

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Profil Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri yang berdomisili di Yogyakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner secara *online* berjumlah 124 responden dengan cara personal chat menggunakan aplikasi (Facebook, Line, Whatsapp) kepada nasabah Bank Mandiri Syariah dan secara *offline* atau langsung memberikan kuisoner yang berjumlah 26 responden. Jumlah kuesioner yang diberikan kepada responden untuk diisi sebanyak 150 kuesioner. Adapun rekapitulasi penyebaran kuesioner dapat dilihat dari Tabel 4.1:

Tabel 4.1 Rincian Penyebaran Kuisioner

No.	Dasar Klarifikasi	Jumlah
1	Kuesioner yang disebar	150 kuesioner
2	Kuesioner yang kembali	150 kuesioner
3	Kuesioner yang dapat di olah	150 kuesioner

Sumber: Data primer yang di olah, 2018

Berdasarkan keterangan dari Tabel 4.1 diatas diketahui bahwa kuesioner yang disebar kepada nasabah Bank Syariah Mandiri di Yogyakarta sebanyak 150 kuesioner dan seluruh kuesioner yang kembali sesuai dengan kuesioner yang semula disebar.

B. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dideskripsikan karakteristik responden berdasarkan usia, pekerjaan, lama menjadi nasabah, pendidikan, pengeluaran per bulan, nasabah Bank Syariah Mandiri yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.2
Deskripsi Responden

Karakteristik Responden	Keterangan	Total Responden	Persentase	Jumlah
Usia	18-25	28	18.7%	100%
	26-35	63	42.0%	
	36-45	47	31.3%	
	>45	12	8.0%	
	Total	150		
Pekerjaan	PNS	30	20.0%	100%
	Wirausaha	23	15.3%	
	Polisi	10	6.7%	
	Karyawan Swasta	50	33.3%	
	Guru	17	11.3%	
	Pelajar	20	13.3%	
	Total	150		
Lama Menjadi Nasabah Bank	1-5 tahun	29	19.3%	100%
	6-10 tahun	81	54.0%	
	11-15 tahun	40	26.7%	
	Total	150		
Pendidikan	SD	0	0%	100%
	SMP	0	0%	
	SMA	47	31.3%	
	Diploma	13	8.7%	
	S1	78	52.0%	
	S2	12	8.0%	
	Total	150		
Pengeluaran Tiap Bulan	<Rp 2.500.000	18	12.0%	100%
	Rp 2.500.000 s/d Rp 5.000.000	30	20.0%	
	Rp 5.000.000 s/d Rp 7.500.000	40	26.7%	
	Rp 7.500.000 s/d Rp 10.000.000	32	21.3%	
	> 10.000.000	30	20.0%	
	TOTAL	150		

Sumber: Data primer yang dilolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan usia nasabah Bank Syariah Mandiri, sebagian besar adalah responden termasuk dalam kategori 26-35 tahun yaitu sebanyak 63 responden (42,0%). Untuk karakteristik responden berdasarkan pekerjaan nasabah Bank Syariah Mandiri, sebagian besar adalah responden termasuk dalam kategori karyawan swasta yaitu sebanyak 50 responden (33,3%). Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah Bank Syariah Mandiri, sebagian besar adalah responden termasuk dalam kategori 6-10 tahun yaitu sebanyak 81 responden (54,0%).

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan nasabah Bank Syariah Mandiri, sebagian besar adalah responden termasuk dalam kategori S1 yaitu sebanyak 78 responden (52,0%). Yang terakhir karakteristik responden berdasarkan pengeluaran tiap bulan nasabah Bank Syariah Mandiri, sebagian besar adalah responden termasuk dalam kategori Rp 5.000.000 s/d Rp 7.500.000 yaitu sebanyak 40 responden (26,7%).

C. Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Hal yang dilakukan sebelum menunjukkan bahwa semua indikator pernyataan layak dijadikan instrumen penelitian adalah melakukan uji sampel besar sebanyak 40 responden. Jika r hitung $>$ r tabel maka pernyataan tersebut valid. Sedangkan jika r hitung $<$ r tabel maka pernyataan tersebut tidak valid, dan dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,6. Berikut ini adalah hasil uji validitas dan reliabilitas:

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas dari Item – Item Variabel Penelitian

Variabel	Item Pertanyaan	Pearson Correlation (R hitung)	Reliabilitas
Kesadaran Halal	Mencari referensi tentang konsep halal.	0.720*	0.716
	Menghindari produk yang meragukan.	0.698*	
	Tenang menggunakan produk halal.	0.658*	
	Selalu menggunakan produk halal.	0.740*	
	Menggunakan produk halal penting	0.608*	
Sertifikasi Syariah	Sertifikasi syariah merupakan aspek penting	0.486*	0.610
	Lebih memilih bank bersertifikat syariah	0.691*	
	Hanya memilih bank berdasarkan pada sertifikasi syariah.	0.745*	
	Terdapat sertifikat syariah dalam bank penting.	0.404*	
	Tidak ragu menggunakan bank bersertifikat syariah	0.829*	
Pengetahuan Halal	Memahami hukum halal pada bank syariah.	0.558*	0.666
	Mengetahui hal apa saja yang dilarang agama.	0.484*	
	Mengetahui perbedaan bank yang dibolehkan dalam agama islam.	0.808*	
	Memahami tentang apa itu sertifikat syariah.	0.808*	
	Menggali informasi mengenai sertifikat syariah.	0.596*	
Kepercayaan Agama	Bergabung di lingkungan sosial religius.	0.726*	0.768
	Mengikuti kegiatan keagamaan.	0.783*	
	Sering membaca kajian-kajian.	0.784*	
	Menonton program religi di televisi.	0.696*	
	Membayar zakat.	0.649*	
Niat Perilaku	Tidak tertarik dengan bank selain bank syariah.	0.613*	
	Rekomendasikan teman mgunakan bank bersertifikat syariah.	0.897*	

Variabel	Item Pertanyaan	Pearson Correlation (R hitung)	Reliabilitas
	Rekomendasikan keluarga gunakan bank sertifikat syariah.	0.588*	0.789
	Tetap gunakan bank bersertifikat syariah di masa datang.	0.708*	
	Akan merekomendasikan produk halal pada orang lain.	0.897*	

* Signifikan pada 0,312

Sumber: hasil olah data 2018

Berdasarkan hasil uji validitas dengan jumlah 40 responden dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan mengenai kesadaran halal, sertifikasi syariah, pengetahuan halal, kepercayaan agama dan niat perilaku yang diajukan untuk responden nasabah Bank Syariah Mandiri adalah valid karena hitung $>$ r tabel (0.312), sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan yang ada dalam kuesioner tersebut dapat dikatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

Dari hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.3 dapat diketahui dari 40 responden, nilai Cronbach's Alpha pada variabel kesadaran halal sebesar 0,716, sertifikasi syariah sebesar 0,610, pengetahuan halal sebesar 0,666, kepercayaan agama sebesar 0,768 dan niat perilaku sebesar 0,789, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam pernyataan dinyatakan reliabel karena telah memenuhi nilai yang disyaratkan yaitu dengan nilai Cronbach Alpha $>$ 0,6.

D. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi linear berganda yang akan menguji empat hipotesis, yaitu

H1: Pengaruh kesadaran halal terhadap niat perilaku

H2: Pengaruh sertifikasi syariah terhadap niat perilaku

H3: Pengaruh pengetahuan halal terhadap niat perilaku

H4: Pengaruh kepercayaan agama terhadap niat perilaku

Dalam penelitian ini, variabel independen adalah kesadaran halal (X1) sertifikasi syariah (X2), pengetahuan halal (X3), kepercayaan agama (X4) dan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel dependen. Pengolahan data dilakukan dengan program SPSS versi 21.0. Pada model analisis regresi linier berganda akan diuji secara simultan (uji F) maupun secara parsial (uji t). Ketentuan uji signifikansi uji F dan uji t adalah sebagai berikut:

Menerima H_a : jika probabilitas (p) $\leq 0,05$ artinya Kesadaran Halal, Sertifikasi Syariah, Pengetahuan Halal dan Kepercayaan Agama secara simultan maupun parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Niat Perilaku.

Ringkasan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan dapat dilihat dalam Tabel 4.4:

Tabel 4.4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B	t hitung	Sig t	Keterangan
Kesadaran Halal	0.174	2.049	0.042	Signifikan
Sertifikasi Syariah	0.247	2.620	0.010	Signifikan
Pengetahuan Halal	0.260	2.635	0.009	Signifikan
Kepercayaan Agama	0.218	2.499	0.014	Signifikan
F hitung	76.931			
Sig F	0.000			
Adjusted R Square	0.671			

Sumber : Data primer 2018

Dari hasil analisis regresi linear berganda pada Tabel 4.4, maka dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,174X_1 + 0,247X_2 + 0,260X_3 + 0,218X_4 + e$$

1. Uji Regresi Simultan (uji F)

Berdasarkan Regresi Simultan, diperoleh nilai F-hitung sebesar 76,931 dengan probabilitas (p) = 0,000. Dari hasil ketentuan uji F dimana nilai probabilitas (p) ≤ 0,05, maka dapat dikatakan bahwa kesadaran halal, sertifikasi syariah, pengetahuan halal dan kepercayaan agama secara simultan mampu memprediksi niat perilaku.

2. Uji Regresi Parsial (uji t)

a. Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Niat Perilaku

Berlandaskan pada uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,049 koefisien regresi (beta) 0,174 dengan probabilitas (p) = 0,42. Bersumber pada hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) ≤ 0,05 dapat disimpulkan bahwa kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku. Ini menunjukkan semakin baik kesadaran halal dari

nasabah bank syariah mandiri secara otomatis akan mampu meningkatkan niat perilaku nasabah Bank Syariah Mandiri.

b. Pengaruh Sertifikasi Syariah Terhadap Niat Perilaku

Berdasarkan uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,620 koefisien regresi (beta) 0,247 dengan probabilitas (p) = 0,010. Dari hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) \leq 0,05 dapat diketahui sertifikasi syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku. Ini menunjukkan semakin baik sertifikasi syariah dari nasabah bank syariah mandiri secara otomatis akan mampu meningkatkan niat perilaku nasabah Bank Syariah Mandiri.

c. Pengaruh Pengetahuan Halal Terhadap Niat Perilaku

Bersumber pada uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,635 koefisien regresi (beta) 0,260 dengan probabilitas (p) = 0,009. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) \leq 0,05 dapat disimpulkan bahwa pengetahuan halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku. Ini menunjukkan semakin baik pengetahuan halal dari nasabah Bank Syariah Mandiri secara otomatis akan mampu meningkatkan niat perilaku nasabah Bank Syariah Mandiri.

d. Pengaruh Kepercayaan Agama Terhadap Niat Perilaku

Berlandaskan pada uji regresi parsial, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,499 koefisien regresi (beta) 0,218 dengan probabilitas (p) = 0,014. Dari hasil olah data dimana nilai probabilitas (p) \leq 0,05 dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan Agama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat

Perilaku. Ini menunjukkan semakin baik Kepercayaan Agama dari nasabah Bank Syariah Mandiri secara otomatis akan mampu meningkatkan Niat Perilaku nasabah Bank Syariah Mandiri.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Besar pengaruh kesadaran halal, sertifikasi syariah, pengetahuan halal dan kepercayaan agama secara simultan terhadap niat perilaku ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,671. Hal ini berarti, 67,1% variasi variabel Niat Perilaku dipengaruhi oleh variasi variabel kesadaran halal, sertifikasi syariah, pengetahuan halal dan kepercayaan agama. Dan sisanya 32,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diuji dalam model.

E. Pembahasan

1. Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Niat Perilaku Nasabah Bank Syariah Mandiri

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesadaran halal berpengaruh positif terhadap niat perilaku nasabah Bank Syariah Mandiri. Hal tersebut terbukti dengan nilai *t* hitung sebesar 2,049 dengan probabilitas 0,042 dimana angka tersebut signifikan karena ($p > 0,05$). Kesadaran adalah kemampuan untuk mengetahui, merasakan, dan dapat menyadari sebuah kejadian dan objek.

Kesadaran telah dihipotesiskan sebagai peranan penting dalam menentukan niat untuk memilih suatu produk. Golnaz et al. (2010) dalam penelitian mereka menemukan bahwa kesadaran akan prinsip produk halal

ditentukan oleh sikap positif. Dalam konteks dari penelitian saat ini, sikap positif adalah persepsi yang menguntungkan dari halal konsep dan kesadaran halal.

Keadaan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aziz dan Chok (2012) , yang meneliti tentang niat pembelian produk halal pada non muslim pada makanan. Dalam penelitiannya dapat ditemukan bahwa kesadaran halal berpengaruh langsung terhadap niat membeli konsumen

2. Pengaruh Sertifikasi Syariah Terhadap Niat Perilaku Nasabah Bank Syariah Mandiri

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, penelitian ini menunjukkan hasil bahwa sertifikasi syariah berpengaruh positif terhadap niat perilaku nasabah Bank Syariah Mandiri. Terbukti dengan adanya nilai t hitung sebesar 2,620 dengan probabilitas 0,010 dimana angka tersebut signifikan karena ($p < 0,05$). Bank syariah tumbuh di seluruh dunia, bukan hanya di negara-negara dengan mayoritas penduduk muslim seperti Indonesia, Malaysia, dan negara-negara timur tengah, melainkan di negara-negara dengan mayoritas penduduk non muslim seperti di Amerika Serikat, Inggris, Jerman, Australia dan lain-lain.

Ini menjadi bukti bahwa prinsip prinsip yang digunakan oleh bank syariah bisa diterima oleh masyarakat non muslim di seluruh dunia. Bahkan bank syariah di Indonesia, negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, dimana jumlah nasabah non muslimnya juga sudah cukup banyak (Wahyudi, 2014). Hasil ini sejalan dengan penelitian oleh Aziz dan Chok (2012), yang meneliti tentang niat pembelian produk halal pada non muslim pada makanan.

Pada penelitian tersebut dapat ditemukan bahwa sertifikasi halal berpengaruh langsung terhadap niat membeli konsumen.

3. Pengaruh Pengetahuan Halal Terhadap Niat Perilaku Nasabah Bank Syariah Mandiri

Sama halnya dengan hipotesis sebelumnya, pengetahuan halal berpengaruh positif terhadap niat perilaku nasabah Bank Syariah Mandiri. Keadaan tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 2,635 dengan probabilitas 0,009 dimana angka tersebut signifikan karena ($p < 0,05$). Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa yang dalam hal ini produk dan jasa bank syariah.

Pengetahuan konsumen memiliki efek yang berbeda pada perilaku konsumen, seperti pencarian informasi produk. Menurut Kusuma & Untarini (2014) jika pengetahuan seseorang mengenai suatu produk semakin tinggi maka akan semakin besar pengaruhnya terhadap sikap seseorang dalam niat untuk membeli produk tersebut dan juga sikap memiliki hubungan positif serta berpengaruh signifikan terhadap niat beli. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ambali dan Bakar (2013), meneliti tentang implikasi kebijakan dan kesadaran masyarakat akan produk halal di Malaysia. Dalam penelitian tersebut dapat ditemukan bahwa *Halal knowledge* berpengaruh langsung terhadap *Halal Awareness*.

4. Pengaruh Kepercayaan Agama Terhadap Niat Perilaku Nasabah Bank Syariah Mandiri

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kepercayaan agama berpengaruh positif terhadap niat perilaku nasabah Bank Syariah Mandiri. Hal tersebut terbukti dengan nilai t hitung sebesar 2,499 dengan probabilitas 0,014 dimana angka tersebut signifikan karena ($p < 0,05$). Agama adalah sistem yang bertujuan mengatur tata cara peribadatan dengan tuhan dan hubungan sesama manusia. Beberapa penelitian memperlihatkan adanya hubungan positif antara tingkat religiositas seseorang dengan perilaku konsumsi (Borzooei dan Maryam, 2013; Salehudin dan Lufthi, 2011; Soesilowati, 2010). Seseorang yang memiliki religiositas tinggi, perilaku konsumsinya akan cenderung sesuai dengan aturan agama.

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Ambali dan Bakar (2013), meneliti tentang implikasi kebijakan dan kesadaran masyarakat akan produk halal di Malaysia. Dalam penelitiannya dapat ditemukan bahwa *Religious believe* berpengaruh langsung terhadap *Halal Awarness*.