomendasi pihak pengembang perumahan.[35] | Dalam penelitian ini menjelaskan tentang preferensi dna preferensi konsumen terhadap Pembiayaan Rumah Syariah | Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan subjek nasabah non muslim tidak langsung ke masyarakat luas serta dalam penelitian ini fokus pada nasabah non muslim Bank Muamalat Cabang Kota Palangkaraya. |
| 6 | Pengaruh Preferensi dan Harga Terhadap Sikap dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomie Rasa Cabe Ijo Di Semarang, Claresta Yanudhita Larasati, Ibnu Widiyanto, 2013. | Preferensi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pelanggan dan sikap pelanggan berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk Indomie rasa cabe ijo di Semarang.[36] | Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data regresi linier berganda dengan SPSS. | Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 orang dengan metode *non random sampling* yaitu dengan cara mengambil sampel di beberapa toko dan minimarket di Kota Semarang. |

[34] Arief Hidayatullah, T. Rifqy Thantawi, "Persepsi Masyarakat Kota Bogor Terhadap Skim Pembiayaan KPR Syariah", *Jurnal Nisbah* Vol. 3 No. 1 (2017), 337.
[35] Ririn Khairunnisa, "Persepsi dan Preferensi Nasabah non Muslim Terhadap Produk Pembiayaan Rumah yang Ditawarkan bank Muamalat Di Kota Palangkaraya", (SKRIPSI—IAIN Palangakaraya, 2015), 76.
[36] Claresta Yanudhita Larasati, Ibnu Widiyanto, "Pengaruh Preferensi dan Harga Terhadap Sikap dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomie Rasa Cabe Ijo Di Semarang", *Diponegoro Journal of Management* Vol. 2 No. 3 (2013), 7.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 7 | Persepsi Terhadap Sikap dan Minat Pengguna Layanan Internet Pada Perusahaan Jasa Asuransi, Dedi Kusdani, 2014. | Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan pengaruh faktor-faktor persepsi pada nasabah asuransi yang menentukan sikap dan minat nasabah untuk menggunakan layanan internet asuransi pada konteks konsumen perusahaan asuransi di Indonesia, khususnya yang berlokasi di Kota Jakarta.[37] | Menjelaskan dan menganalisis pengaruh variabel persepsi terhadap variabel sikap. | Metode yang digunakan untuk menganalisa pengolahan data adalah dengan SEM (Structural Equation Modelling) dengan menggunakan perangkat lunak LISREL 8.70. |

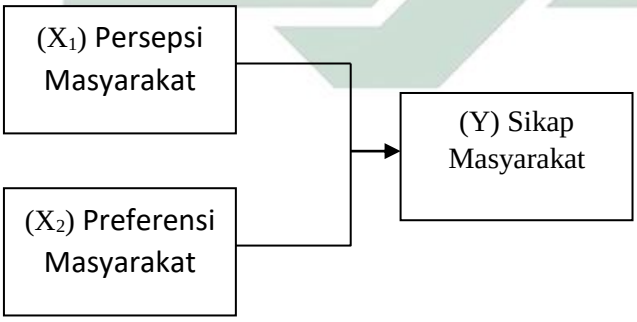
*Sumber: Data diolah oleh peneliti*

## C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat untuk melakukan pembiayaan rumah syariah dituangkan dalam gambar berikut;

Gambar 2.2

Kerangka Konseptual Persepsi dan Preferensi Terhadap Sikap Masyarakat Kota Surabaya Pada Pembiayaan Rumah Syariah




*Sumber: Data diolah oleh peneliti*

[37] Dedi Kusdani, "Persepsi Terhadap Sikap dan Minat Pengguna Layanan Internet Pada Perusahaan Jasa Asuransi", *Jurnal Organisasi dan Manajemen* Vol. 10 No. 2 (September 2014), 109.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Keterangan:

($X_1$) Persepsi : Pengetahuan, pengaruh kebutuhan, dan kesiapan mental.

($X_2$) Preferensi : Keuntungan relative, keterbukaan informasi, kompatibilitas, kompleksitas, dan triabilitas.

(Y) Sikap : Selektivitas, sifat objek, pengalaman.

## D. Hipotesis

Hipotesis berasal dari kata *"Hypo"* yang berarti di bawah dan *"thesa"* yang artinya kebenaran. Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Mengacu pada landasan teori yang ada dalam penelitian ini, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

Untuk menguji hubungan antara persepsi dengan sikap masyarakat:

$H_0$: Tidak ada pengaruh persepsi ($X_1$) terhadap sikap masyarakat untuk melakukan pembiayaan rumah syariah (Y).

$H_1$: Ada pengaruh persepsi ($X_1$) terhadap sikap masyarakat untuk melakukan pembiayaan rumah syariah (Y).

Untuk menguji hubungan antara preferensi dengan sikap masyarakat:

$H_0$: Tidak ada pengaruh preferensi ($X_2$) terhadap sikap masyarakat untuk melakukan pembiayaan rumah syariah (Y).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

$H_1$: Ada pengaruh preferensi ($X_2$) terhadap sikap masyarakat untuk melakukan pembiayaan rumah syariah (Y).

Untuk menguji hubungan antara persepsi dan preferensi dengan sikap masyarakat:

$H_0$; Tidak ada pengaruh persepsi ($X_1$) dan preferensi ($X_2$) terhadap sikap masyarakat untuk melakukan pembiayaan rumah syariah (Y).

$H_1$; Ada pengaruh persepsi ($X_1$) dan preferensi ($X_2$) terhadap sikap masyarakat untuk melakukan pembiayaan rumah syariah (Y).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

# BAB III

# METODE PENELITIAN

## A. Jenis Penellitian

Jenis penelitian menjelaskan tentang jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dimana masalah yang dibawa oleh peneliti harus sudah jelas.[38] Penelitian ini bersifat kuantitatif yang dimaksudkan sebagai penelitian yang menekankan pada pembuktian hipotesis yang disusun dari rumusan masalah yang dikemukakan, kemudian menggunakan data yang terukur, dan menghasilkan kesimpulan yang digeneralisasikan. Dalam penelitian kuantitatif, dilakukan dengan cara membuktikan pengaruh dari variabel bebas (persepsi dan preferensi) ke dalam variabel terikat (sikap masyarakat Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah).

Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif, jenis penelitian deskriptif bertujuan untuk menjelaskan antar variabel-variabel. Dalam penelitian ini ingin diketahui apakah variabel bebas yaitu persepsi dan preferensi yang diukur melalui kesenangan, kepuasan, pengetahuan masyarakat mempengaruhi variabel terikat yaitu sikap masyarakat Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah.

[38] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, Cet XI, 2010), 30.



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

## B. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2018 dengan tempat penelitian yaitu warga Kota Surabaya.

## C. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.[39] Adapun yang dijadikan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga Kota Surabaya yang berjumlah 3.016.653 jiwa.[40]

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode *sampling*. Sampling adalah cara pengumpulan data apabila yang diselidiki adalah elemen sampel dari suatu populasi.[41] Adapun metode atau pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* yaitu dimana metode pengambilan sampel ini memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota yang ada dalam suatu populasi untuk dijadikan sampel.[42] Dikarenakan keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka sampel yang diambil harus representatif artinya sampel yang benar-benar dapat mewakili dari seluruh populasi. Maka dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 385 responden dari 3.016.653 keseluruhan warga Kota Surabaya. Sampel tersebut diperoleh

---

[39] Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), 161.
[40] Badan Pusat Statistik Kota Surabaya, *Kota Surabaya dalam Angka*, (Surabaya: Badan Pusat Statistik Kota Surabaya, 2017), 81.
[41] J. Supranto, *Statistik Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 23.
[42] Sofyan Siregar, *Statistik Parametik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS versi 17* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 61.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan menggunakan rumus Isaac dan Michael dengan perhitungan sebagai berikut.

$$S = \frac{\pi^2 NPQ}{d^2(N-1) + \pi^2 PQ}$$

$$= \frac{3{,}841.3016653.0{,}5(1-0{,}5)}{(0{,}05)^2(3016652) + 3{,}841.0{,}5(1-0{,}5)}$$

$$= \frac{2896741{,}04}{0{,}0025(3016652) + 0{,}96025}$$

$$= \frac{2896741{,}04}{7542{,}59}$$

$$= 384{,}051$$

$$= 385$$

Metode dalam pengambilan sampel yaitu menggunakan teknik *sampling fraction per cluster* merupakan responden dengan sumber atau populasi sangat luas misalnya penduduk suatu provinsi, kabupaten, atau karyawan perusahaan yang tersebar di seluruh provinsi.[43] Teknik ini dilakukan untuk memudahkan peneliti dalam menyebarkan kuesioner atau angket. Untuk menentukan penduduk yang akan dijadikan sumber data, maka pengambilan sampelnya berdasarkan daerah populasi yang telah ditetapkan yaitu Surabaya Selatan, Surabaya Utara, Surabaya Pusat, Surabaya Barat, dan Surabaya Timur.

Teknik *sampling fraction per cluster* ini dilakukan dengan dua tahap, yaitu tahap pertama sebagai penentuan sampel daerah dan tahap kedua sebagai tahap penentuan sampel individu

[43] Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Prenada Media, 2015), 153-154

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Tahap Pertama, Penentuan Sampel Daerah

Tahap pertama ini yaitu tahap penentuan sampel daerah. Pengambilan sampel dilakukan secara acak. Populasi diklasifikasikan menjadi lima *cluster* besar berdasarkan daerah Kota Surabaya.

Tabel 3.1

Pembagian *Cluster* Kota Surabaya

| | **Cluster** |
|---|---|
| **Kota Surabaya** | Surabaya Selatan |
| | Surabaya Utara |
| | Surabaya Barat |
| | Surabaya Timur |
| | Surabaya Pusat |

*Sumber: Data diolah oleh peneliti dari Badan Pusat Statistik Kota Surabaya Tahun 2017*

b. Tahap Kedua, Penentuan Sampel Individu

Pengambilan sampel dilakukan secara acak dengan menghitung sampel masing-masing wilayah Kota Surabaya. Dari masing-masing wilayah yang telah terpilih dari tahap pertama, dipilihlah sampel sebanyak 385 responeden.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 3.2

Jumlah sampel per cluster

| Cluster | Sampel |
|---|---|
| Surabaya Selatan | 98 |
| Surabaya Utara | 77 |
| Surabaya Barat | 61 |
| Surabaya Timur | 101 |
| Surabaya Pusat | 48 |
| Jumlah | 385 |

*Sumber: Data diolah oleh peneliti dari Badan Pusat Statistik Kota Surabaya Tahun 2017*

**D. Variabel Penelitian**

Variabel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.[44] Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah ($X_1$) Persepsi, ($X_2$) Preferensi.

[44] Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2004). 38.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penenltian ini adalah (Y) yaitu sikap masyarakat Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah.

## E. Definisi Operasional

Definisi operasional ialah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat objek yang didefinisikan serta dapat diamati. Untuk menghindari perbedaan pendapat dalam menafsirkan pengertian masing-masing menurut konteks penelitian ini, definisi operasional dari variabel-varibel penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

Tabel 3.3

Definisi Operasinal Penelitian

| Variabel | Definisi Variabel | Indikator | Skala Ukur |
|---|---|---|---|
| Persepsi | Persepsi merupakan proses menyeleksi dan mengatur terhadap objek yang kemudian ditafsirkan sehingga menciptakan sebuah gambaran yang berarti. | • Pengetahuan<br>• Pengaruh Kebutuhan<br>• Kesiapan Mental | Likert |
| Preferensi | Preferensi ialah pilihan seseorang untuk menyukai atau tidak menyukai terhadap adanya suatu objek. | • Keuntungan Relatif<br>• Keterbukaan Informasi<br>• Kompatibilitas<br>• Kompleksitas<br>• Triabilitas | |

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

| | | | |
|---|---|---|---|
| Sikap | Sikap adalah evaluasi, perasaan dan kecenderungan seseorang yang secara konsisten untuk menyukai atau tidak menyukai suatu objek atau gagasan | • Komponen Kognitif<br>• Komponen Afektif<br>• Komponen Konatif | |

## F. Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian ini, uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji kuesioner (angket yang dibagikan kepada masyarakat Kota Surabaya.

1. Uji Validitas

Uji validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukakan dengan membandingkan antara r-hitung (product moment) dengan r-tabel.[45] Suatu instrumen penelitian dikatakan valid, bila:

1. Jika koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3
2. Jika koefisien korelasi *product moment*> r-tabel (α; n-2), n = jumlah sampel
3. Nilai Sig. ≤α , taraf signifikan (α) = 5 %

Rumus yang bisa digunakan untuk uji validitas menggunakan teknik korelasi *product moment* adalah:

$$r = \frac{\mathrm{n}(\sum \mathrm{XY}) - (\sum \mathrm{X})(\sum \mathrm{Y})}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2 \sqcup n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

[45] Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), 162.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Keterangan:

n = Jumlah responden

x = Skor variabel (jawaban responden)

y = Skor total variabel untuk responden

Hasil uji validitas dapat diketahui dengan adanya ketentuan sebagai berikut:

- Nilai r hitung > nilai r tabel maka dinyatakan valid.
- Nilai r hitung < nilai r tabel maka dinyatakan tidak valid.
- Nilai r tabel dengan N = 396; pada signifikansi 5 % maka diketahui r tabel adalah 0,099, sehingga, apabila r hitung > 0,099 maka dinyatakan valid.

Tabel 3.4

Hasil Pengujian Validitas Persepsi Masyarakat ($X_1$)

| Butir Pertanyaan | r hitung | r tabel | Keterangan |
|---|---|---|---|
| 1 | 0,211 | 0,099 | Valid |
| 2 | 0,625 | 0,099 | Valid |
| 3 | 0,352 | 0,099 | Valid |
| 4 | 0,611 | 0,099 | Valid |
| 5 | 0,557 | 0,099 | Valid |

*Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 24*

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan berjumlah 5 butir pertanyaan memiliki nilai r hitung > nilai r tabel maka dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 3.5

Hasil Pengujian Validitas Preferensi Masyarakat ($X_2$)

| Butir Pertanyaan | r hitung | r tabel | Keterangan |
|---|---|---|---|
| 1 | 0,732 | 0,099 | Valid |
| 2 | 0,851 | 0,099 | Valid |
| 3 | 0,867 | 0,099 | Valid |
| 4 | 0,722 | 0,099 | Valid |
| 5 | 0,789 | 0,099 | Valid |
| 6 | 0,764 | 0,099 | Valid |
| 7 | 0,791 | 0,099 | Valid |

*Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 24*

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan berjumlah 7 butir pertanyaan memiliki nilai r hitung > nilai r tabel maka dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3.6

Hasil Pengujian Validitas Sikap Masyarakat (Y)

| Butir Pertanyaan | r hitung | r tabel | Keterangan |
|---|---|---|---|
| 1 | 0,765 | 0,099 | Valid |
| 2 | 0,857 | 0,099 | Valid |
| 3 | 0,854 | 0,099 | Valid |
| 4 | 0,834 | 0,099 | Valid |

*Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 24*

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan berjumlah 4 butir pertanyaan memiliki nilai r hitung > nilai r tabel maka dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Uji Reliabilitas (Keandalan)

Uji Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Reliabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Teknik ini digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang tidak mempunyai pilihan 'benar' atau 'salah' maupun 'ya' atau 'tidak' melainkan digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku.

Teknik *Alpha Cronbach* dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu instrument penelitian reliable atau tidak, bila jawaban yang diberikan responden berbentuk skala seperti 1-3 dan 1-5 serta 1-7 atau jawaban responden yang menginterpretasikan penilaian keputusan.[46] Rumus Reliabilitas penelitian ini menggunakan metode *Alpha Cronbach* adalah

$$r_1 = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \sigma_{b^2}}{\sigma_{r^2}}\right)$$

Keterangan:

$r_1$ : keandalan instrument

k : banyak butir pernyataan

$\sum \sigma_{b^2}$ : jumlah ragam butir

$\sigma_{t^2}$ : ragam total

[46] Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010),165.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kriteria suatu penelitian dikatakan reliable dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas ($r_i$) > 0,6. Uji reliabilitas dari instrument penelitian dengan tingkat signifikan (α) = 5%.

Tabel 3.7

Hasil Pengujian Reliabilitas Kuesioner

| No | Variabel | Nilai c*ronbach alpha* | Keterangan |
|---|---|---|---|
| 1 | Persepsi Masyarakat | 0,791 | Reliabel |
| 2 | Preferensi Masyarakat | 0,898 | Reliabel |
| 3 | Sikap | 0,842 | Reliabel |

*Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 24*

Dari pengujian reliabilitas tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa kuesioner untuk mengukur tiga variabel penelitian adalah *reliabel* dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

## G. Data dan Sumber Data

1. Jenis Data

   a. Data Primer

   Data primer dalam penelitian ini yaitu langsung dari responden yaitu warga kota Surabaya dengan mengisi lembar kuesioner.

   b. Data Sekunder

   Data sekunder dalam penelitian ini adalah berupa dokumen pemerintah seperti jumlah warga kota Surabaya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Sumber Data

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah dari data kuesioner.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh oleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).

## H. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu melalui kuesioner yang diperoleh melalui pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan maupun pernyataan tertulis dan terstruktur yang ditujukan pada responden yaitu warga Kota Surabaya. Responden kemudian memilih salah satu alternatif jawaban yang sesuai dengan opininya. Dari jawaban responden melalui lembar kuesioner tersebut dapat dilakukan analisis dan pembahasan.

## I. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik harus dilakukan untuk menguji asumsi-asumsi yang ada pada penelitian dengan model regresi. Model regresi harus bebas dari asumsi klasik yang terdiri dari normalitas, multikolinearitas, heteroskedostisitas, dan autokorelasi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametik (statistic inferensial). Dengan kata lain, uji normalitas yaitu uji untuk mengetahui apakah data empirik yang didapatkan dari lapangan itu sesuai dengan distribusi teoritik tertentu.

Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat grafik normal P-P Plot dan Kolmogorov Smirnov. Grafik histogram membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan ploting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Maka, dasar pengambilan keputusan adalah jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Pada uji Kolmogorov Smirnov apabila signifikansi > 5% maka berarti data terdistribusi secara normal. Sebaliknya apabila signifikansi < 5% maka berarti data tidak terdistribusi secara normal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Uji Multikolineritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal yaitu variabel bebas (independen) yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas dalam suatu model regresi salah satunya adalah dengan melihat nilai tolerance dan lawannya dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh varibel lainnya. Pemeriksaan multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan VIF yang terkait dengan $X_b$ yaitu:

$$VIF\ (X_h) = \frac{1}{1 - R_h^2}$$

Dengan $R_h^2$ adalah korelasi kuadrat dari $X_h$ dengan variabel bebas lainnya. Maka langkah pertama yang dilakukan adalah mencari koefisien korelasi antara $X_1$ dan $X_2$. Selanjutnya dicari nilai VIFnya.[47]

Toleran mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh varibel bebas lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena VIF = 1/tolerance) dan menunjukkann adanya kolinearitas yang tinggi. Dasar pengambilan

[47] Bambang Suharjo, *Statistika Terapan: Disertai Contoh Aplikasi dengan SPSS, Edisi k-1*, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2013), 119.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keputusan adalah apabila nilai tolerance > 0,1 atau sama dengan nilai VIF < 10 berarti tidak ada multikolinearitas antar variabel dalam model regresi.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji ini digunkaan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan model regresi.

Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya heterokedastisitas.[48] Dengan uji ini akan diketahui antara variabel tingkat pendidikan, tingkat pendapatan dan permintaan asuransi pendidikan terdapat kesamaan varian atau tidak.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linier atau lebih variabel independen ($X_1$, $X_2$, …, $X_n$) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dan variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalamai kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.[49]

[48] Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS untuk Analisis Data dan Uji Statistik* (Jakarta: Penerbit Mediakom, 2008), 41
[49] Ibid, 73

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Persamaan regresi linear berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + e$$

Keterangan:

Y : Sikap masyarakat

$X_1$: Persepsi

$X_2$: Preferensi

a : konstanta (nilai Y apabila $X_1$, $X_2$, …, $X_n$ = 0)

b : koefisien regresi (peningkatan ataupun penurunan variabel)

3. Uji koefisien regresi Linier Berganda

a. Uji F-statistik *(Uji Simultan)*

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.[50]

Kriteria pengujian:

1) $H_0$ diterima apabila f hitung ≤ f tabel yang artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah.

[50] Ibid, 81.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) $H_0$ ditolak apabila f hitung > f tabel yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah.

b. Uji t-Statistik *(Uji Parsial)*

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.[51]

Kriteria pengujian

1) $H_0$ diterima apabila t hitung ≤ t tabel yang artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah.
2) $H_0$ ditolak apabila t hitung > t tabel yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah.

c. Analisis Determinasi *(R-Square)*

Analisis determinasi dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.[52] Sedangkan rumus persamaan determinasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2(ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

[51] Ibid, 83
[52] Ibid, 79.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Keterangan:

$R^2$ : koefisien determinasi

$ryx_1$ : korelasi sederhana (product momen pearson) antara $X_1$ (persepsi) dengan Y (sikap masyarakat)

$ryx_2$ : korelasi sederhana (product momen pearson) antara $X_2$ (preferensi) dengan Y (sikap masyarakat)

$rx_1x_2$ : korelasi sederhana (product momen pearson) antara $X_1$ (persepsi) dengan $X_2$ (preferensi)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

# BAB IV

# HASIL PENELITIAN

## A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Masyarakat Kotas Surabaya

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Surabaya Tahun 2017, Kota Surabaya berpenduduk sebanyak 3.016.653 jiwa yang tersebar dalam 31 kecamatan.

Tabel 4.1

Jumlah Penduduk Kota Surabaya Tahun 2017[53]

| No | Kecamatan | Laki-Laki | Perempuan | Jumlah |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Tegalsari | 52.166 | 53.114 | 105.861 |
| 2 | Genteng | 30.320 | 31.001 | 61.462 |
| 3 | Bubutan | 52.643 | 52.886 | 105.529 |
| 4 | Simokerto | 50707 | 50.736 | 101.443 |
| 5 | Pabean Cantikan | 42.146 | 41.742 | 82.888 |
| 6 | Semampir | 97.889 | 96.250 | 194.139 |
| 7 | Krembangan | 60.976 | 60.742 | 121.718 |
| 8 | Kenjeran | 81.605 | 79.752 | 161.357 |
| 9 | Bulak | 21.760 | 21.654 | 43.414 |
| 10 | Tambaksari | 114.382 | 115.110 | 229.492 |
| 11 | Gubeng | 69.467 | 71.798 | 141.265 |
| 12 | Rungkut | 56.068 | 56.344 | 112.412 |
| 13 | Tenggilis Mejoyo | 28.953 | 29.154 | 58.107 |
| 14 | Gunung Anyar | 28.129 | 28.065 | 56.194 |
| 15 | Sukolilo | 55.420 | 55.826 | 111.246 |
| 16 | Mulyorejo | 43.317 | 44.134 | 87.451 |

[53] Badan Pusat Statistik Kota Surabaya, *Kota Surabaya dalam Angka*, (Surabaya: Badan Pusat Statistik Kota Surabaya, 2017), 81.



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 17 | Sawahan | 105.250 | 106.498 | 211.748 |
| 18 | Wonokromo | 82.809 | 84.403 | 167.212 |
| 19 | Karangpilang | 37.116 | 36.927 | 74.093 |
| 20 | Dukuh Pakis | 30.708 | 30.792 | 61.500 |
| 21 | Wiyung | 35.342 | 34.809 | 70.151 |
| 22 | Wonocolo | 41.141 | 41.246 | 82.387 |
| 23 | Gayungan | 23.129 | 23.322 | 46.451 |
| 24 | Jambangan | 25.485 | 25.304 | 50.789 |
| 25 | Tandes | 46.461 | 46.654 | 93.155 |
| 26 | Sukomanunggal | 51.582 | 51.641 | 103.223 |
| 27 | Asemrowo | 23.953 | 22.978 | 46.931 |
| 28 | Benowo | 30.905 | 30.575 | 61.481 |
| 29 | Lakarsantri | 28.815 | 28.449 | 57.264 |
| 30 | Pakal | 26.896 | 26.182 | 53.078 |
| 31 | Sambikerep | 31.303 | 31.091 | 62.394 |
| **Jumlah** | | **1.507.474** | **1.509.179** | **3.016.653** |

Dari data tersebut bisa diketahui, bahwa penduduk laki-laki Kota Surabaya sebesar 1.507.474 jiwa atau 49,97% sedangkan penduduk perempuan Kota Surabaya berjumlah 1.509.179 atau 50,03%. Berdasarkan data tersebut, menandakan bahwa masyarakat Kota Surabaya hampir seimbang antara laki-laki dan perempuan.

2. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil perhitungan sampel yang diperoleh dari rumus Issac dan Michael didapatkan minimal perolehan respondel harus lebbih dari 385 responden. Setelah kuesioner disebarkan, maka didapatkan sebanyak 396 responden dan kuesioner yang kembali sebesar 100%, Selanjutnya dilakukan identifikasi lanjutan terhadap responden yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dijadikan sampel dengan melihat berdasarkan umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan penghasilan yang didapat per bulan. Maka dapat diketahui gambaran umum masyarakat Kota Surabaya yakni sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

| Usia | Frekuensi | Presentase (%) |
|---|---|---|
| <20 tahun | 22 | 5,56% |
| 20-30 tahun | 197 | 49,74% |
| 31-40 tahun | 81 | 20,46% |
| 41-50 tahun | 90 | 22,72% |
| 51-60 tahun | 6 | 1,52% |
| Jumlah | 396 | 100% |

*Sumber: Hasil Olah Excell 2016*

Berdasarkan data pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa masyarakat Kota Surabaya yang menjadi responden dan berumur kurang dari 20 tahun yaitu sebanyak 22 responden atau 5,56% dari jumlah keseluruhan responden. Selanjutnya responden yang berumur 20-30 tahun sebanyak 49,74% atau 197 responden. Untuk responden yang berumur 31-40 tahun sebanyak 81 responden atau 20,46%. Selanjutnya responden yang berumur 41-50 tahun berjumlah 22,72% atau 90 responden dan yang berumur antara 51-60 tahun sebanyak 6 responden atau 1,52%.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Frekuensi | Presentase (%) |
|---|---|---|
| Laki-laki | 199 | 50,25% |
| Perempuan | 197 | 49,75% |
| Jumlah | 396 | 100% |

*Sumber: Hasil Olah Excell 2016*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan data tabel 4.3 yang menunjukkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki berjumlah 199 responden atau 50,25% dan responden perempuan berjumlah 49,75% atau 197 responden. Hal itu menunjukkan masyarakat Kota Surabaya yang menjadi repsonden lebih banyak laki-laki dibanding perempuan dengan presentase sebanyak 50,25%.

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

| **Tingkat Pendidikan** | **Frekuensi** | **Presentase (%)** | **Keterangan** |
|---|---|---|---|
| SD/Sederajat | 18 | 4,55% | |
| SMP/Sederajat | 49 | 12,37% | |
| SMA/Sederajat | 232 | 58,59% | |
| D1 | 2 | 0,51% | |
| D3 | 9 | 2,27% | |
| D4 | 3 | 0,76% | |
| S1 | 77 | 19,44% | |
| S2 | 5 | 1,26% | |
| Lainnya | 1 | 0,25% | Tidak Sekolah |
| Jumlah | 396 | 100% | |

*Sumber: Hasil Olah Excell 2016*

Dari data pada tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan SD/Sederajat sebanyak 18 responden, SMP/Sederajat sejumlah 49 responden sedangkan responden yang paling banyak adalah tingkat pendidikan SMA/Sederajat sebanyak 232 responden atau 58,59%. Selanjutnya tingkat pendidikan D1 sejumalah 2 responden, D3 sejumlah 9 responden, D4 sejumlah 3 responden dan S1 menjadi yang terbanyak kedua dalam tingkat

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pendidikan responden sebanyak 19,44% atau 77 responden. Tingkat pendidikan S2 sebanyak 5 responden dan ada responden yang tidak sekolah sebanyak 1 responden.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

| **Jenis Pekerjaan** | **Frekuensi** | **Presentase (%)** | **Keterangan** |
|---|---|---|---|
| Pertanian | 0 | 0,00% | |
| Industri | 27 | 6,28% | |
| Perdagangan | 53 | 13,38% | |
| Jasa | 28 | 7,07% | |
| Pemerintah | 3 | 0,76% | |
| Karyawan Swasta | 170 | 42,93% | |
| Wirausaha | 56 | 14,14% | |
| PNS | 9 | 2,27% | |
| Guru | 4 | 1,01% | |
| Mahasiswa | 36 | 9,09% | |
| Buruh | 3 | 0,76% | |
| IRT | 4 | 1,01% | |
| Lainnya | 3 | 0,76% | SPG, Asisten Dokter, Konstruksi |
| **Jumlah** | | | |

*Sumber: Hasil Olah Excell 2016*

Dari tabel 4.5 diatas menunjukkan karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan yang paling besar frekuensinya adalah jenis pekerjaan karyawan swasta dengan jumlah 170 responden atau 42,93% dari jumlah seluruh responden. Jenis pekerjaan wirausaha menjadi yang terbanyak kedua dengan total frekuensi 56 responden sedangkan responden yang bekerja dalam bidang perdagangan sebanyak 53 responden atau 13,38%. Industri sebanyak 27 responden, jasa sebanyak 28 responden, yang bekerja dalam pemerintahan sebanyak 3 responden

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

serta PNS sebanyak 2,27%. Sedangkan yang bekerja sebagai guru sebanyak 4 responden, mahasiswa 36 responden atau 9,09% dan jenis pekerjaan sebagai buruh sebanyak 3 responden dan IRT sebanyak 4. Jenis pekerjaan responden lainnya yaitu sebagai SPG, asisten dokter dan konstruksi dengan masing-masing sebanyak 1 responden dan jika dijumlah presentasenya dari ketiga jenis pekerjaan tersebut sebanyak 0,76%.

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan

| **Pendapatan per Bulan** | **Frekuensi** | **Presentase (%)** |
|---|---|---|
| <1500000 | 36 | 9,09% |
| 1500000-3000000 | 127 | 32,07% |
| 3000001-6000000 | 184 | 46,46% |
| 6000001-9000000 | 41 | 10,35% |
| 9000001-12000000 | 7 | 1,77% |
| 12000001-15000000 | 1 | 0,25% |
| 15000001-20000000 | 0 | 0,00% |
| **Jumlah** | 396 | 100% |

*Sumber: Hasil Olah Excell 2016*

Karakteristik yang dapat dilihat dari tabel 4.6 diatas yaitu berdasarkan pendapatan responden per bulan menunjukkan bahwa sebagian besar responden berpenghasilan antara 3 juta sampai dengan 6 juta per bulan dengan jumlah 184 responden atau 46,46% sedangkan pendapatan responden per bulan antara 1,5 juta sampai dengan 3 juta sejumlah 32,07% dari jumlah seluruh responden. Sebanyak 36 responden berpenghasilan kurang dari 1,5 juta. Selanjutnya, penghasilan 6 juta sampai dengan 9 juta bisa didapatkan oleh 10,35% responden atau

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebanyak 41 responden. Penghasilan 9 juta sampai dengan 12 juta sebanyak 7 responden sedangkan yang berpenghasilan antara 12 juta sampai dengan 15 juta hanya 0,25% responden atau hanya sebanyak 1 responden.

## B. Analisis Data

1. Gambaran Umum Distribusi Frekuensi Item

Berikut merupakan hasil frekuensi dan presentase masing-masing butir pertanyaan dalam kuesioner pada setiap variabel

a. Variabel Bebas Persepsi ($X_1$)

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi

| Pertanyaan | Alternatif Jawaban | | | | | Jumlah Responden |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | SS | S | R | TS | STS | |
| **1** | 67 | 288 | 40 | 1 | 0 | 396 |
| **2** | 86 | 223 | 87 | 0 | 0 | 396 |
| **3** | 200 | 174 | 21 | 1 | 0 | 396 |
| **4** | 63 | 224 | 108 | 1 | 0 | 396 |
| **5** | 26 | 168 | 189 | 13 | 0 | 396 |
| **Jumlah** | 442 | 1077 | 445 | 16 | 0 | 1980 |

*Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 24*

Dari tabel 4.7 yang menjelaskan tentang distribusi frekuensi pada variabel persepsi dapat ditarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden memilih setuju dan ada juga yang menjawab sangat setuju meskipun ada juga menjawab ragu-ragu. Sebagian besar responden menjawab setuju dengan presentase 54,39% dari jumlah distribusi frekuensi pada variabel persepsi dan hal itu menandakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bahwa masyarakat Kota Surabaya siap melakukan pembiayaan rumah syariah.

b. Variabel Bebas Preferensi ($X_2$)

Tabel 4.8
Distribusi Frekuensi Variabel Preferensi

| Pertanyaan | Alternatif Jawaban | | | | | Jumlah Responden |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | SS | S | R | TS | STS | |
| **1** | 34 | 174 | 175 | 13 | 0 | 396 |
| **2** | 12 | 107 | 148 | 124 | 5 | 396 |
| **3** | 14 | 109 | 140 | 128 | 5 | 396 |
| **4** | 42 | 152 | 193 | 9 | 0 | 396 |
| **5** | 26 | 190 | 140 | 40 | 0 | 396 |
| **6** | 25 | 183 | 151 | 37 | 0 | 396 |
| **7** | 29 | 117 | 142 | 99 | 9 | 396 |
| **Jumlah** | 182 | 1032 | 1089 | 450 | 19 | 2772 |

*Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 24*

Distribusi frekuensi pada variabel preferensi dalam tabel 4.8 diatas menjelaskan sebagian besar masyarakat Kota Surabaya sudah mengetahui banyak informasi mengenai pembiayaan rumah syariah. Hal itu dibuktikan dengan responden memilih setuju dengan presentase sebanyak 37,23% dari jumlah distribusi frekuensi pada variabel preferensi. Hal itu menandakan bahwa sebagian masyarakat Kota Surabaya sudah merasakan mudahnya akses informasi meskipun tidak sedikit juga yang memilih ragu-ragu dengan presentase 39,29%.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Variabel Terikat Sikap (Y)

Tabel 4.9
Distribusi Frekuensi Variabel Sikap

| Pertanyaan | Alternatif Jawaban | | | | | Jumlah Responden |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | SS | S | R | TS | STS | |
| **1** | 43 | 218 | 128 | 7 | 0 | 396 |
| **2** | 38 | 168 | 143 | 46 | 1 | 396 |
| **3** | 32 | 116 | 146 | 89 | 13 | 396 |
| **4** | 31 | 131 | 203 | 30 | 1 | 396 |
| **Jumlah** | 144 | 633 | 620 | 172 | 15 | 1584 |

*Sumber: Hasil Olahan SPSS versi 24*

Dengan adanya data distribusi frekuensi pada variabel sikap diatas dapat disimpulkan bahwa masyarakat Kota Surabaya menunjukkan sikap yang positif pada pembiayaan rumah syariah yang ditunjukkan dengan sebagian besar masyarakat memilih setuju untuk memulai pembiayaan rumah syariah dengan presentase sebesar 39,96% dari jumlah distribusi frekuensi pada variabel sikap dan tetap memilih pembiayaan rumah syariah meskipun ada pembiayaan rumah konvensional.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukakan dengan membandingkan antara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

r-hitung (product moment) dengan r-tabel.[54] Suatu instrumen penelitian dikatakan valid, bila:

1. Jika koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3
2. Jika koefisien korelasi *product moment* > r-tabel (α; n-2), n = jumlah sampel
3. Nilai Sig. ≤α , taraf signifikan (α) = 5 %

Rumus yang bisa digunakan untuk uji validitas menggunakan teknik korelasi *product moment* adalah:

$$r = \frac{\mathrm{n}(\sum \mathrm{XY}) - (\sum \mathrm{X})(\sum \mathrm{Y})}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2 \sqcup n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

n = Jumlah responden

x = Skor variabel (jawaban responden)

y = Skor total variabel untuk responden

Hasil uji validitas dapat diketahui dengan adanya ketentuan sebagai berikut:

- Nilai r hitung > nilai r tabel maka dinyatakan valid.
- Nilai r hitung < nilai r tabel maka dinyatakan tidak valid.

[54] Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif...*, 162.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

- Nilai r tabel dengan N = 396; pada signifikansi 5 % maka diketahui r tabel adalah 0,099. Sehingga, apabila r hitung > 0,099 maka dinyatakan valid.

Berdasarkan hasil uji validitas yang dijelaskan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Hasil pengujian validitas variabel persepsi masyarakat ($X_1$) didapatkan bahwa seluruh pertanyaan berjumlah 5 butir pertanyaan memiliki nilai r hitung > nilai r tabel dan dinyatakan valid serta dapat digunakan dalam penelitian ini.
- Hasil pengujian valiitas variabel preferensi masyarakat ($X_2$) dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan berjumlah 7 butir pertanyaan memiliki nilai r hitung > nilai r tabel maka dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.
- Hasil pengujian validitas pada variabel sikap masyarakat (Y) dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan berjumlah 4 butir pertanyaan memiliki nilai r hitung > nilai r tabel maka dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Kriteria suatu penelitian dikatakan reliable dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas ($r_i$) > 0,6. Uji

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

reliabilitas dari instrument penelitian dengan tingkat signifikan (α) = 5%. Berikut disajikan nilai *cronbach alpha* untuk ketiga variabel penelitian.

Dari pengujian reliabilitas yang dijelaskan pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa kuesioner untuk mengukur tiga variabel penelitian adalah *reliabel* dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang normal atau tidak.[55] Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat grafik normal P-P Plot dan Kolmogorov Smirnov. Grafik histogram membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan ploting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Hasil uji normalitas dapat diketahui melalui uji Kolmogorov Smirnov apabila signifikansi > 0,05 maka berarti data terdistribusi secara normal. Sebaliknya apabilan signifikansi < 0,05 maka berarti

[55] Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), 174.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

data tidak terdistribusi secara normal. Hasil lainnya juga dapat diketahui melalui grafik P-P Plot apabila ploting data residual mengikuti garis linier maka data berdistribusi normal. Berikut dapat disajikan hasil uji normalitas.

Tabel 4.10

Hasil Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

| | | Unstandardized Residual |
|---|---|---|
| N | | 396 |
| Normal Parameters[a,b] | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 1,49306035 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,038 |
| | Positive | ,038 |
| | Negative | -,032 |
| Test Statistic | | ,038 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,181[c] |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

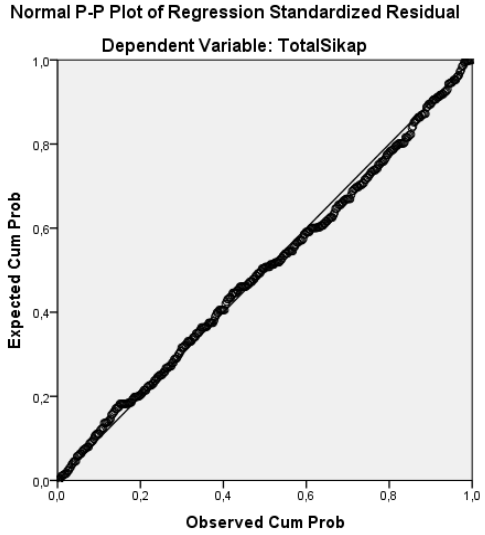
c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas diperoleh nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0.181 Karena nilai Sig > 0,05 yaitu 0,181 > 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 4.1

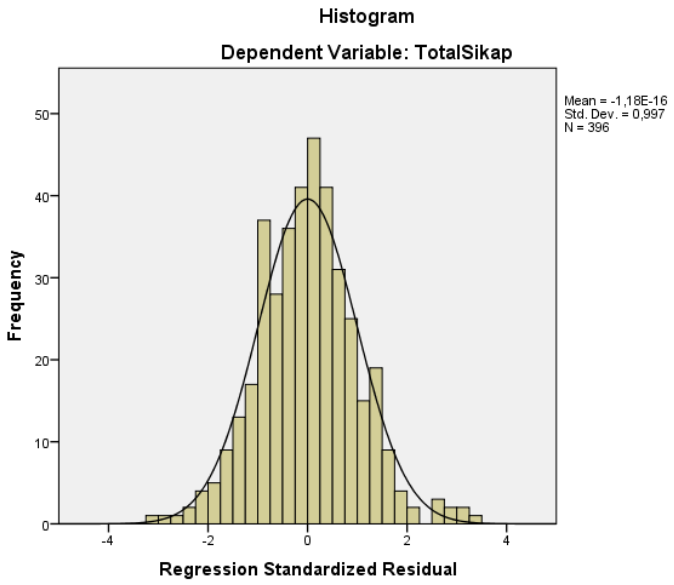
Gambar P-Plot Normalitas




Berdasarkan Grafik Normal P-P Plot terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

Gambar 4.2

Histogram Normalitas




digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Uji multikollinieritas dapat diketahui dengan adanya ketentuan bahwa tidak terjadi multikolinieritas apabila nilai Tolerance > 0,10 dan nilai VIF (Variance Inflantion Factor) ≥ 10 maka terjadi multikolinieritas. Berikut dapat disajikan salam tabel hasil uji multikolinieritas.

Tabel 4.11

Hasil Uji Multikolinieritas

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | -5,405 | 1,019 | | -5,303 | ,000 | | |
| | TotalPersepsi | ,529 | ,061 | ,298 | 8,665 | ,000 | ,667 | 1,499 |
| | TotalPreferensi | ,373 | ,021 | ,622 | 18,066 | ,000 | ,667 | 1,499 |

a. Dependent Variable: TotalSikap

Berdasarkan hasil uji multikolineritas pada tabel di atas diperoleh nilai Tolerance semua variabel bebas yakni Persepsi ($X_1$) dan Preferensi ($X_2$), sebesar 0,667 serta nilai VIF sebesar 1,499. Nilai tersebut mengimplementasikan bahwa tidak terjadi multikolinieritas karena tolerance variabel bebas > 0,10 dan nilai VIF semua variabel bebas < 10,00.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.[56] Untuk mengetahui hasil uji heteroskesdasitas yaitu jika nilai signifikansi > 0,05 kesimpulannya tidak terjadi heteroskedasitas. Namun jika nilai signifikansi < 0,05 maka kesimpulannya terjad heteroskedasitas.

Tabel 4.12

Hasil Uji Heterokedastisitas

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | -,255 | ,650 | | -,392 | ,695 | | |
| | TotalPersepsi | ,066 | ,039 | ,104 | 1,689 | ,092 | ,667 | 1,499 |
| | TotalPreferensi | ,004 | ,013 | ,018 | ,288 | ,773 | ,667 | 1,499 |

a. Dependent Variable: RES2

Berdasarkan output uji heterokesdasitas pada tabel 4.14 di atas diperoleh nilai Sig. semua variabel bebas yakni yakni Persepsi ($X_1$) mempunyai nilai Sig sebesar 0,092 dan Preferensi ($X_2$) sebesar 0,773. Nilai tersebut berarti bahwa tidak terjadi heterokesdasitas karena nilai Sig. > 0,05.

[56] J.Supranto, *Statistik Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Penerbit Erlangga *Edisi ke-7*, 2009), 276.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis determinasi dalam regresi berganda digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan sebagai berikut

Tabel 4.13

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients B | Unstandardized Coefficients Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | (Constant) | -5,405 | 1,019 | | -5,303 | ,000 |
| | TotalPersepsi | ,529 | ,061 | ,298 | 8,665 | ,000 |
| | TotalPreferensi | ,373 | ,021 | ,622 | 18,066 | ,000 |

a. Dependent Variable: TotalSikap

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon$

$Y = -5,405 + 0,529X_1 + 0,373X_2 + \varepsilon$

a. Konstanta sebesar -5,405, berarti bahwa ketika Persepsi dan Preferensi masyarakat nilainya 0 (nol), maka sikap masyarakat adalah -5,405.

b. Koefisien regresi pada variabel Persepsi sebesar 0,529 yang artinya jika Persepsi masyarakat mengalami kenaikan satu kesatuan maka

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sikap masyarakat akan meningkat sebesar 0,529 dengan asumsi variabel independen bernilai tetap.

c. Koefisien regresi pada variabel Preferensi sebesar 0,373 artinya jika variabel preferensi mengalami kenaikan satu kesatuan maka sikap masyarakat akan meningkat sebesar 0,373 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.

Tabel 4.14

Hasil Uji Koefisien Determinan $R^2$

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | ,830[a] | ,689 | ,688 | 1,497 |

a. Predictors: (Constant), TotalPreferensi, TotalPersepsi

b. Dependent Variable: TotalSikap

Dari tabel 4.15 tersebut dapat diketahui bahwa besarnya R square adalah 0,689 atau 68,9% sikap mayarakat dapat dijelaskan oleh persepsi dan preferensi masyarakat.

5. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu Persepsi dan Preferensi berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat yaitu sikap masyarakat. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini yakni sebesar 5% atau 0,05.

Untuk mengetahui hasil dari uji ini diperlukan nilai t tabel yang kemudian dibandingkan dengan t hitung dari perhitungan dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

SPSS. Dalam penelitian ini nilai untuk t tabel dengan responden sebanyak 396 orang adalah sebesar 1,966. Sedangkan untuk hipotesis dalam uji t ini dapat ditentukan sebagai berikut:

Untuk menguji hubungan antara persepsi dengan sikap masyarakat:

$H_0$: Tidak ada pengaruh persepsi ($X_1$) terhadap sikap masyarakat untuk melakukan pembiayaan rumah syariah (Y).

$H_1$: Ada pengaruh persepsi ($X_1$) terhadap sikap masyarakat untuk melakukan pembiayaan rumah syariah (Y).

Untuk menguji hubungan antara preferensi dengan sikap masyarakat:

$H_0$: Tidak ada pengaruh preferensi ($X_2$) terhadap sikap masyarakat untuk melakukan pembiayaan rumah syariah (Y).

$H_1$: Ada pengaruh preferensi ($X_2$) terhadap sikap masyarakat untuk melakukan pembiayaan rumah syariah (Y).

Kriteria pengujian

1) $H_0$ diterima dan $H_1$ ditolak apabila t hitung < t tabel atau nilai Sig. > 0,05

2) $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima apabila t hitung > t tabel atau nilai Sig. < 0,05

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.15

Haasil Uji T (Parsial)

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients B | Unstandardized Coefficients Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | (Constant) | -5,405 | 1,019 | | -5,303 | ,000 |
| | TotalPersepsi | ,529 | ,061 | ,298 | 8,665 | ,000 |
| | TotalPreferensi | ,373 | ,021 | ,622 | 18,066 | ,000 |

a. Dependent Variable: TotalSikap

Berdasarkan tabel di atas maka diperoleh nilai t hitung dan nilai signifikansi untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pada variabel $X_1$ yakni persepsi diperoleh nilai t hitung sebesar 8,665 dan nilai Sig. 0,000. Nilai t hitung > t tabel yaitu 8,665 > 1,966 dan nilai sig. < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 maka $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel $X_1$ (Persepsi) terhadap Sikap masyarakat Kota Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah.

Pada variabel $X_2$ yaitu Preferensi diperoleh nilai t hitung sebesar 18,066 dan nilai Sig. 0,000. Nilai t hitung > t tabel yaitu 18,066 > 1,966 dan nilai Sig. < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 maka $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima yang berati terdapat pengaruh variabel $X_2$ (Preferensi) terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Uji F (Simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.[57] Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu Persepsi dan Preferensi berpengaruh terhadap variabel terikat yakni sikap masyarakat. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 5% atau 0,05.

Untuk mengetahui hasil dari uji ini diperlukan nilai F tabel yang kemudian dibandingkan dengan F hitung dari perhitungan dengan SPSS. Dalam penelitian ini nilai untuk F tabel ditentukan dengan rumus sebagai berikut

F tabel = (Df1 ; Df2)

F tabel = (jumlah variabel bebas dan terikat – 1 ; n – k – 1 )

Keterangan:

n : jumlah responden

k : jumlah variabel bebas

Sehingga dengan jumlah responden sebanyak 393 orang, maka untuk menentukan nilai F tabel adalah (3 – 1; 396 – 2 – 1) = (2; 393). Nilai ini kemudian dicari pada tabel distribusi F sehingga diperoleh nilai 3,02. Hipotesis dalam uji F ini dapat sebagai berikut.

$H_0$; Tidak ada pengaruh persepsi ($X_1$) dan preferensi ($X_2$) terhadap sikap masyarakat untuk melakukan pembiayaan rumah syariah (Y).

[57] Dwi Prayitno, *Mandiri Belajar SPSS untuk Analisis Data dan Uji Statistik* (Jakarta: Penerbit Mediakom, 2008), 81.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

$H_1$; Ada pengaruh persepsi ($X_1$) dan preferensi ($X_2$) terhadap sikap masyarakat untuk melakukan pembiayaan rumah syariah (Y).

Kriteria pengujian dapat dijabarkan sebagai berikut.

1) $H_0$ diterima dan $H_1$ ditolak apabila F hitung < F tabel atau nilai Sig. > 0,05

3) $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima apabila F hitung > F tabel atau nilai Sig. < 0,05

Tabel 4.16
Uji F (Simultan)

**ANOVA[a]**

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | 1954,997 | 2 | 977,499 | 436,272 | ,000[b] |
| | Residual | 880,546 | 393 | 2,241 | | |
| | Total | 2835,543 | 395 | | | |

a. Dependent Variable: TotalSikap

b. Predictors: (Constant), TotalPreferensi, TotalPersepsi

Berdasarkan hasil diatas diperoleh F hitung dan nilai signifikansi untuk mengetahui variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Diperoleh nilai F hitung sebesar 436,272 dan nilai Sig. 0,000. Berarti nilai F hitung >F tabel yaitu 436,272 > 3,02 dan nilai Sig. < 0,05 yaitu0,000 < 0,05 maka $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima yang berarti terdapat pengaruh Persepsi dan Preferensi terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

# BAB V

# PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan menguraikan hasil analisis data yang juga disajikan dalam bab sebelumnya. Pembahasan ini dilakukan berdasarkan hubungan antara variabel yang diteliti sebagai pembuktian dari hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Dalam bab ini akan dibahas tentang hasil pengujian yang kemungkinan menerima atau menolak hipotesis. Dalam bagian ini peneliti juga menggunakan hasil empiris yang dilakukan peneliti terdahulu sebagai rujukan analisis, yang akhirnya bisa menunjukkan apakah penelitian ini mendukung atau menolak dengan teori maupun penelitian terdahulu.

Dalam penelitian ini menggunakan metode sampling dalam teknik pengumpulan data. Sampling merupakan cara pengumpulan data apabila yang diselidiki adalah elemen sampel dari suatu populasi.[58] Peneliti dalam hal ini akan membahas tentang Pengaruh Persepsi dan Preferensi Terhadap Sikap Masyarakat Kota Surabaya Pada Pembiayaan Rumah Syariah yang meliputi:

## A. Pengaruh Persepsi Terhadap Sikap Masyarakat Kota Surabaya Pada Pembiayaan Rumah Syariah

Berdasarkan hasil dari penelitian yang sudah disajikan dalam bab sebelumnya tentang hipotesis pertama yang menyatakan bahwa persepsi mempunyai pengaruh yang positif terhadap sikap, artinya persepsi masyarakat Kota Surabaya yang didapat dari pernyataan yang distimuli lewat indra untuk

[58] J. Supranto, *Statistik Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 23.



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

selanjutnya menyikapi pembiayaan rumah syariah. Persepsi masyarakat yang meliputi pengetahuan, pengaruh kebutuhan dan kesiapan mental masyarakat berpengaruh sangat kuat terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah.

Namun hasil penelitian yang didapat oleh peneliti berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Arief Hidayatullah dan T. Rifqy Thantawi yang berjudul "Persepsi Masyarakat Kota Bogor terhadap Skim Pembiayaan KPR Syariah" menyatakan bahwa persepsi tidak berpengaruh terhadap masyarakat Kota Bogor dikarenakan masih banyak yang ragu atau bahkan tidak mau menggunakan KPR Syariah dikarenakan jauh lebih mahal dibandingkan dengan KPR Konvensional.

Dengan hasil yang peneliti dapatkan dari variabel persepsi ini menunjukkan pengaruh yang cukup kuat terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah. Hal ini didukung dengan pendapat responden yang menyatakan tertarik dan setuju seperti "Menguntungkan dilihat dari segi margin, dikarenakan ia bersifat flat sehingga tidak membebani debitur pembiayaan pada masa pengangsurannya", "Saat ini kredit rumah syariah mulai banyak dilirik konsumen, sebab pembiayaan rumah syariah memiliki kelebihan lain dibandingkan dengan pembiayaan rumah konvensional."

Mengenai hukum yang memperbolehkan pembiayaan rumah yang dijelaskan dalam Firman Allah dan Hadits Nabi seperti:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Firman Allah SWT

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَوا

"Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba." (QS. Al-Baqarah: 275)

Ayat di atas menjelaskan tentang diperbolehkannya akad jual beli pada pembiayaan rumah syariah dan melarang adanya riba dalam akad pembiayaan rumah syariah.

يَأَ يُّهَا الَّذِيْنَ ءَا مَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَى أَجَلٍ مُّسَمًّى فَا كْتُبُوهُ

"Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya." (QS. Al-Baqarah: 282)

Ayat diatas merupakan firman Allah yang menjelaskan tentang dibolehkannya akad hutang-piutang, sedangkan akad pembiayaan merupakan salah satu bentuk hutang, sehingga ayat diatas bisa digunakan dasar dibolehkannya akad pembiayaan.

Hadits

ثَلاَثٌ فِيْهِنَّ الْبَرَكَةُ: الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ, وَالْمُقَارَضَةُ, وَخَلْطُ الْبُرِّ بِالْشَعِيْرِ لِلْبَيْتِ لاَلِلْبَيْعِ

"Ada tiga hal yang mengandung berkah: jual beli secara tidak tunai, *muqāradhah (Mudhārabah)*, dan mencampur gandum dengan jemawut untuk keperluan rumah tangga, bukan untuk dijual." (HR. Ibnu Mājah).

Hadits di atas menjelaskan tentang keberkahan yang di dapat jika melakukan transaksi dengan cara *Mudhārabah*. Hal ini mengindikasikan bahwa praktik jual beli yang dilakukan secara tempo, begitupun juga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan pembiayaan yang dilakukan secara tempo. Maksud dari mencampur gandum dengan jemawut untuk keperluan rumah tangga adalah gandum, biji-bijian di sini bukan untuk dijual belikan ketika panen melainkan untuk keperluan rumah tangga jauh lebih berkah.

Penelitian lain yang mendukung hasil penelitian ini adalah hasil penelitian dari Ririn Kairunnisa yang berjudul "Persepsi dan Prefernsi Nasabah non Muslim Terhadap Produk Pembiayaan Rumah yang Ditawarkan Bank Syariah (Studi Pada Bank Muamalat Cabang Kota Palangkaraya)" menjelaskan bahwa persepsi yang dimiliki nasabah terhadap bank Muamalat sebagian besar mulai mengenali, memiliki gambaran dan memahami bank syariah dengan baik. Mereka mengenal bank syariah dalam hal operasionalnya yang tidak menerapkan sistem bunga.

Menurut Joseph A. Devito, persepsi adalah proses dengan mana seseorang menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indera seseorang. Persepsi adalah interpretasi bermakna atas sensasi sebagai representative obyek eksternal. Persepsi adalah pengetahuan yang tampak mengenai apa yang ada di luar sana. Persepsi terdiri dari tiga aktivitas, yaitu seleksi, organisasi, dan interpretasi.[59] Persepsi dalam penelitian ini merupakan persepsi yang mempengaruhi masyarakat tentang pengetahuan yang tampak mengenai pembiayaan rumah syariah.

[59] Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), 180-181.
.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 5.1

Kegiatan Sosial yang Diikuti Responden

| Kegiatan Sosial | Frekuensi | Presentase (%) |
|---|---|---|
| Kegiatan Keagamaan | 149 | 37,63% |
| Gotong royong | 107 | 27,02% |
| Siskamling | 23 | 5,81% |
| Peringatan hari-hari besar nasional | 96 | 24,24% |
| Karang taruna | 13 | 3,28% |
| Kegiatan kemanusiaan | 2 | 0,51% |
| PKK | 6 | 1,52% |
| **Jumlah** | 396 | 100% |

*Sumber: Hasil Olah Excell 2016*

Dari data pada tabel 5,1 diatas mendukung teori yang dikemukakan oleh Robbins bahwa persepsi dalam kaitannya dengan lingkungan, yaitu sebagai proses dimana individu-individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indera mereka agar memberi makna kepada lingkungan.[60] Dalam penelitian ini jelas kegiatan sosial dilingkungan sangat berpengaruh terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya dengan banyaknya kegiatan masyarakat berupa kegiatan keagamaan sejumlah 149 atau 37,63% dan gotong royong sebesar 27,02% atau 107 responden.

Dilihat dari data yang ada, masyarakat yang paling besar berkontribusi untuk lingkungan sekitar adalah masyarakat Kecamatan Wonocolo dengan total 14,09% dari seluruh masyarakat Kota Surabaya yang mengikuti kegiatan

[60] Dwi Prasetya Danarjati, Adi M, A.R. Ekawati, *Pengantar Psikologi Umum,* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 22.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keagamaan. Begitu pula dengan kegiatan gotong royong dimana masyarakat Kecamatan Wonocolo yang sering mengikuti sebanyak 12,15% dari seluruh masyarakat Kota Surabaya yang sering mengikuti kegiatan gotong royong.

Hasil tersebut berbanding lurus dengan persepis masyarakat Kecamatan Wonocolo yang menyatakan bahwa mereka siap melakukan pembiayaan rumah syariah dikarenakan pembiayaan yang hukumnya boleh serta rumah merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi. Itu menandakan bahwa semakin sering masyarakat Kota Surabaya bersosialisasi dengan lingkungan sekitar juga sangat berpengaruh terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya.

**B. Pengaruh Preferensi Terhadap Sikap Masyarakat Kota Surabaya Pada Pembiayaan Rumah Syariah**

Pada variabel $X_2$ yaitu Preferensi diperoleh nilai t hitung sebesar 18,066 dan nilai Sig. 0,000. Nilai t hitung  t tabel yaitu 18,066 > 1,966 dan nilai Sig. < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 maka $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima yang berati terdapat pengaruh variabel $X_2$ (Preferensi) terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah.

Hasil diatas relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wasilatul Aliah dengan judul “Preferensi Nasabah Terhadap Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah (Studi Pada Bank BTN Syariah Cabang Bogor)” dengan hasil penelitian bahwa preferensi mempengaruhi nasabah untuk memilih KPR Syariah dengan alaasan sistem margin atau keuntungan serta biaya yang ringan dan pelayanan yang bagus.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penelitian yang juga mendukung dengan hasil penelitian adalah penelitian yang dilakukan oleh Alwi Reza Nasution yang berjudul "Analisis Potensi dan Preferensi Masyarakat Terhadap Bank Syariah di Wilayah Kota Medan" dengan hasil bahwa indikator keuntungan relatif, keterbukaan informasi, kompatibiltas, kompleksitas dan triabilitas sangat mendorong preferensi masyarakat Kota Medan untuk lebih memilih Bank Syariahh dibandingkan dengan Bank Konvensional.

Dalam penelitian ini preferensi mempengaruhi sikap masyarakat Kota Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah dengan pertimbangan keuntungan yang didapatkan pada Bank Syariah dan tidak bisa didapatkan pada Bank Konvensional, keterbukaan informasi berupa syarat, ketentuan dan keuntungan yang didapatkan pada produk pembiayaan rumah syariah, kompatibiltas yang menyangkut kecocokan masyarakat terhadap penerapan pembiayaan rumah syariah, kompleksitas dimana masyarakat meyakini bahwa Bank Syariah juga mempunyai peran penting terhadap sekitar melalui produk pembiayaan rumah syariah dan triabilitas berhubungan dengan informasi yang didapatkan masyarakat tentang keberadaan lembaga yang mempunyai produk pembiayaan rumah syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Ririn Kairunnisa dengan judul penelitian "Persepsi dan Preferensi Nasabah non Muslim Terhadap Produk Pembiayaan Rumah yang Ditawarkan Bank Syariah (Studi Pada Bank Muamalat Cabang Kota Palangkaraya) yang juga relevan dengan hasil penelitian ini bahwa preferensi nasabah non muslim yang dipengaruhi oleh pihak pengembang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perumahan menjadikan pengaruh yang kuat untuk lebih memilih pembiayaan rumah syariah dengan alasan angsuran tetap dengan memberikan kepastian sehingga nasabah menjadi tertib dalam memenuhi kewajiban membayar angsuran rumah.

Dalam penelitian ini juga terdapat responden yang non muslim. Mereka berpendapat "Bisa jadi menguntungkan untuk orang - orang yang ingin mempunyai rumah dengan cara mudah", "Dengan pembiayaan rumah dapat mengembangkan kesejahteraan masyarakat". Dari pendapat responden non muslim ini jelas menjadi peluang bagi Lembaga ataupun Bank Syariah untuk mengembangkan sayap tidak hanya pada masyarakat muslim saja.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa preferensi mempengaruhi sikap masyarakat dengan dibuktikan oleh indikator tentang keterbukaan informasi dimana masyarakat dengan cukup mudah mendapatkan informasi tentang pembiayaan rumah syariah melalui internet dengan dibuktikan data hasil penelitian, masyarakat yang mendapatkan informasi dari internet sebanyak 46,21% dibandingkan dengan informasi yang didapatkan dari teman/tetangga sebanyak 31,31%.

## C. Pengaruh Persepsi dan Preferensi Terhadap Sikap Masyarakat Kota Surabaya Pada Pembiayaan Rumah Syariah

Pada variabel bebas (Persepsi dan Preferensi) terhadap variabel terikat (Sikap) secara bersama-sama diperoleh nilai F hitung sebesar 436,272 dan nilai Sig. 0,000. Berarti nilai F hitung >F tabel yaitu 436,272 > 3,02 dan nilai Sig. <

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

0,05 yaitu0,000 < 0,05 maka $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima yang berarti terdapat pengaruh Persepsi dan Preferensi terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah.

Tabel Model Summary juga menampilkan bahwa koefisien korelasi atau hubungan (R) dan menjelaskan besarnya prosentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil penguadratan R. Dari output tersebut hasil koefisien determinansi menunjukkan bahwa variabel $X_1$ dan $X_2$ (Persepsi dan Preferensi) berpengaruh terhadap variabel Y (sikap) sebesar 68,9% sedangkan selebihnya (31,1%) variabel Y dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Sikap menurut Kotler dan Amstrong merupakan evaluasi, perasaan dan kecenderungan seseorang yang secara konsisten menyukai atau tidak menyukai suatu objek atau gagasan.[61]

Setelah konsumen melakukan pencarian dan pemprosesan informasi, langkah selanjutnya adalah menyikapi adanya informasi yang diterimanya. Apakah konsumen akan meyakini informasi yang akan diterimanya atau memilih produk tertentu yang akan digunakan, hal ini akan berkaitan erat dengan sikap yang dikembangkan. Keyakinan-keyakinan dan pilihan konsumen (*preference*) atas suatu produk adalah merupakan sikap konsumen.

[61] Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Alih Bahasa David Octarevia (Jakarta: Bumi Aksara), 173.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Faktor-faktor intern dan ekstern yang mempengaruhi pembentukan dan perubahan sikap:[62]

a. Faktor intern yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri orang yang bersangkutan sendiri, seperti selektivitas.
b. Faktor ekstern yaitu selain faktor-faktor yang terdapat dalam diri seseorang seperti, sifat objek yang dapat dijadikan sasaran sikap dan pengalaman-pengalaman yang berhubungan dengan suatu hal tertentu.

Dilihat dari faktor yang mempengaruhi pembentukan dan perubahan sikap, dalam penelitian ini dibuktikan dengan butir pernyataan pada variabel persepsi dengan pernyataan "pembiayaan rumah syariah hukumnya boleh" responden sebagian besar menjawab setuju dengan total jawaban sebanyak 223 responden dari total 396 responden itu bisa jadi dipengaruhi oleh faktor eksternal dari lingkungan sekitar masyarakat dengan dibuktikan responden yang mengikuti kegiatan keagamaan di lingkungan tempat tinggal jauh lebih banyak dibanding kegiatan sosial lainnya dengan jumlah sebanyak 37,63%.

Masyarakat Kota Surabaya menganggap bahwa pembiayaan rumah syariah merupakan pembiayaan yang berbasis syariah dikarenakan hukum pada pembiayaan ini bersifat boleh. Hal tersebut mengacu pada Fatwa DSN No: 04/DSN-MUI/IV/2000 Tentang *Murābahah* yang mengatur mulai dari ketentuan umum *Murābahah* dalam Bank Syariah, ketentuan *Murābahah* kepada nasabah, jaminan dalam *Murābahah*, utang dalam *Murābahah*, penundaan pembayaran dalam *Murābahah*. Bahkan dalam DSN MUI juga menjelaskan bangkrut dalam *Murābahah* yang isinya adalah "Jika nasabah

[62] Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 151

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

telah dinyatakan pailit dan gagal menyelesaikan utangnya, bank harus menunda tagihan utang sampai ia menjadi sanggup kembali, atau berdasarkan kesepakatan.

Masyarakat Kota Surabaya berpendapat bahwa pembiayaan rumah syariah hukumnya boleh dan sesuai dengan ketentuan syariah karena dipengaruhi oleh lingkungan eksternal berupa kegiatan sosial yang sering diikuti masyarakat yaitu kegiatan keagamaan dan gotong royong. Kedua kegiatan tersebut jelas bisa mempengaruhi pemikiran individu dikarenakan kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang positif dan dilakukan dengan unsur kebersamaan dan di dalamnya pasti ada hubungan yang erat antar individu.

Masyarakat Kota Surabaya bisa dibilang siap melakukan pembiayaan rumah syariah. Hal itu bisa dilihat dari jawaban responden yang menjawab siap sebanyak 168 responden yang didukung dengan alasan keuntungan yang didapatkan saat melakukan pembiayaan. Adapun keuntungan yang didapatkan menurut beberapa responden adalah “Kredit yang angsurannya tetap dan tidak ada denda”, “bagus untuk jangka panjang”. Hal itu sesuai dengan teori yang menjelaskan tentang keuntungan yang didapatkan saat melakukan pembiayaan rumah syariah.

Adapun manfaat yang didapatkan adalah cicilan atau angsuran yang dibayarkan nasabah tetap dan meringankan selama jangka waktu dan bebas pinalti jika nasabah ingin melakukan pelunasan sebelum waktu jatuh tempo. Selain itu, nasabah tidak harus memiliki dana secara tunai jika ingin membeli rumah, dimana cukup menyediakan uang muka saja.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jika dilihat dari data yang ada, masyarakat yang tetap memilih pembiayaan rumah syariah dibandingkan dengan pembiayaan rumah konvensional sebanyak 131 responden hal itu bisa disebabkan karena faktor kebolehan pembiayaan ini menurut agama dan bisa juga disebabkan karena kauntungan yang didapatkan jika memilih pembiayaan rumah syariah.

Begitu pula dengan konsistensian masyarakat Kota Surabaya jika dihadapkan dengan pilihan antara pembiayaan rumah syariah dan pembiayaan rumah konvensional. Sebagian besar responden memilih ragu-ragu yang artinya masyarakat masih bingung untuk memilih pembiayaan rumah syariah atau konvensional. Jika masyarakat mendapatkan informasi mengenai keuntungan yang didapatkan jika memilih pembiayaan rumah konvensional kemungkinan masyarakat juga memilih yang konvensional dan sebaliknya jika mendapat informasi engenai keuntungan pembiayaan rumah syariah kemungkinan masyarakat juga memilih pembiayaan rumah syariah.

Sebanyak 148 responden menyatakan akan melakukan pembiayaan rumah syariah. Data tersebut didukung dengan kebutuhan rumah yang masih tinggi yang bisa dilihat dari asal mendapatkan rumah dan teman tinggal di rumah. Berdasarkan data yang dihasilkan dari kuesioner, sebanyak 174 responden atau 43,94% dari 396 jumlah seluruh responden masih tinggal bersama orang tua dan 207 responden atau 52,27% responden masih belum mempunyai rumah. Itu berarti rumah masih merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi karena secara logika orang pasti akan memilih memiliki rumah sendiri bersama keluarga meskipun dekat dengan rumah orang tua.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

# BAB VI

# PENUTUP

## A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian serta pembahasan yang ada dalam beberapa bab sebelumnya maka dapat disimpulkan dari penelitian dengan judul pengaruh persepsi dan preferensi terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya pada pembiayaan rumah syariah adalah:

1. Pada variabel ($X_1$) yakni persepsi diperoleh nilai t hitung sebesar 8,665 dan nilai Sig. 0,000. Nilai t hitung > t tabel yaitu 8,665 > 1,966 dan nilai sig. < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 maka $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh persepsi terhadap sikap masyarakat untuk melakukan pembiayaan rumah syariah. Persepsi yang timbul dari masyarakat Kota Surabaya mempengaruhi sikap masyarakat Kota Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah.
2. Pada variabel ($X_2$) yaitu Preferensi diperoleh nilai t hitung sebesar 18,066 dan nilai Sig. 0,000. Nilai t hitung  t tabel yaitu 18,066 > 1,966 dan nilai Sig. < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05 maka $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh preferensi terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah. Dari hasil tersebut terbukti bahwa preferensi yang muncul dari masyarakat Kota Surabaya



digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berpengaruh terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah.

3. Dari variabel bebas ($X_1$) Persepsi dan ($X_2$) Preferensi berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dan dibahas dari bab sebelumnya memiliki persamaan regresi $Y = -5,405 + 0,529X_1 + 0,373X_2 + \varepsilon$ Diperoleh nilai F hitung sebesar 436,272 dan nilai Sig. 0,000. Berarti nilai F hitung >F tabel yaitu 436,272 > 3,02 dan nilai Sig. < 0,05 yaitu0,000 < 0,05 maka $H_0$ ditolak dan $H_1$ diterima. Regresi linier berganda yang dihasilkan membuktikan bahwa terdapat pengaruh Persepsi dan Preferensi terhadap sikap masyarakat Kota Surabaya untuk melakukan pembiayaan rumah syariah.

## B. Saran

Melihat dari hasil penelitian yang telahh dijelaskan sebelumnya maka peneliti memberikan saran serta rekomendasi dari hasil penelitian:

### 1. Bagi Lembaga atau Perbankan Syariah

Melihat dari respon masyarakat tentang pembiayaan rumah syariah, diharapkan dari lembaga atau perbankan syariah untuk meningkatkan sosialisasi produk yang ada di dalamnya terutama produk pembiayaan rumah syariah. Salah satu cara yang mungkin bisa dilakukan adalah dengan membuat acara CSR (Coorporate Social Responsibility).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dengan melakukan kegiatan tersebut diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang adanya lembaga atau perbankan syariah yang mempunyai produk pembiayaan rumah syariah. Dengan lengkapnya informasi yang didapatkan masyarakat nantinya pasti juga diikuti dengan meningkatnya keprcayaan masyarakat terhadap produk pembiayaan rumah syariah bahwa produk tersebut hukumnya boleh dan sesuai dengan ketentuan syariah.

**2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya khususnya yang berhubungan dengan pembiayaan rumah syariah maupun yang berhubungan dengan lembaga atau perbankan syariah. Variabel yang digunakan dapat bervariasi lagi. Agar meningkatkan hasil penelitian ada baiknya jumlah responden yang digunakan bisa ditambah dan mengubah onjek penelitian yang digunakan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

# DAFTAR PUSTAKA


Aliah, Wasilatul, "Preferensi Nasabah Terhadap Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah (Studi Pada Bank BTN Syariah Cabang Bogor)", Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2010.

Amin, Hanudin, et al., "Consumer Attitude and Preference in The Islamic Mortgage Sector: a Study of Malaysian Consumers", Jurnal Management Research, Vol. 40, Issue. 1, Januari 2017.

Danarjati, Dwi Prasetya dan Ekawati, Adi M, A.R., *Pengantar Psikologi Umum,* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

Gunawan, Arie Indra dan Cahyanti, Fitry, "Pengaruh Pembiayaan KPR Syariah Terhadap Proses Keputusan Pembelian Rumah di Kota Cirebon (Survey Terhadap Pembelian Rumah Secara KPR di BNI Syariah Kota Cirebon)", *Jurnal Edunomic* Vol. 2 No. 2, 2014.

Helmi Haris, "Pembiayaan Rumah Syariah (Sebuah Inovasi Pembiayaan Perbankan Syariah)", *Jurnal Ekonomi Islam La_Riba,* Vol. 1 No. 1, Juli 2007.

Hidayatullah, Arief dan Thantawi, T. Rifqy, "Persepsi Masyarakat Kota Bogor Terhadap Skim Pembiayaan KPR Syariah", *Jurnal Nisbah* Vol. 3 No. 1, 2017.

Junaidi, Shellyana dan Dharmesta, Basu Swastha, "Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi terhadap Keputusan Perpindahan Merek", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, No. 1 Vol. 17, 2002.

Khairunnisa, Ririn, "Persepsi dan Preferensi Nasabah non Muslim Terhadap Produk Pembiayaan Rumah yang Ditawarkan bank Muamalat Di Kota Palangkaraya", SKRIPSI—IAIN Palangakaraya, 2015.

Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Alih Bahasa David Octarevia Jakarta: Bumi Aksara.

-------- dan Keller, Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran, Edisi XIII,* Bob Sabran, Jakarta: Erlangga, 2008.

--------, *Manajemen Pemasaran,* Jakarta: Prehalindo Cet Ke-100, 2000.

Kusdani, Dedi, "Persepsi Terhadap Sikap dan Minat Pengguna Layanan Internet Pada Perusahaan Jasa Asuransi", *Jurnal Organisasi dan Manajemen* Vol. 10 No. 2, September 2014.


digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Larasati, Claresta Yanudhita dan Widiyanto, Ibnu, "Pengaruh Preferensi dan Harga Terhadap Sikap dan Implikasinya Terhadap Loyalitas Pelanggan Indomie Rasa Cabe Ijo Di Semarang", *Diponegoro Journal of Management* Vol. 2 No. 3, 2013.

Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* Jakarta: Rajawali Pers, 2008.

Mulyana, Deddy, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.

Nasution, Alwi Reza, "Analisis Potensi dan Preferensi Masyarakat Terhadap Bank Syariah di Wilayah Kota Medan", Tesis—Universitas Sumatera Utara Medan, 2006.

Noor, Juliansyah, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014.

--------, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Prenada Media, 2015.

Prayitno, Dwi, *Mandiri Belajar SPSS untuk Analisis Data dan Uji Statistik* Jakarta: Penerbit Mediakom, 2008.

Rivai, Veithzal dan Arifin, Arviyan, *Islamic Banking: Sistem Bank Islam Bukan Hanya Solusi Menghadapi Krisis Namun Solusi dalam Menghadapi Berbagai Persoalan Perbankan & Ekonomi Global*, Jakarta: Bumi Aksara, 2010.

Setiadi, Nugroho J., *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Meida Group, Cet V, 2013.

Sholihah, Ellen Kurnia Sari, "Pengaruh Potensi, Persepsi, Preferensi dan Perilaku Masyarakat Muslim Surabaya Terhadap Wakaf Uang Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening", Skripsi—UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017.

Siregar, Sofyan, *Statistik Parametik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS versi 17* Jakarta: Bumi Aksara, 2013.

--------, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Bandung: Alfabeta, Cet XI, 2010.

--------, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: CV. Alfabeta, 2004.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Suharjo, Bambang, *Statistika Terapan: Disertai Contoh Aplikasi dengan SPSS, Edisi k-1*, Yogyakarta:Graha Ilmu, 2013.

Supranto, J., *Statistik Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Erlangga, 2008.

--------, *Statistik Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Penerbit Erlangga *Edisi ke-7*, 2009.

Surabaya, Badan Pusat Statistik Kota, *Kota Surabaya dalam Angka 2017*, Surabaya: Badan Pusat Statistik Kota Surabaya, 2017.

Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Diadaptasi dari M. R. Solomon, "*Customer Behavior" Prentice Hall International, 1996,* Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002.

Widyastuti, Yeni, *Psikologi Sosial*, Serang: Graha Ilmu, 2013.

Yuniarti, Vinna Sri, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, Bandung: Pustaka Setia, 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id