

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INTENSI PENGGUNAAN  
PRODUK BANK SYARIAH DIPANDANG DARI SUDUT POTENSI  
EKONOMI, SIKAP, PREFERENSI KEUNTUNGAN RELATIF  
DENGAN KEWAJIBAN AGAMA (RELIGIOUS  
OBLIGATION) SEBAGAI VARIABEL  
MODERASI  
(STUDI EMPIRIS PADA BANK SYARIAH YANG TERDAPAT  
DI KOTA PEKANBARU)**

**Oleh :**

**Devy Tresnowati**

**Pembimbing : Emrinaldi Nur DP dan Hariadi**

*Economic Faculty of Riau University, Pekanbaru, Indonesia*

*Email : [devy\\_tresnowati@yahoo.com](mailto:devy_tresnowati@yahoo.com)*

*Determinant of Intention To Use Islamic Bank In Terms of Economic Potential,  
Attitude, Preference Relative Advantage With Religious Obligation as a  
Moderating Variable  
(Empirical Studies On Islamic Banks in Pekanbaru)*

**ABSTRACT**

*In Islam, muamalah which not allowed are those that contain elements of usury. To avoid usury which is strongly associated with the world of banking, Islamic Banks can be a solution. This study aims to examine determinant of intention to use islamic bank from the point of economic potential, attitudes, and relative advantage preferences, with attention to elements of religious obligation as a moderating variable based on the Theory of Planned Behavior. The study was conducted at ten Islamic banks and muamalat in Riau with 120 respondents. This study use multiple regression as the analytical instrument. The test results show that economic potential, attitudes and preference of relative advantage have an influence on the intentions in using Islamic banks products either directly or through moderating religious obligations. These results indicate that the economic potential and intention encourage the development of institutions and Islamic products, through moderation of religious obligations.*

*Keywords : Intention, economic potential, attitude, preference relative advantage, religious obligations*

**PENDAHULUAN**

Pada tahun 2015 pertumbuhan ekonomi Indonesia mencapai 5,4 - 5,8% dengan inflasi  $4 \pm 1\%$ . Sementara defisit transaksi berjalan diperkirakan sekitar 3%. Kondisi ini tidak hanya menunjukkan pertumbuhan positif namun juga

menunjukkan peningkatan dibandingkan tahun 2014 yang hanya 5,1%. Sementara tingkat inflasi sebesar  $4,5 \pm 1\%$  (bi.go.id, 2014).

Pertumbuhan ekonomi tersebut dipicu oleh pertumbuhan dari berbagai sektor ekonomi yang ada, termasuk sektor bank dan

lembaga keuangan. Perkembangan institusi keuangan syariah berupa Bank Umum Syariah, Unit-unit Syariah, dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS), sepanjang tahun 1998 hingga 2008 disajikan pada tabel 1 berikut.

**Tabel 1**  
**Pertumbuhan Usaha Syariah di Indonesia**

Indikasi	1998 KP/ UUS	2003 KP/ UUS	2004 KP/ UUS	2005 KP/ UUS
BUS	1	2	3	3
UUS	-	8	15	19
BPRS	76	84	88	92

Indikasi	2006 KP/ UUS	2007 KP/ UUS	2008 KP/ UUS	2009 KP/ UUS
BUS	3	3	5	6
UUS	20	25	27	25
BPRS	105	114	131	139

**Sumber** : BI, statistik Perbankan Syariah, 2009 (dalam E-Syariah, 2010)

Hal ini menarik untuk diamati mengingat jumlah penduduk Indonesia hingga tahun 2014 yang beragama islam adalah 235,20 juta jiwa ( ± 80% ) dari total jumlah penduduk Indonesia sebanyak (bps.go.id, 2014).

Meskipun penduduk yang beragama Islam di Indonesia sangat banyak, namun tidak semua individu memahami masalah muamalah atau jual beli secara syar'i yang diatur oleh agama. Dalam Islam, muamalah yang dilarang adalah yang mengandung unsur riba. Perihal riba telah menjadi suatu perbedaan yang menonjol antara Bank Umum Syariah dan Bank Umum Konvensional. Transaksi riba yang dilakukan oleh Bank Umum Konvensional telah difatwakan haram oleh Majelis Ulama Indonesia (Fatwa MUI Nomor 1 Tahun 2004).

Seseorang tidak mungkin bisa lepas dari perihal pinjam-meminjam dalam menjalankan usaha dan kehidupannya. Untuk menghindari riba yang sangat terkait dengan dunia perbankan, Bank Umum Syariah bisa menjadi suatu solusi.

Intensi seseorang untuk menggunakan produk bank berbasis syariah dipengaruhi oleh banyak faktor. Beberapa hal yang kemungkinan mempengaruhi intensi seseorang untuk menggunakan produk bank berbasis syariah dapat berupa potensi ekonomi, sikap, preferensi keuntungan relatif dengan kewajiban agama (*Religious Obligation*). Akan tetapi masih ditemukan beberapa perbedaan pada hasil penelitian mengenai beberapa faktor yang dapat mempengaruhi intensi tersebut sehingga penulis tertarik untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi intensi penggunaan produk bank syariah dipandang dari sudut potensi ekonomi, sikap, preferensi keuntungan relatif dengan kewajiban agama (*Religious obligation*) sebagai variabel moderasi.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah potensi ekonomi, sikap dan preferensi berpengaruh terhadap intensi masyarakat untuk menggunakan bank berbasis syariah?
2. Apakah kewajiban agama berpengaruh terhadap intensi masyarakat untuk menggunakan bank berbasis syariah?
3. Apakah potensi ekonomi, sikap dan preferensi berpengaruh terhadap intensi masyarakat untuk menggunakan bank berbasis syariah?

syariah dengan kewajiban agama sebagai variabel moderasi?

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk memberikan bukti secara empiris mengenai pengaruh potensi ekonomi terhadap intensi masyarakat untuk menggunakan bank berbasis syariah.
2. Untuk memberikan bukti secara empiris mengenai pengaruh sikap terhadap intensi masyarakat untuk menggunakan bank berbasis syariah.
3. Untuk memberikan bukti secara empiris mengenai pengaruh preferensi terhadap intensi masyarakat untuk menggunakan bank berbasis syariah.
4. Untuk memberikan bukti empiris mengenai kemampuan kewajiban agama untuk memoderasi pengaruh potensi ekonomi, sikap dan preferensi pada intensi masyarakat untuk menggunakan bank berbasis syariah.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Bank syariah

Menurut Undang-undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Sedangkan Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

### Pengertian Intensi

Intensi merupakan posisi seseorang dalam dimensi probabilitas yang melibatkan suatu hubungan antara dirinya dengan tingkah laku. Sebuah intensi berperilaku, oleh karena itu, merujuk pada probabilitas subyektif seseorang yang akan membentuk suatu perilaku.

### Teori *Planned Behavior*

Awalnya Fishbein dan Ajzen (1975) mengkaji hubungan antara intensi dan perilaku dengan menggunakan *Theory Of Reasoned Action (TRA)*. Berdasarkan teori ini, suatu tingkah laku ditentukan oleh intensi berperilaku dan tingkah laku ini dipengaruhi oleh dua faktor yaitu sikap yang bersifat personal dan norma subyektif yang merefleksikan pengaruh sosial. Namun setelah dikaji selama beberapa tahun, Ajzen menemukan bahwa TRA hanya berlaku bagi tingkah laku yang berada di bawah kontrol penuh individu dan tidak bisa atau tidak sesuai untuk menjelaskan tingkah laku yang tidak sepenuhnya di bawah kontrol individu. Ajzen berpendapat bahwa ada faktor yang dapat memfasilitasi atau menghambat realisasi intensi ke dalam tingkah laku.

Dari analisis itulah kemudian Ajzen memberikan teori penyempurna dari *Theory Of Reasoned Action* yaitu *Theory Of Planned Behavior (TPB)*. Ajzen mengajukan TPB sebagai alat prediktor perilaku ketika individu tidak memiliki kontrol kemauan sendiri secara penuh.

### Potensi Ekonomi

Motivasi nasabah dipengaruhi oleh banyak faktor, yang secara

umum dapat dikategorikan menjadi: (1) variabel demografi, (2) variabel ekonomi, dan (3) variabel sosial (Ratnawati, dkk., 2004). Variabel ekonomi antara lain: tingkat pendapatan keluarga, pengeluaran keluarga, jenis pekerjaan/usaha, dan aksesibilitas (transportasi dan komunikasi). Oleh karenanya potensi ekonomi dapat didefinisikan sebagai kemampuan ekonomi yang dimiliki oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik kebutuhan pokok, sekunder, tersier hingga pada aksesibilitas dan komunikasi yang diperoleh dari kemampuan ekonomi tersebut.

#### **Pengertian Sikap**

Fishbein & Ajzen (1975) mengatakan bahwa intensi seringkali nampak seperti “komponen konatif dari sikap” dan biasanya juga diasumsikan bahwa komponen konatif ini berhubungan dengan komponen efektif dari sikap. Konsep ini memberi kerterangan kuat bahwa sikap dan intensi merupakan dua konstruk yang saling berkaitan erat.

#### **Preferensi**

Preferensi adalah proses seseorang dalam memilih informasi atau sesuatu hal yang lebih disukai oleh konsumen. Preferensi konsumen didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk barang atau jasa yang dikonsumsi. Derajat kesukaan diperoleh dari pengalaman terhadap produk tertentu dan dapat berpengaruh kuat terhadap preferensi.

Keunggulan Relatif (*relative advantage*) adalah derajat dimana suatu inovasi dianggap lebih baik atau unggul dari yang pernah ada

sebelumnya. Keunggulan relative juga dapat di defenisikan sebagai sampai tingkat mana inovasi itu tampak lebih unggul daripada produk yang sudah ada.

#### **Kewajiban Agama (*Religious Obligation*)**

Religiusitas berasal dari kata *region* (agama). Menurut Harun Nasution yang dikutip oleh Jalaluddin (2010), pengertian agama berasal dari kata *al-Din*, yang berarti Undang-undang atau hukum. Kemudian dalam bahasa Arab, kata ini mengandung arti menguasai, menundukkan, patuh, utang, balasan, kebiasaan. Sedangkan dari kata religi (latin) atau *relegere* berarti mengumpulkan dan membaca. Sedangkan religius menurut Islam adalah menjalankan ajaran agama secara menyeluruh.

#### **Pengaruh Potensi Ekonomi Terhadap Intensi Masyarakat Untuk Menggunakan Bank Berbasis Syariah Dengan Kewajiban Agama (*religious obligation*) sebagai Variabel Moderasi.**

Potensi ekonomi sebagai variabel independen pertama dalam penelitian ini didefinisikan sebagai jenis pekerjaan, jumlah pendapatan dan aksesabilitas wilayah ekonomi terhadap produk syariah. Konsep defenisi ini merupakan pengembangan dari penelitian Aiyub (2007). Potensi ekonomi dapat didefinisikan sebagai kemampuan ekonomi yang dimiliki oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik kebutuhan pokok, sekunder, tersier hingga pada aksesibilitas dan komunikasi yang

diperoleh dari kemampuan ekonomi tersebut.

Potensi ekonomi diduga dapat mempengaruhi intensi seseorang untuk menggunakan produk syariah. Seseorang yang memiliki potensi ekonomi yang tinggi akan cenderung memilih produk syariah. Hal tersebut dimungkinkan karena, pada saat potensi ekonomi tinggi, masyarakat umumnya tidak lagi berupaya meningkatkan ekonominya dengan memanfaatkan sistem riba yang terdapat pada bank konvensional (Sukiyadi, 2010). Hal ini juga disebabkan oleh keyakinan masyarakat yang berpendapat bahwa bank syariah mengikuti syariah agama Islam sehingga masyarakat diduga akan cenderung mengadopsi bank syariah.

H<sub>1a</sub>: Potensi ekonomi berpengaruh terhadap intensi masyarakat untuk menggunakan bank berbasis syariah.

H<sub>1b</sub>: Kewajiban agama (*religious obligation*) dapat memoderasi hubungan potensi ekonomi terhadap intensi masyarakat untuk menggunakan bank berbasis syariah.

### **Pengaruh Sikap Terhadap Intensi Masyarakat Untuk Menggunakan Bank Berbasis Syariah Dengan Kewajiban Agama (*Religious Obligation*) Sebagai Variabel Moderasi.**

Sikap dalam penelitian ini didefinisikan sebagai suatu faktor dalam diri seseorang yang dipelajari untuk memberikan respon positif atau negatif (Amin, 2011). Sikap merupakan faktor psikologis penting yang perlu dipahami, karena mempunyai korelasi yang positif dan kuat terhadap perilaku. Menurut Allport (Tatik Suryani, 2008), sikap

adalah suatu predisposisi yang dipelajari untuk merespon terhadap suatu obyek dalam bentuk rasa suka atau tidak suka. Ketika seseorang menyukai agama dan konsep syariah maka diyakini intensi menggunakan bank berbasis syariah juga akan semakin tinggi, namun jika sebaliknya, maka intensi tersebut juga akan semakin menurun.

Kewajiban agama (*Religious obligation*) tidak akan terlepas dari aspek keagamaan yang merupakan faktor internal seseorang dalam melakukan suatu perilaku terutama dalam memilih produk berbasis syariah. Tingkat kewajiban agama seseorang berbeda-beda, tergantung seberapa taat seseorang tersebut terhadap agama. Menurut Delener (1994) kewajiban agama merupakan suatu aspek budaya terpenting yang mempengaruhi perilaku konsumen. Sehingga ketika seseorang menyukai agama, dan agama disadari dapat mempengaruhi perilaku konsumen, maka dapat diduga kewajiban agama akan mampu memperkuat dorongan intese masyarakat untuk menggunakan bank berbasis syariah jika dimoderasi dengan variabel kewajiban agama.

H<sub>2a</sub>: Sikap berpengaruh terhadap intensi masyarakat untuk menggunakan bank berbasis syariah.

H<sub>2b</sub>: Kewajiban agama (*religious obligation*) dapat memoderasi hubungan sikap terhadap intensi masyarakat untuk menggunakan bank berbasis syariah.

### **Pengaruh Preferensi Keuntungan Relatif Terhadap Intensi Masyarakat Untuk Menggunakan Bank Berbasis Syariah Dengan Kewajiban Agama (*Religious***

### **Obligation) Sebagai Variabel Moderasi.**

Assael (1992) mendefinisikan preferensi sebagai kesukaan, pilihan atau sesuatu yang lebih disukai konsumen (Kotler, 2005). Preferensi konsumen didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk barang atau jasa yang dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada (Kotler, 2004). Derajat kesukaan diperoleh dari pengalaman terhadap produk tertentu dan dapat berpengaruh kuat terhadap preferensi.

Keunggulan Relatif (*relative advantage*) adalah derajat dimana suatu inovasi dianggap lebih baik atau unggul dari yang pernah ada sebelumnya. Keunggulan relative juga dapat didefinisikan sebagai sampai tingkat mana inovasi itu tampak lebih unggul daripada produk yang sudah ada. Sementara Dini (2007) mendefinisikan Keuntungan relatif sebagai bagi hasil yang diperoleh oleh nasabah bank syariah.

Bagi umat islam di Indonesia pilihan akan produk syariah sangat terbuka luas dan sangat mudah diakses untuk dinilai kompatibilitas dan keuntungan relatifnya (Nasution, 2009).

Berdasarkan pernyataan diatas diyakini bahwa ketika bank syariah memiliki keunggulan relatif yang lebih tinggi dibandingkan bank konvensional, terutama pada sisi non riba, maka intensi masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah juga diduga akan meningkat. Pandangan lain yang dapat disampaikan adalah bahwa kepatuhan dalam menerapkan prinsip agama dapat mempengaruhi preferensi seseorang. Bahkan dalam

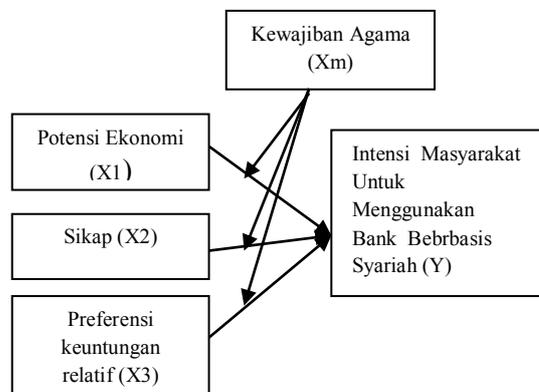
kasus tertentu kepatuhan yang tinggi akan agama (*religious obligation*) justru dapat menekan preferensi seseorang untuk melakukan pemilihan produk berdasarkan aturan agama yang dipercayainya. Sehingga pada saat preferensi akan produk syariah meningkat dengan tingkat *religious obligation* yang tinggi maka intensi menggunakan bank berbasis syariah juga akan meningkat.

H<sub>3a</sub>: Preferensi Keuntungan Relatif berpengaruh terhadap intensi masyarakat untuk menggunakan bank berbasis syariah.

H<sub>3b</sub>: Kewajiban agama (*religious obligation*) dapat memoderasi hubungan Preferensi Keuntungan Relatif terhadap intensi masyarakat untuk menggunakan bank berbasis syariah.

### **Model Penelitian**

**Gambar 1**  
**Model Penelitian**



### **METODE PENELITIAN**

Desain penelitian yang digunakan adalah desain penelitian survey. Hal ini dikarenakan seluruh data yang digunakan berasal dari responden yang terlibat dalam penelitian ini. Lokasi penelitian adalah Provinsi Riau. Populasi dalam

penelitian ini adalah Bank Syariah yang terdapat di Kota Pekanbaru yang sekaligus merupakan kantor cabang utama bank syariah yang ada di Provinsi Riau. Jumlah bank syariah yang ada di Pekanbaru sebanyak 10 bank.

### **Metode Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan tiga buah variabel independen, satu buah variabel moderasi dan satu buah variabel dependen, yang hampir keseluruhannya menggunakan data ordinal kecuali untuk variabel potensi ekonomi. Sehingga dapat dikatakan bahwa dari tiga variabel yang ada dua diantaranya merupakan variabel non metrik, sementara satu lainnya sebagai variabel metrik. Variabel yang ada tidak satupun yang merupakan variabel yang merangkap endogen dan eksogen, sehingga semua variabel memainkan posisi yang jelas, baik sebagai variabel independen, dependen ataupun moderasi. Oleh karenanya metode statistik yang dapat digunakan adalah regresi berganda (*multiple linear regression*). Model persamaan regresi dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_m + b_5X_1X_m + b_6X_2X_m + b_7X_3X_m$$

Keterangan

Y = Intensi Menggunakan Produk Syariah

X1 = Potensi Ekonomi

X2 = Sikap

X3 = Preferensi keuntungan relatif

Xm = Kewajiban agama (*Religious Obligation*)

a = Intercept

b1-b7 = Koefisien

### **Definisi Operasional Variabel**

#### **Intensi Menggunakan Produk Syariah (Y)**

Intensi adalah skor yang diperoleh dari besarnya peluang seseorang untuk menggunakan bank berbasis syariah. Intensi diukur dengan skala likert 1-5 yang berasal dari indikator yang dikembangkan dari penelitian Amin (2011).

#### **Potensi Ekonomi (X1)**

Variabel potensi ekonomi diukur dengan menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Nasution (2006). Pernyataan ini diukur dengan menggunakan empat indikator yaitu jenis pekerjaan, jumlah pendapatan, jumlah pengeluaran dan aksesibilitas wilayah ekonomi terhadap produk syariah. Dari data yang dikumpulkan tersebut hanya jumlah pendapatan saja yang dijadikan data penghubung antar variabel dalam model penelitian statistik. Sementara jenis pekerjaan dan pengeluaran dijadikan data demografi dalam analisis tambahan.

#### **Sikap (X2)**

Sikap adalah suatu faktor dalam diri seseorang yang dipelajari untuk memberikan respon positif atau negatif (Amin, 2011). Sikap merupakan faktor psikologis penting yang perlu dipahami, karena mempunyai korelasi yang positif dan kuat terhadap perilaku.

#### **Preferensi Keuntungan Relatif (X3)**

Preferensi adalah ketertarikan masyarakat Kota Pekanbaru terhadap jasa yang ditawarkan oleh perbankan syariah. Khususnya dari segi keuntungan relatif. Preferensi diukur dengan menggunakan instrumen

yang dikembangkan oleh Nasution (2006). Pernyataan ini diukur dengan menggunakan dua indikator yaitu besar porsi bagi hasil bank syariah dibandingkan dengan tingkat bunga yang diberikan bank konvensional, serta penggunaan prinsip-prinsip syariah dalam perbankan syariah. Preferensi keuntungan relatif diukur dengan skala likert 1 sampai 5.

### **Kewajiban Agama (*Religious Obligations*) (Xm)**

Kewajiban agama adalah suatu aspek budaya terpenting yang mempengaruhi perilaku konsumen. Maka, dapat disimpulkan bahwa sikap berpengaruh terhadap intensi masyarakat untuk menggunakan bank berbasis syariah jika dimoderasi dengan variabel kewajiban agama. Indikator kewajiban agama diperoleh dari penelitian Amin (2011) dengan menggunakan lima poin skala likert.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Deskriptif**

Data diperoleh dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan secara langsung kepada responden pada setiap Bank Syariah dengan cara peneliti turun ke lapangan dan membagikan kuesioner tertulis langsung kepada responden yang menjadi sampel (*personal administered questionnaires*). Responden perempuan sebanyak 69 orang dengan persentase sebesar 58 %, sedangkan responden laki-laki sebanyak 51 orang atau sebesar 42%. Responden yang berumur 20-29 tahun sebanyak 11 orang atau sebesar 9,2%, 30-39 tahun sebanyak 41 orang atau 34,2%, 40-49 tahun sebanyak 46 orang atau 38,2% dan  $\geq$  50 tahun sebanyak 22 orang atau

18,4%. Sebagian besar responden berpendidikan Strata Satu (S1) yaitu sebanyak 68 orang atau sebesar 57%. Responden yang memiliki status menikah lebih dominan daripada yang belum menikah. Rata-rata responden yang sudah lama menjadi nasabah selama lebih dari 3-6 tahun. Sebagian besar responden beragama Islam yaitu sebanyak 118 orang atau 98%. Sedangkan responden yang beragama Non-Islam hanya berjumlah 2 orang atau 2%.

### **Uji Kualitas Data**

Uji reliabilitas data dilakukan dengan mengamati nilai *Cronbachs alpha*. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbachs alpha*  $>$  0.60 (Ghozali, 2007).

Uji validitas dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan melakukan korelasi *bivariate* antara masing-masing skor indikator dengan total konstruk.

### **Uji Normalitas Data**

Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Sekumpulan data dari suatu variabel dikatakan normal, jika nilai *Kolmogorov-Smirnov* yang diperoleh dari analisis statistik yang dilakukan tidak signifikan.

### **Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Model dinyatakan terbebas dari gangguan multikolinearitas jika

mempunyai nilai VIF di bawah 10 atau *tolerance* di atas 0,1.

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika mempunyai nilai *tolerance* di bawah 1 dan nilai VIF di bawah 10. Dari hasil perhitungan diperoleh bahwa semua variabel bebas memiliki nilai *tolerance* berada di bawah 1 dan nilai VIF jauh di bawah angka 10.

### Uji Autokorelasi

Dalam uji ini nilai *Durbin-Watson* yang diperoleh sebesar 1,973 sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari autokorelasi.

### Uji Heterokedastisitas

Pengujian varians dalam penelitian ini menggunakan Uji *Glejser*. Uji ini mengusulkan untuk meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen.

### Hasil Pengujian Model Regresi

Dalam penelitian ini dilakukan analisis regresi untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hal ini dilakukan dengan membandingkan antara *t* hitung dan *t* tabel. Jika *t* hitung > *t* tabel, maka model regresi yang digunakan dapat diterima. Sebaliknya jika *t* hitung < *t* tabel, maka model regresi yang digunakan ditolak.

**Tabel 2**  
**Hasil Pengujian Regresi Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Un Std. Coefficients	Std. Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

		r				
1	(Constant)	.639	.014		2.612	.000
	X1	.120	.008	.011	2.556	.018
	X2	.231	.002	.001	2.116	.003
	X3	.035	.005	.004	1.914	.014
	Xm	.272	.000	.006	2.091	.007
	X1.Xm	.011	.000	.009	1.159	.012
	X2.Xm	.230	.000	.000	1.223	.001
	X3.Xm	.137	.003	.023	1.994	.001

a. Dependent Variable: Y

Sumber: *Data Primer Diolah, 2017*

Berdasarkan Tabel 2 di atas, diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,639 + 0,120X_1 + 0,231X_2 + 0,035X_3 + 0,272X_m + 0,011X_1 X_{m1} + 0,230 X_2 X_m + 0,137X_3 X_m$$

### Pembahasan Hasil Uji Hipotesis

Pada bagian ini akan dikemukakan pembahasan yang merupakan pengujian hipotesis terhadap hasil penelitian. Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan program SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 3**

**Hasil Pengujian Hipotesis**

Hipotesis	B	P value	Kesimpulan
H1a	0,120	0,018	Berpengaruh
H1b	0,011	0,012	Berpengaruh
H2a	0,018	0,003	Berpengaruh
H2b	0,230	0,001	Berpengaruh
H3a	0,035	0,014	Berpengaruh
H3b	0,137	0,001	Berpengaruh

Sumber: *Data Primer Diolah, 2017*

### Pengaruh Potensi Ekonomi Terhadap Intensi Penggunaan Produk Bank Syariah (H1)

Hasil pengujian yang dilakukan atas hubungan potensi ekonomi baik secara langsung (H<sub>1a</sub>) ataupun dengan moderasi kewajiban agama (H<sub>1b</sub>) menunjukkan adanya dukungan atas seluruh hipotesis yang diusulkan. Ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari nilai alpha 5%.

Potensi ekonomi dapat didefinisikan sebagai kemampuan ekonomi yang dimiliki oleh masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik kebutuhan pokok, sekunder, tersier hingga pada aksesibilitas dan komunikasi yang diperoleh dari kemampuan ekonomi tersebut. Defenisi ini dikembangkan dari penelitian Aiyub (2007) dan Ratnawati, dkk. (2004). Potensi ekonomi terbukti dapat mempengaruhi intensi seseorang untuk menggunakan produk syariah. Hal ini dimungkinkan karena pada saat potensi ekonomi tinggi, masyarakat umumnya tidak lagi berupaya meningkatkan ekonominya dengan memanfaatkan sistem riba yang terdapat pada bank konvensional (Sukiyadi, 2010).

Kewajiban agama sebagai pemoderasi hubungan potensi ekonomi terhadap intensi penggunaan produk syariah juga mendapat dukungan ( $H_{1b}$ ). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ratnawati, dkk. (2004) yang menyatakan bahwa umumnya masyarakat dengan penghasilan tinggi cenderung akan menggunakan produk bank syariah dibanding masyarakat berpenghasilan rendah. Hasil yang sama juga ditunjukkan dari kajian Bank Indonesia tahun 2004 pada wilayah Kalimantan Selatan.

### **Pengaruh Sikap Terhadap Intensi Penggunaan Produk Bank Syariah ( $H_2$ )**

Hasil yang seragam dengan hipotesis pertama juga ditunjukkan oleh hipotesis kedua, dimana sikap memiliki pengaruh baik langsung ataupun dengan moderasi kewajiban agama terhadap intensi

penggunaan produk bank syariah. Sikap dalam penelitian ini didefinisikan sebagai suatu faktor dalam diri seseorang yang dipelajari untuk memberikan respon positif atau negatif (Amin, 2011). Sikap merupakan faktor psikologis penting yang perlu dipahami, karena mempunyai korelasi yang positif dan kuat terhadap perilaku. Menurut Allport (Tatik Suryani, 2008), sikap adalah suatu predisposisi yang dipelajari untuk merespon terhadap suatu obyek dalam bentuk rasa suka atau tidak suka. Oleh karenanya dukungan pengaruh sikap terhadap dorongan menggunakan produk syariah dikarenakan adanya rasa suka individu terhadap agama dan konsep syariah maka diyakini intensi menggunakan bank berbasis syariah juga akan semakin tinggi, namun jika sebaliknya, maka intensi tersebut juga akan semakin menurun ( $H_{2a}$ ).

Kewajiban agama (*religious obligation*) tidak akan terlepas dari aspek keagamaan yang merupakan faktor internal seseorang dalam melakukan suatu perilaku terutama dalam memilih produk berbasis syariah. Tingkat kewajiban agama seseorang berbeda-beda, tergantung seberapa taat seseorang tersebut terhadap agama. Menurut Delener (1994) kewajiban agama merupakan suatu aspek budaya terpenting yang mempengaruhi perilaku konsumen. Oleh karenanya dukungan kewajiban agama sebagai pemoderasi hubungan antara sikap dan intensi menggunakan produk bank syariah dimungkinkan karena ketika seseorang menyukai agama, dan agama disadari mempengaruhi perilaku konsumen, maka kewajiban agama akan mampu memperkuat dorongan intensi masyarakat untuk

menggunakan bank berbasis syariah jika dimoderasi dengan variabel kewajiban agama (H<sub>2b</sub>).

### **Pengaruh Preferensi Keuntungan Relatif Terhadap Intensi Penggunaan Produk Bank Syariah (H3)**

Hasil pengujian hipotesis berkaitan dengan pengaruh preferensi keuntungan relatif terhadap intensi penggunaan produk bank syariah menunjukkan bahwa terdapat dukungan pada pengaruh langsung preferensi keuntungan relatif terhadap intensi penggunaan produk bank syariah (H<sub>3a</sub>), dan pengaruh yang di moderasi oleh Kewajiban agama (H<sub>3b</sub>).

Assael (1992) mendefinisikan preferensi sebagai kesukaan, pilihan atau sesuatu yang lebih disukai konsumen (Kotler, 2005). Preferensi konsumen didefinisikan sebagai pilihan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu produk barang atau jasa yang dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada (Kotler, 2004). Derajat kesukaan diperoleh dari pengalaman terhadap produk tertentu dan dapat berpengaruh kuat terhadap preferensi.

Preferensi juga dapat didefinisikan sebagai keuntungan relatif, kompatibilitas, kompleksitas dan triabilitas/observabilitas. Konsep definisi ini merupakan pengembangan dari penelitian Aiyub (2007). Preferensi dalam pemilihan produk memiliki berbagai atribut, diantaranya adalah keuntungan relatif, kompatibilitas, kompleksitas, aksesibilitas, dan observabilitas (Wulandari, 2003). Dalam penelitian

ini atribut yang digunakan untuk mengukur preferensi adalah keuntungan relatif.

Keunggulan Relatif (*relative advantage*) adalah derajat dimana suatu inovasi dianggap lebih baik atau unggul dari yang pernah ada sebelumnya. Keunggulan relative juga dapat didefinisikan sebagai sampai tingkat mana inovasi itu tampak lebih unggul daripada produk yang sudah ada. Sementara Dini (2007) mendefinisikan keuntungan relatif sebagai bagi hasil yang diperoleh oleh nasabah bank syariah.

Bagi umat islam di Indonesia pilihan akan produk syariah sangat terbuka luas dan sangat mudah diakses untuk dinilai kompatibilitas dan keuntungan relatifnya (Nasution, 2009). Oleh karenanya dukungan hipotesis H<sub>3a</sub> di atas sangat memungkinkan karena diyakini bahwa ketika bank syariah memiliki keunggulan relatif yang lebih tinggi dibandingkan bank konvensional, terutama pada sisi non riba, maka intensi masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah juga diduga akan meningkat. Pandangan lain yang dapat disampaikan adalah bahwa kepatuhan dalam menerapkan prinsip agama dapat mempengaruhi preferensi seseorang. Bahkan dalam kasus tertentu kepatuhan yang tinggi akan agama (*religious obligation*) yang tinggi justru dapat menekan preferensi seseorang untuk melakukan pemilihan produk berdasarkan aturan agama yang dipercayainya. Sehingga pada saat preferensi akan produk syariah meningkat dengan tingkat *religious obligation* yang tinggi maka intensi menggunakan bank berbasis syariah juga akan meningkat. Pernyataan di

atas merupakan dukungan atas kewajiban agama sebagai pemoderasi hubungan preferensi keuntungan relative terhadap intensi penggunaan produk syariah (H<sub>3b</sub>).

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

1. Potensi ekonomi baik secara langsung (H<sub>1a</sub>) ataupun dengan moderasi kewajiban religi (H<sub>1b</sub>) menunjukkan pengaruh terhadap intensi penggunaan produk bank syariah.
2. Sikap terbukti berpengaruh terhadap intensi penggunaan produk syariah, baik secara langsung (H<sub>2a</sub>), maupun tidak langsung dengan moderasi kewajiban agama (H<sub>2b</sub>).
3. Dukungan pengaruh Preferensi Keuntungan Relatif secara langsung (H<sub>3a</sub>) dan dengan moderasi Kewajiban agama (H<sub>3b</sub>) dimungkinkan karena produk bank syariah dianggap lebih unggul dibandingkan produk bank konvensional dari sisi ekonomi dan aturan agama, sehingga memperkuat dorongan untuk menggunakan produk berbasis syariah tersebut.

### Saran

1. Jumlah sampel yang digunakan sebaiknya dikembangkan, tidak hanya pada bank umum syariah saja, namun juga memasukkan institusi keuangan syariah lainnya, seperti Unit-Unit Syariah (UUS) dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS).
2. Metode pengambilan sampel sebaiknya menggunakan

metode yang lebih terstruktur, seperti purposive random sampling, dengan mengkluster nasabah bank syariah menjadi berdasarkan produk yang di tawarkan bank syariah tersebut.

3. Memasukkan indikator-indikator lainnya yang berhubungan potensi ekonomi tersebut, seperti jumlah pengeluaran dan akses terhadap sumber ekonomi.
4. Penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan variabel lainnya dalam mengamati faktor yang mempengaruhi intensi penggunaan produk berbasis syariah tersebut, seperti atribut preferensi lainnya, pendidikan, agama, gender dan lainnya.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abdulah Ali, *Agama dalam perspektif Sosiologi Antropologi*, STAIN Cirebon: 2005.
- Abdullah, Firdaus ., *et. al.* 2011. "Managing Costumer Preference For The Food Service Industry" *International Journal Of Innovations, Management, And Technology*, Vol 2 No 6.
- Aiyub. 2007. *Analisis Perilaku Masyarakat Terhadap Keinginan Menabung Dan Memperoleh Pembiayaan Pada Bank Syariah Di Nanggroe Aceh Darussalam*. Jurnal E-Mabis FE-Unimal, Volume 8, Nomor 1.

- Amin, Hanudin. 2011. *Determinants Of Customers' Intention To Use Islamic Personal Financing The Case Of Malaysian Islamic Banks*. Journal Of Islamic Accounting And Business Research. Vol 2 No 1.
- Apostolik, Richard., Donohue C., Went, Peter (2009), *Foundation of Banking Risk : An overview of Banking, Banking Risks, and Risk-based Banking Regulation*, John Wiley & Sons, Inc
- Bank Indonesia. 2015. *Laporan perekonomian indonesia 2015*. ([http://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan-tahunan/perekonomian/Documents/3\\_Bagian\\_I.pdf](http://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan-tahunan/perekonomian/Documents/3_Bagian_I.pdf) diunduh 15 agustus 2016, 14.23, di Pekanbaru)
- Bank Indonesia. 2015. Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Tahun 2013. ([www.ojk.go.id/id/data-dan-statistik/ojk/Documents/LPK\\_S2013\\_1410943461.pdf](http://www.ojk.go.id/id/data-dan-statistik/ojk/Documents/LPK_S2013_1410943461.pdf) diunduh 7 juni 2016, 13.55, di Pekanbaru)
- Bank Indonesia. 2015. Analisis Triwulanan Perkembangan Moneter, Perbankan Dan Sistem Pembayaran Triwulan Iii 2015. (<http://www.bi.go.id/id/publikasi/jurnal-ekonomi/Documents/Analisis%20Triwulanan%20Perkembangan%20Moneter,%20Perbankan%20dan%20Sistem%20Pembayaran%20Triwulan%200III-2015.pdf> diunduh 15 juni 2016, 15.54, di Pekanbaru)
- Bank Indonesia. 2015. Statistik perbankan indonesia. (<http://www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/indonesia/Default.aspx> diunduh 25 juni 2016, 12.35, di Pekanbaru)
- Bank Indonesia. 2004. *Potensi, Preferensi Dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syariah Di Wilayah Kalimantan Selatan*.
- Drs. Ec. H. Tjuk K Sukiadi. 2010. *Peluang Dan Kendala Pengembangan Ekonomi Islam Di Indonesia* (<http://ekisopini.blogspot.co.id/2010/02/peluang-dan-kendala-pengembangan.html> diunduh 6 juni 2016, 15.32, di Pekanbaru)
- Engel, F.J., Blackwell, D.R. dan Miniard, P.W. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed). Ohio: Thomson/South-Western
- E-Syariah. 2010. *Perkembangan Bank Syariah di Indonesia*. (<https://cintasyariah.wordpress.com/2010/02/25/perkembangan-bank-syariah-di-indonesia/> diunduh 11 Maret 2016, 19.25, di Pekanbaru)
- Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1 Tahun 2004 Tentang Bunga (Interest/Fa'idah)*. (<https://saripedia.wordpress.com>

om/tag/fatwa-mui-no-1-tahun-2004/ diunduh 17 mei 2016, 15.50, di Pekanbaru)

- Fetzer, John E. 1999. *Multidimensional Measurement Of Religiousness / Spirituality For Use In Health*. Kalamazo: John E. Fetzer Institute.
- Fishbein, M. Dan Ajzen, I. 1975. *Belief, Attitude, Intention And Behavior: An Introduction Theory And Research*. United States: Addison Wesley pub.co.
- Joshi, Neha. 2012. "A Study on Costumer Preference and Satisfaction towards Restaurant in Degradun City" *Global journal of Management and Business research vol 12 issues 21 version 1.0.*
- Ratnawati, Anni., Saefudin, Asep., Surya, Dwi Widiyanto., Sumardjo., Wijayanto, Hari., Sumerta, Jaya Made., Sumedi., Murniati, Debra. 2004. *Potensi, Preferensi Dan Perilaku Masyarakat Terhadap Bank Syariah Di Wilayah Jawa Barat*.
- Rogers, Everett M. 1983. *Diffusion Ofninnovation. Canada: The Free Press Of Macmillan Publishing.Co*
- [Www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)
- Widyaningsih, 2005. *Bank Dan Asuransi Islam Di Indonesia*. Jakarta: Kencana.