

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Laporan Penelitian

Desa wonorejo merupakan desa yang berada di dataran tinggi, karena wilayah tersebut hampir seluruh wilayah pemukimannya berada di daerah perbukitan. Desa wonorejo termasuk dalam wilayah kecamatan satui. Kabupaten tanah bumbu provinsi kalimantan selatan.

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Letak geografis desa wonorejo sebelah utara berbatasan dengan desa sumber makmur, sebelah timur berbatasan dengan desa sekapuk, sebelah selatan berbatasan dengan PT GMK sekapuk dulunya, dan sekarang dimekarkan menjadi sebuah desa persiapan al-kaustar dan sebelah barat berbatasan dengan desa jombang. Wilayah desa wonorejo berada pada ketinggian 15-30 dari permukaan laut dengan kelembaban 20°C, luas wilayah desa wonorejo 2.178,20 ha yang sebagian besar merupakan wilayah pertanian dan perkebunan luas wilayah desa wonorejo terdiri dari wilayah permukiman seluas 564 ha, wilayah persawahan 2 ha, wilayah kebun karet 10 ha, dan luas wilayah lahan kering 10 ha, namun secara garis besar wilayah desa wonorejo merupakan daerah dataran tinggi/ perbukitan, karena posisi rumah berada pada dataran tinggi/ perbukitan. Jumlah penduduk desa wonorejo untuk tahun 2016 ± 3.024 jiwa dengan jumlah penduduk laki-laki 1521 jiwa dan perempuan 1503 jiwa yang terbagi 927 KK. Dari jumlah tersebut jumlah kepala keluarga yang

tergolong sebagai rumah tangga miskin 81 KK(Sumber data: dokumen dari kantor Desa Wonorejo).

Mata pencaharian penduduk sebagai petani kelapa sawit mencapai 50% yang sebagian menjadi buruh petani kelapa sawit, kondisi ini sesuai dengan kondisi wilayah desa wonorejo sebagian besar merupakan lahan perkebunan dengan luas daratan yang sangat luas. Pendapatan penduduk rata-rata dianggap sudah mengalami peningkatan secara signifikan baik karena masyarakat selain berkebun/menjadi buruh di kebun. Selain berkebun kelapa sawit sebagian masyarakat yang dengan mata pencaharian berdagang sebagai tambahan penghasilan.

a. Geografis

Letak Geografis Desa Wonorejo sebagai berikut :

1. Tipologi Desa : Perkebunan
2. Tingkat Perkembangan Desa : Berkembang
3. Luas Wilayah : 2.184.45 Ha
4. Batas Wilayah :

Tabel 4.1

Utara	Desa Sumber Makmur/Desa Sumber Arum
Timur	PT. GMK/Desa Sekapuk/Desa Al-Kautsar
Selatan	Desa Jombang
Barat	Desa Sekapuk

Sumber: Dokumen dari Kantor Desa Wonorejo Tahun 2023

Orbitasi (Jarak dari Pusat Pemerintahan) :

1. Jarak dari Pusat Pemerintahan Kecamatan : 25 Km
2. Jarak dari Pusat Pemerintahan Kota : 180 Km
3. Jarak dari Kota/Ibukota Kabupaten : 100 Km
4. Jarak dari Ibukota Provinsi : 180 Km

b. Keadaan Penduduk

- 1) Jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.2

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Penduduk
1	Laki-laki	1.655 Jiwa
2	Perempuan	1.564 Jiwa
Jumlah		3.219 Jiwa

Sumber: Dokumen dari Kantor Desa Wonorejo Tahun 2023

- 2) Jumlah penduduk berdasarkan usia

Tabel 4.3

No.	Usia	Jumlah Penduduk
1	Usia 0-15	1.033 Jiwa

2	Usia 15-65	1.213 Jiwa
3	Usia 65 keatas	973 Jiwa
	Jumlah	3.219 Jiwa

Sumber: Dokumen dari Kantor Desa Wonorejo Tahun 2023

3) Pekerjaan/Mata Pencaharian

- a. Karyawan :
 - 1). Pegawai Negeri Sipil : 38 Orang
 - 2). TNI/Polri : - Orang
 - 3). Swasta : 49 Orang
- b. Wiraswasta/Pedagang : 27 Orang
- c. Petani : 145 Orang
- d. Tukang : 53 Orang
- e. Buruh Tani : - Orang
- f. Pensiunan : 5 Orang
- g. Nelayan : - Orang
- h. Peternak : 10 Orang
- i. Jasa : - Orang
- j. Pengrajin : 3 Orang
- k. Pekerja Seni : - Orang
- l. Lainnya : - Orang

m. Tidak Bekerja/Penganggur : 43 Orang

2. Karakteristik Responden

Pada bagian ini mendeskripsikan bagaimana kondisi dari 100 responden yang terpilih, yang merupakan Masyarakat Muslim di Desa Wonorejo Kecamatan Satui yang berjumlah 3.219 Jiwa diambil 100 orang yang menggunakan bank konvensional. Data ini bertujuan untuk tambahan informasi pada bagian hasil dari penelitian yang dilakukan. Adapun hasil data yang didapatkan menunjukkan gambaran sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.5 Karakteristik Respon Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	F	%
1	Laki-Laki	47	47%
2	Perempuan	53	53%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Perolehan data dari penyebaran kuesioner, memperlihatkan responden yang berjenis kelamin perempuan memiliki frekuensi yang lebih besar, yaitu 53 responden atau 54%. Disisi lain frekuensi responden laki-laki hanya berada pada frekuensi 46 responden atau 47%. Hal ini menunjukkan masyarakat Muslim yang ditemui oleh penulis selama proses pengumpulan data lebih banyak perempuan.

b. Usia

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	F	%
1	18-21	14	14%
2	22-25	43	43%
3	26-30	28	28%
4	31-35	15	15%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa Masyarakat Muslim di Desa Wonorejo Kecamatan Satui yang menjadi responden, sebagian besar berada di umur 18-21 tahun dengan frekuensi 14 orang atau 14%. Selanjutnya responden dengan umur 22-25 tahun sebanyak 43 orang, yang berumur 26-30 tahun berjumlah 28 orang dan yang berumur 31-35 tahun sebanyak 15 orang.

c. Pekerjaan

Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	F	%
1	Mahasiswa	23	23%

2	Wiraswasta	12	12%
3	Pegawai Swasta	38	38%
4	PNS	6	6%
5	Lainnya	22	22%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Dari data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, dapat diketahui bahwa mahasiswa sebanyak 23 orang, wiraswasta 12 orang, pegawai swasta 38 orang, PNS 6 orang dan pekerjaan lainnya 22 orang. Jadi Masyarakat Muslim di Desa Wonorejo Kecamatan Satui yang memilih menggunakan bank konvensional yang lebih dominan adalah pegawai swasta.

d. Bank

Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Bank

No	BANK	F	%
1	BNI	24	24%
2	BRI	53	53%
3	BANK MANDIRI	17	17%

4	BTN	2	2%
5	BANK KALSEL	12	12%
6	BANK LAINNYA	6	6%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai data diatas, dapat diketahui bahwa pengguna atau nasabah dari BRI Konvensional memiliki frekuensi sebanyak 53 orang, dilanjutkan oleh BNI Konvensional sebanyak 24 orang, Bank Mandiri Konvensional sebanyak 17 orang, BTN sebanyak 2 orang, Bank Kalsel Konvensional sebanyak 12 orang dan yang terakhir bank konvensional lainnya berjumlah 6 orang. Jadi Masyarakat Muslim di Desa Wonorejo Kecamatan Satui menggunakan BRI Konvensional.

3. Deskripsi Variabel-Variabel yang diteliti

Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui pembagian kuesioner kepada responden, maka deskripsi mengenai Preferensi Masyarakat Muslim di Desa Wonorejo Kecamatan Satui memilih menabung di Bank Konvensional dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Variabel Budaya (X1)

Data yang didapatkan dari jawaban responden pada variabel budaya (X1) dapat dilihat pada tabel berikut:

1) Indikator kehormatan

Tabel 4.9 Indikator Kehormatan (X1.1)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	18	18%
2	TS	37	37%
3	N	41	41%
4	S	4	4%
5	SS	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai tabel tersebut menyatakan bahwa responden yang memberikan tanggapan netral berada pada jumlah yang paling banyak daripada alternatif jawaban lain, dengan jumlah pemilih 41 orang atau 41%, lalu yang memilih jawaban sangat tidak setuju 37 orang atau 37%, dilanjutkan pada pilihan sangat tidak setuju terdapat 18 responden atau 18%, orang dengan jawaban setuju ada 4 atau 4% dan untuk pilihan sangat setuju ada 0. Jadi, mayoritas responden netral terhadap pernyataan bahwa dengan memilih menabung di bank konvensional menjadikan seseorang terhormat di lingkungan sekitarnya.

2) Indikator Kedudukan

Tabel 4.10 Indikator Kedudukan (X1.2)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	12	12%
2	TS	38	38%
3	N	43	43%
4	S	6	6%
5	SS	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai tabel tersebut menyatakan bahwa responden yang memberikan tanggapan netral berada pada jumlah yang paling banyak daripada alternatif jawaban lain, dengan jumlah pemilih 43 orang atau 43%, lalu yang memilih jawaban tidak setuju 38 orang atau 38%, dilanjutkan pada pilihan sangat tidak setuju terdapat 12 responden atau 12%, orang dengan jawaban setuju ada 6 atau 6% dan untuk pilihan sangat setuju ada 1 orang atau 1%. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui mayoritas responden netral dengan pernyataan bahwa memilih menabung di bank konvensional karena alasan agar setara dengan masyarakat di perkotaan besar lainnya

3) Indikator Trend

Tabel 4.11 Indikator Trend (X1.3)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	8	8%
2	TS	18	18%
3	N	29	29%
4	S	34	34%
5	SS	11	11%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai dengan tabel yang tersedia diketahui bahwa tanggapan setuju berjumlah paling besar daripada pilihan jawaban lainnya, dengan jumlah pemilih 34 responden atau 34%, yang dilanjutkan oleh tanggapan netral yang mempunyai frekuensi 29 orang atau 29%, selanjutnya responden yang menjawab memilih tidak setuju dengan frekuensi pemilih 18 orang atau 18%, lalu pada pilihan sangat setuju dengan jumlah pemilih 11 orang atau 11%, terakhir ada pilihan sangat tidak setuju yang berjumlah 8 responden atau 8%. Dengan nilai tersebut, maka diperoleh kesimpulan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan, memilih menabung di bank konvensional karena

lebih menarik dan menjadi tren yang dapat digunakan kapan saja dan dimana saja.

4) Indikator geografis

Tabel 4.12 Indikator Geografis (X1.4)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	1	1%
2	TS	4	4%
3	N	22	22%
4	S	53	53%
5	SS	20	20%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai tabel yang tersedia menunjukkan tanggapan setuju mempunyai jumlah yang lebih besar daripada pilihan jawaban lainnya, dengan pemilih yang berjumlah 53 orang atau 53%, selanjutnya responden yang memilih netral ada 22 atau 22%, selanjutnya dengan pilihan sangat setuju ada 20 responden atau 20% dan untuk pilihan tidak setuju berjumlah 4 responden atau 4% dan sangat tidak setuju sebesar 1%. Berdasarkan nilai tersebut diperoleh kesimpulan, mayoritas

responden setuju dengan pernyataan bahwa memilih menabung di bank konvensional karena letaknya yang dekat dengan tempat tinggal.

b. Variabel Sosial (X2)

Data yang didapatkan dari tanggapan responden pada variabel kelas sosial (X2) dapat dilihat pada tabel berikut:

1) Indikator Kelompok Referensi

Tabel 4.13 Indikator Kelompok Referensi (X2.1)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	9	9%
2	TS	37	37%
3	N	24	24%
4	S	26	26%
5	SS	5	5%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai dengan tabel yang tersedia diketahui responden yang menjawab tidak setuju berada pada jumlah tertinggi dengan 37 responden atau 37%. Lalu disusul dengan responden yang menjawab setuju sebanyak 26 responden atau 26%, selanjutnya responden dengan pilihan netral dengan 24 responden atau 24%. Lalu dengan jawaban sangat tidak setuju 9 responden atau 9% dan yang terakhir ada jawaban sangat setuju sebanyak 5 responden atau 5%. Jadi mayoritas responden tidak setuju dengan pernyataan bahwa memilih menabung di bank konvensional karena anggota komunitas atau kelompoknya menggunakan bank konvensional.

2) Indikator Keluarga

Tabel 4.14 Indikator Keluarga (X2.2)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	23	23%
2	TS	48	48%
3	N	18	18%
4	S	10	10%
5	SS	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai tabel yang tersedia dapat diketahui jawaban tertinggi berada pada pilihan tidak setuju dengan jumlah 48 responden atau 48%. Lalu responden yang memilih sangat tidak setuju berjumlah 23 atau 23%, selanjutnya yang memilih netral ada 18 responden atau 18%. Lalu dengan pilihan setuju terdapat 10 responden atau 10% terakhir pada pilihan sangat setuju terdapat 1 responden. Jadi mayoritas responden memilih tidak setuju dengan pernyataan bahwa, memilih menabung di bank konvensional karena diharuskan oleh keluarga.

3) Indikator Jabatan

Tabel 4.15 Indikator Jabatan (X2.3)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	18	18%
2	TS	34	34%
3	N	22	22%
4	S	25	25%
5	SS	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai tabel tersedia diketahui tanggapan tertinggi berada pada pilihan tidak setuju dengan frekuensi 34 responden atau 34%. Lalu disusul oleh responden yang memilih setuju berjumlah 25 responden atau 25%, dilanjutkan pada pilihan netral terdapat 22 responden atau 22%. Lalu dengan jawaban sangat tidak setuju terdapat 18 responden atau 18%, terakhir pada pilihan sangat tidak setuju berjumlah 1 responden. Jadi mayoritas responden memilih tidak setuju dengan pernyataan yang menyatakan masyarakat memilih menabung di bank konvensional karena sesuai jabatan pekerjaan

4) Indikator Informasi

Tabel 4.16 Indikator Informasi (X2.4)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	2	2%
2	TS	10	10%
3	N	37	37%
4	S	43	43%
5	SS	8	8%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai tabel diatas diketahui pilihan tertinggi ada pada pilihan setuju yang berjumlah 43 responden atau 43%. Setelahnya disusul dengan pilihan netral terdapat 37 responden atau 37%, selanjutnya dengan jawaban tidak setuju dengan 10 responden atau 10%. Lalu dengan pilihan sangat setuju terdapat 8 responden atau 8% terakhir pada jawaban sangat tidak setuju terdapat 2 responden atau 2%. Jadi mayoritas responden memilih setuju dengan pernyataan bahwa, memilih menabung di bank konvensional karena informasi yang didapatkan.

5) Indikator Peran dan Status Sosial

Tabel 4.17 Indikator Peran dan Status Sosial (X2.5)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	16	16%
2	TS	51	51%
3	N	14	14%
4	S	16	16%
5	SS	3	3%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai tabel yang tersedia diketahui jawaban tertinggi berada pada pilihan tidak setuju dengan jumlah 51 responden atau 51%. Lalu dengan respon sangat tidak setuju dan setuju memiliki nilai responden yang sama yaitu 16 pemilih atau 16%, dilanjutkan pada pilihan netral terdapat 14 responden atau 14%. Lalu dengan jawaban sangat setuju terdapat 3 responden atau 3%. Jadi mayoritas responden memilih tidak setuju dengan pernyataan bahwa, memilih menabung di bank konvensional karena mengikuti orang tua.

c. Variabel Pribadi

Data yang didapat dari jawaban responden pada variabel kelompok referensi (X3) dapat dilihat pada tabel berikut:

1) Indikator Selera

Tabel 4.18 Indikator Selera (X3.1)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	0	0%
2	TS	10	10%
3	N	53	53%
4	S	31	31%
5	SS	6	6%

Total	100	100%
--------------	------------	-------------

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai tabel yang tersedia diketahui jawaban tertinggi berada pada pilihan netral dengan jumlah 53 responden atau 53%. Lalu responden yang menjawab setuju ada 31 pemilih atau 31%, dilanjutkan oleh pilihan tidak setuju terdapat 10 responden atau 10%. Lalu dengan jawaban sangat setuju terdapat 6 responden atau 6% terakhir pada jawaban sangat tidak setuju mempunyai 0 responden atau 0%. Jadi mayoritas responden memilih netral dengan pernyataan bahwa, memilih menabung di bank konvensional karena produk-produk yang ditawarkan sesuai dengan keinginannya.

2) Indikator Kebutuhan

Tabel 4.19 Indikator Kebutuhan (X3.2)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	1	1%
2	TS	2	2%
3	N	33	33%
4	S	45	45%
5	SS	20	20%

Total	100	100%
--------------	------------	-------------

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai tabel yang tersedia kita dapat mengetahui pilihan tertinggi ada pada tanggapan setuju yang berjumlah 45 responden atau 45%. Lalu responden yang memilih sangat netral ada 32 responden atau 32%, selanjutnya dengan jawaban sangat setuju dengan 20 responden atau 20%. Lalu dengan jawaban tidak setuju terdapat 1 responden atau 1%. Jadi mayoritas responden memilih setuju dengan pernyataan bahwa, memilih menabung di bank konvensional karena produk-produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhannya.

3) Indikator Penghasilan

Tabel 4.20 Indikator Penghasilan (X3.3)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	3	3%
2	TS	38	38%
3	N	38	38%
4	S	17	17%
5	SS	5	5%

Total	100	100%
--------------	------------	-------------

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai tabel yang disediakan diketahui pilihan tertinggi berada pada tanggapan netral dan tidak setuju yang berjumlah 38 responden atau 38%. Lalu responden yang memilih setuju sebanyak 17 responden atau 17%, selanjutnya pada pilihan sangat setuju dengan 5 responden atau 5%. Lalu dengan jawaban sangat tidak setuju ada 3 responden atau 3%, Jadi mayoritas responden memilih tidak setuju dan netral dengan pernyataan bahwa, memilih menabung di bank konvensional karena sesuai dengan penghasilannya.

4) Indikator Kepercayaan diri

Tabel 4.21 Indikator Kepercayaan Diri (X3.4)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	12	12%
2	TS	20	20%
3	N	59	59%
4	S	8	8%
5	SS	1	1%

Total	100	100%
--------------	------------	-------------

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai tabel yang tersedia diketahui jawaban tertinggi berada pada pilihan netral dengan jumlah 59 responden atau 59%. Lalu pada pilihan tidak setuju terdapat 20 responden atau 20%, dilanjutkan oleh pilihan sangat tidak setuju yang mempunyai 12 responden atau 12%. Lalu pada pilihan setuju terdapat 8 responden atau 8% serta sangat setuju 1 responden atau 1%. Jadi mayoritas responden memilih netral dengan pernyataan bahwa, memilih menabung di bank konvensional karena membuat lebih percaya diri.

5) Indikator Pekerjaan

Tabel 4.22 Indikator Pekerjaan (X3.5)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	3	3%
2	TS	10	10%
3	N	35	35%
4	S	15	15%
5	SS	18	18%

Total	100	100%
--------------	------------	-------------

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Dari tabel diatas diketahui yang menjadi pilihan tertinggi ialah jawaban netral dengan frekuensi 35 responden atau 35%. Kemudian dilanjutkan dengan pilihan sangat setuju yang berada diangka 18 responden atau 18%, selanjutnya dengan jawaban setuju dengan 15 responden atau 15%. Lalu responden yang memilih tidak setuju berjumlah 10 pemilih atau 10% serta yang terakhir pada jawaban sangat tidak setuju sebanyak 3 responden atau 3%. Jadi mayoritas responden memilih netral dengan pernyataan bahwa, memilih menabung di bank konvensional karena keperluan pekerjaan.

d. Variabel Psikologi

Data yang didapatkan dari hasil jawaban responden pada variabel psikologi (X4) dapat dilihat pada tabel berikut:

1) Indikator Motivasi

Tabel 4.23 Indikator Motivasi (X4.1)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	0	0%
2	TS	6	6%
3	N	49	49%

4	S	41	41%
5	SS	4	4%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai dengan tabel di atas diketahui responden paling banyak memilih pada pilihan netral dengan frekuensi 49 responden atau 49%. Kemudian pada pilihan setuju berada di frekuensi responden 41 atau 41%, selanjutnya dengan jawaban tidak setuju dengan 6 responden atau 6%. Lalu dengan jawaban sangat setuju mempunyai pemilih 4 responden atau 4% dan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%. Jadi mayoritas responden memilih netral dengan pernyataan bahwa, memilih menabung di bank konvensional karena kejelasan informasi yang didapatkan mengenai produk dari bank konvensional.

2) Indikator Persepsi

Tabel 4.24 Indikator Persepsi (X4.2)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	0	0%
2	TS	43	43%
3	N	42	42%

4	S	8	8%
5	SS	5	5%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai dengan tabel yang disediakan diketahui jawaban paling banyak dipilih ada pada jawaban tidak setuju yang memiliki frekuensi 43 responden atau 43%. Kemudian pada pilihan netral terdapat 42 responden atau 42%, selanjutnya dengan jawaban setuju dengan 8 responden atau 8%. Lalu dengan jawaban sangat setuju ada 5 responden atau 5%. Jadi mayoritas responden memilih tidak setuju dengan pernyataan bahwa, memilih menabung di bank konvensional karena memiliki persepsi yang baik mengenai bank konvensional.

3) Indikator Pengalaman

Tabel 4.25 Indikator Pengalaman (X4.3)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	1	1%
2	TS	4	4%
3	N	25	25%
4	S	55	55%

5	SS	14	14%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai dengan hasil pada tabel diatas, jawaban dengan angka tertinggi ada pada pilihan setuju dengan frekuensi 55 responden atau 55%. Kemudian dengan jawaban netral dengan 25 responden atau 25%, selanjutnya yang memilih tanggapan sangat setuju ada 14 responden atau 14%, dan yang terakhir dengan jawaban tidak setuju mendapatkan 4 responden atau 4% serta sangat tidak setuju 1 responden atau 1%. Jadi mayoritas responden memilih setuju dengan pernyataan bahwa, memilih menabung di bank konvensional karena merasa nyaman dan aman selama menggunakannya.

e. Variabel Preferensi Masyarakat Muslim

Data yang didapatkan dari hasil jawaban responden pada variabel preferensi masyarakat muslim (Y) dapat dilihat pada tabel berikut:

1) Indikator Imbalan

Tabel 4.26 Indikator Imbalan (Y1.1)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	8	8%

2	TS	32	32%
3	N	56	56%
4	S	4	4%
5	SS	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai dengan tabel yang tersedia diatas, pilihan netral dengan jumlah 56 responden atau 56% menjadi jawaban dengan angka frekuensi tertinggi. Selanjutnya yang menjawab tidak setuju terdapat 32 responden atau 32%, dilanjutkan pada jawaban sangat tidak setuju terdapat 8 responden atau 8%. lalu dengan jawaban setuju dengan frekuensi 4 responden atau 4%, dan sangat setuju dengan responden 0 atau 0%. Jadi mayoritas responden memilih netral dengan pernyataan bahwa, memilih menabung di bank konvensional karena tingkat bunga yang diberikan lebih besar daripada bagi hasil pada bank syariah.

2) Indikator Keamanan

Tabel 4.27 Indikator Keamanan (Y1.2)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	0	0%

2	TS	2	2%
3	N	33	33%
4	S	65	65%
5	SS	0	0%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai dengan tabel yang tersedia diatas pilihan setuju mendapatkan jumlah 65 responden atau 65% menjadikannya sebagai jawaban yang paling banyak dipilih. Dilanjutkan dengan pilihan netral sebanyak 33 responden atau 33%, selanjutnya yang memilih tidak setuju dengan 2 responden atau 2%. kemudian dari jawaban sangat setuju dan sangat tidak setuju mempunyai frekuensi yang sama yaitu 0 atau 0%. Jadi mayoritas responden memilih setuju dengan pernyataan bahwa, memilih menabung di bank konvensional karena percaya dana yang disimpan terjamin keamanannya.

3) Indikator Kepercayaan

Tabel 4.28 Indikator Kepercayaan (Y1.3)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	2	2%

2	TS	10	10%
3	N	78	78%
4	S	2	2%
5	SS	8	8%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai dengan tabel yang tersedia diatas diketahui pilihan yang paling tinggi ada pada pilihan netral dengan frekuensi 78 responden atau 78%. Kemudian pada pilihan tidak setuju terdapat 10 responden atau 10%, selanjutnya dengan pilihan sangat setuju ada 8 responden atau 8%. Lalu pada pilihan setuju dan sangat tidak setuju terdapat 2 responden atau 2%. Jadi mayoritas responden memilih netral dengan pernyataan bahwa, memilih menabung di bank konvensional karena percaya harga produk yang ditawarkan adalah yang terbaik.

4) Indikator Pengetahuan

Tabel 4.29 Indikator Pengetahuan (Y1.4)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	0	0%
2	TS	16	16%

3	N	40	40%
4	S	32	32%
5	SS	12	12%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai dengan tabel yang tersedia diatas pilihan dengan frekuensi tertinggi ada pada jawaban sangat netral dengan total 40 responden atau 40%. Kemudian pada pilihan setuju terdapat 32 responden atau 32%, selanjutnya dengan jawaban tidak setuju dengan 16 responden atau 16%, pada jawaban sangat setuju mendapatkan 12 responden atau 12%, dan yang terakhir pada sangat tidak setuju mendapatkan frekuensi 0 atau 0%. Jadi mayoritas responden memilih netral dengan pernyataan bahwa, masih belum mengetahui lebih dalam mengenai bank syariah.

5) Indikator Kualitas

Tabel 4.30 Indikator Kualitas (Y1.5)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	0	0%
2	TS	0	0%
3	N	31	31%

4	S	63	63%
5	SS	6	6%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai dengan tabel yang tersedia diatas pilihan setuju menjadi jawaban yang paling banyak dipilih dengan frekuensi 63 responden atau 63%. Lalu pada pilihan netral terdapat 31 responden atau 31%, dilanjutkan pada pilihan sangat setuju yang mendapatkan 6 responden atau 6%, dan yang terakhir pada frekuensi jawaban sangat tidak setuju dan tidak setuju mendapatkan nilai frekuensi 0 atau 0%. Jadi mayoritas responden memilih setuju dengan pernyataan bahwa, memilih menabung di bank konvensional karena kualitas layanannya yang baik.

6) Indikator Kepuasan

Tabel 4.31 Indikator Kepuasan (Y1.6)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	STS	0	0%
2	TS	2	2%
3	N	39	39%

4	S	49	49%
5	SS	10	10%
Total		100	100%

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Sesuai dengan tabel yang tersedia di atas jawaban tertinggi berada pada pilihan setuju dengan jumlah 49 responden atau 49%. Dilanjutkan oleh yang memilih netral sebanyak 39 responden atau 39%, lalu pada pilihan sangat setuju mendapat 10 responden atau 10%. Serta yang menjawab tidak setuju sebanyak 2 responden atau 2%, dan yang terakhir pada jawaban sangat tidak setuju mendapatkan frekuensi 0 atau 0%. Jadi mayoritas responden memilih setuju dengan pernyataan bahwa, memilih menabung di bank konvensional karena rasa puas terhadap produk yang ditawarkan.

B. Analisis Data

1. Uji Instrumen Data

Uji validitas digunakan untuk mengidentifikasi kelayakan pada tiap item yang terdaftar sebagai pernyataan atau kuesioner untuk mendefinisikan suatu variabel. Secara umum tujuan dari validitas ialah untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu angket atau kuesioner untuk mengukur variabel yang diteliti.

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas yang digunakan pada penelitian ini adalah korelasi bivariate pearson (korelasi pearson product moment) adalah salah satu

rumus yang dipakai dengan melakukan uji data menggunakan spss.

Adapun hasil uji validitas dalam penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 4.32 Hasil Uji Validitas Kuesioner

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Budaya	X1.1	0.651	0.197	VALID
	X1.2	0.626	0.197	VALID
	X1.3	0.825	0.197	VALID
	X1.4	0.527	0.197	VALID
Sosial	X2.1	0.622	0.197	VALID
	X2.2	0.728	0.197	VALID
	X2.3	0.722	0.197	VALID
	X2.4	0.435	0.197	VALID
	X2.5	0.761	0.197	VALID
Pribadi	X3.1	0.572	0.197	VALID
	X3.2	0.417	0.197	VALID
	X3.3	0.822	0.197	VALID
	X3.4	0.566	0.197	VALID

	X3.5	0.620	0.197	VALID
Psikologi	X4.1	0.625	0.197	VALID
	X4.2	0.726	0.197	VALID
	X4.3	0.427	0.197	VALID
	X4.4	0.818	0.197	VALID
Preferensi Masyarakat	Y	0.294	0.197	VALID
	Y	0.500	0.197	VALID
	Y	0.384	0.197	VALID
	Y	0.685	0.197	VALID
	Y	0.606	0.197	VALID
	Y	0.595	0.197	VALID

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25 (2023)

Dilakukannya uji validitas menggunakan rasio skor masing-masing item terhadap skor. Pernyataan dikatakan benar apabila koefisien korelasi product moment pearson dimana $r_{hitung} > r_{tabel}$ untuk $df = n-2$, dalam penelitian ini $df = 100-2 = 98$ pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh r_{tabel} yaitu 0,197. Pada keseluruhan variabel pada butir pernyataan dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dari uji validitas ini

diketahui bahwa keseluruhan angka pada tiap variabel bernilai diatas rtabel yang bernilai 0,197, hal itu membuktikan seluruh item valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menunjukkan konsistensi alat ukur terhadap hasil pengukuran, apabila pengukuran tersebut diulang. Pada uji reliabilitas ini menggunakan metode Cronch Alpha. Uji reliabilitas adalah uji lanjutan dari uji validitas, yang mana hanya item yang valid saja yang akan diujikan. Jika Cronch Alpha $> 0,6$ maka reliable.

Tabel 4.33 Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	Nilai Standar	Keterangan
0,730	0,60	Reliabel

Sesuai dengan tabel hasil uji data reliabilitas diatas, maka diketahui bahwa nilai Cronch's Alpha dari keseluruhan item yang diujikan $0.730 > 0,6$. Sehingga diperoleh kesimpulan bahwa seluruh butir item reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini memiliki tujuan untuk mengkaji salah satu dasar dari analisis regresi berganda, yakni variabel independen dan dependen yang harus terdistribusi secara normal. Hasil uji normalitas seharusnya normal,

agar dapat melakukan uji t dan uji f diasumsikan bahwa nilai residu berdistribusi normal (Riyanto & Hatmawan, 2020).

Tabel 4.34 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.65961726
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.112
	Negative	-.073
Test Statistic		.112
Asymp. Sig. (2-tailed)		.284 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil uji diatas yang dilakukan dengan menggunakan indikator kolmogorov-smirnov pada tabel diatas menunjukkan rata-rata nilai Asymp sig lebih besar $> 0,05$ yakni dengan $0.284 > 0.05$ Dengan ini dapat dinyatakan data dalam penelitian dalam periode pengamatan mempunyai sebaran data yang bernilai normal.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas. Uji Multikolinieritas dapat dilihat berdasarkan nilai

tolerance dan variance inflation factor (VIF). Jika nilai tolerance pada masing-masing variabel kurang dari 0,1 atau nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa pada model tidak terdapat multikolinearitas, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel-variabel independen yang terdapat pada model dapat dipercaya. Berikut hasil uji multikolinearitas :

Tabel 4.35 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized		Standardized		t	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients				Tolerance	VIF
B	Std. Error	Beta						
1 (Constant)	10.704	1.598			6.696	.000		
Faktor Budaya X1	1.102	.078	-.114		-1.316	.191	.776	1.242
Faktor Sosial X2	1.086	.064	-.137		-1.344	.182	.730	1.287
Faktor Pribadi X3	2.250	.085	.310		2.946	.004	.996	1.277
Faktor Psikologi X4	3.584	.090	.535		6.465	.000	.861	1.240

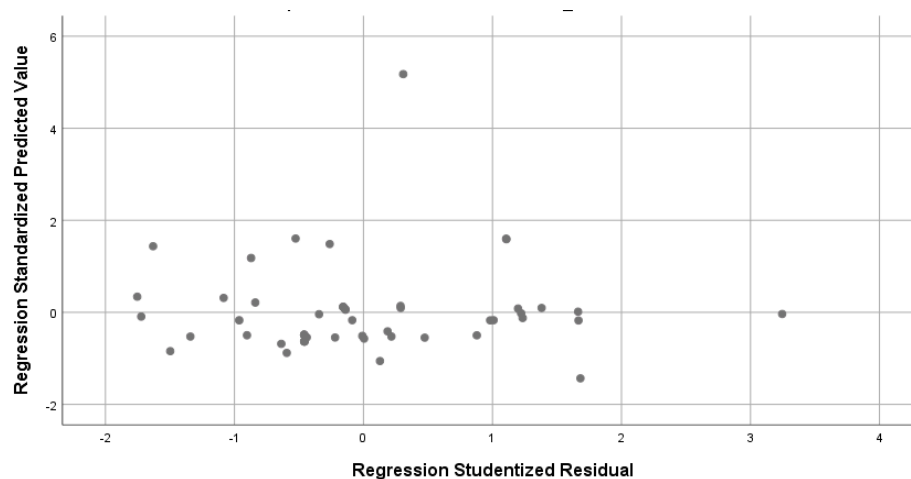
a. Dependent Variable: Preferensi Masyarakat Y1

Berdasarkan hasil pengujian uji multikolinearitas membuktikan bahwa seluruh data variabel memiliki angka $Tolerance \geq 0,1$ serta angka $VIF \leq 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa bentuk regresi pada penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas menggambarkan nilai hubungan antara nilai yang diprediksi dengan studentized delete residual nilai tersebut.

Gambar 4.36 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas diperoleh pola tidak bergambar dengan jelas titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka dalam hal ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3. Regresi Linear Berganda

Dalam melakukan pengujian pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda (multiple regression analysis). Analisis regresi berganda adalah metode

statistik yang berfungsi untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Adapun hasil regresi linear berganda sebagai berikut :

Tabel 4.37 Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	10.704	1.598		6.696	.000
	Faktor Budaya X1	2.002	.078	-.114	1.316	.022
	Faktor Sosial X2	2.116	.064	-.137	1.344	.028
	Faktor Pribadi X3	.780	.085	.310	2.946	.034
	Faktor Psikologi X4	.984	.090	.535	6.465	.030

a. Dependent Variable: Preferensi Masyarakat Y1

Berdasarkan tabel diatas berikut penjelasan rumus Preferensi Masyarakat = $a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$. Dalam hal ini berarti $10.704 + 2.002 + 2.116 + 0.780 + 0.984$. Dalam hal ini konstanta didapatkan nilai 10.704, dalam hal ini preferensi masyarakat mengalami perkembangan sebesar 10.704 jika jumlah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi memiliki pengaruh sebesar 10.704.

Faktor budaya dalam hal ini diperoleh 2.002 dalam hal ini bernilai positif jika variabel faktor budaya mengalami kenaikan 1 persen maka akan mempengaruhi variabel preferensi masyarakat sebesar 1.002 dan diasumsikan

variabel lain bernilai konsisten. Kemudian untuk faktor sosial juga diperoleh 2.116 dalam hal ini bernilai positif jika variabel faktor sosial akan mengalami kenaikan 1 persen maka akan mempengaruhi variabel preferensi masyarakat sebesar 2.116 dan diasumsikan variabel lain bernilai konsisten

Faktor pribadi diperoleh 0.780 dalam hal ini bernilai positif jika variabel faktor pribadi mengalami kenaikan 1 persen maka akan mempengaruhi variabel preferensi masyarakat sebesar 0.780 dan diasumsikan variabel lain bernilai konsisten. Kemudian untuk faktor psikologi juga diperoleh 0.984 dalam hal ini bernilai positif jika variabel faktor psikologi akan mengalami kenaikan 1 persen maka akan mempengaruhi variabel preferensi masyarakat sebesar 0.984 dan diasumsikan variabel lain bernilai konsisten.

4. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui elemen-elemen yang mempengaruhi preferensi masyarakat Muslim, dilakukan pengujian melalui uji F (uji secara bersamaan) dan uji T (uji secara sebagian).

a. Uji T

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013) Berdasarkan signifikansi, dasar pengambilan keputusannya adalah: Jika signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis diterima (pengaruh signifikan) dan Jika signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis ditolak

(pengaruh tidak signifikan). Adapun hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 :Faktor sosial, budaya, pribadi dan psikologi tidak berpengaruh secara parsial terhadap preferensi masyarakat muslim di Desa Wonorejo Kecamatan Satui dalam menabung di Bank Konvensional.

H_a :Faktor sosial, budaya, pribadi dan psikologi berpengaruh secara parsial terhadap preferensi masyarakat muslim di Desa Wonorejo Kecamatan Satui dalam menabung di Bank Konvensional

Hasil dari pengujian uji T dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.38 Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	10.704	1.598		6.696	.000
	Faktor Budaya X1	2.002	.078	-.114	1.316	.022
	Faktor Sosial X2	2.116	.064	-.137	1.344	.028
	Faktor Pribadi X3	.780	.085	.310	2.946	.034
	Faktor Psikologi X4	.984	.090	.535	6.465	.030

a. Dependent Variable: Preferensi Masyarakat Y1

Berdasarkan hasil pengujian uji T diatas, bahwa seluruh variabel menunjukkan nilai sig kurang dari 0.05 sehingga dalam hal ini seluruh variabel X yang mana faktor budaya (X1) dengan nilai sig 0.022, faktor

sosial (X2) dengan nilai sig 0.028, faktor pribadi (X3) dengan nilai sig 0.034, faktor psikologi (X4) dengan nilai sig 0.030 berpengaruh terhadap variabel Y. jadi dalam penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat (Ghozali, 2013 hlm. 98). Uji F dilakukan untuk menguji signifikansi secara menyeluruh atas variabel independen terhadap variabel dependen. Seperti hipotesis yang telah diajukan pada penelitian ini, yaitu :

H_0 :Faktor sosial, budaya, pribadi dan psikologi tidak berpengaruh secara parsial terhadap preferensi masyarakat muslim di Desa Wonorejo Kecamatan Satui dalam menabung di Bank Konvensional.

H_a :Faktor sosial, budaya, pribadi dan psikologi berpengaruh secara parsial terhadap preferensi masyarakat muslim di Desa Wonorejo Kecamatan Satui dalam menabung di Bank Konvensional.

Hasil pengujian uji F dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.39 Hasil Uji F

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	165.712	4	41.428	13.327	.000 ^b

Residual	269.924	94	2.872		
Total	435.636	99			

a. Dependent Variable: Preferensi Masyarakat Y1

b. Predictors: (Constant), Faktor Psikologi X4, Faktor Sosial X2, Faktor Budaya X1, Faktor Pribadi X3

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai F hitung sebesar 13.327 dan nilai sig sebesar 0.000. Kemudian diperoleh nilai Ftabel sebesar 2,312. sehingga Fhitung lebih besar dari Ftabel $13.327 > 2.312$ dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.005$ maka secara simultan variabel x memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel y. Sesuai dengan hasil tersebut maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

5. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Berikut hasil uji koefisien determinasi :

Tabel 4.40 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.617 ^a	.380	.726	1.695

-
- a. Predictors: (Constant), Faktor Psikologi X4, Faktor Sosial X2, Faktor Budaya X1, Faktor Pribadi X3
- b. Dependent Variable: Preferensi Masyarakat Y1

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai *Adjusted R Square* diperoleh sebesar 0.726 atau sebesar 72.6%. Dalam hal ini berarti variabel budaya (X1), variabel sosial (X2), variabel pribadi (X3), variabel psikologi (X4) secara bersama-sama memberikan pengaruh sebesar 72.6% terhadap preferensi masyarakat muslim (Y) dan sementara itu 27.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat di dalam penelitian ini.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Menurut Herbert A. Simon sebagai seorang ilmuwan sosial dan psikolog yang memperkenalkan konsep pilihan rasional. Teori ini didasarkan pada ide bahwa individu membuat keputusan yang rasional, yaitu keputusan yang dianggap sebagai pilihan terbaik untuk mencapai tujuan atau kepuasan tertentu.

Dalam teori Richard Thaler pada konteks preferensi, Teori Ekonomi Perilaku menunjukkan bahwa preferensi konsumen tidak selalu terbentuk secara rasional atau berdasarkan pertimbangan ekonomi semata. Faktor-faktor seperti emosi, persepsi risiko, dan pengaruh sosial dapat memainkan peran penting dalam pembentukan preferensi terhadap barang atau jasa. Contoh penerapan teori ini dalam preferensi konsumen mungkin melibatkan pemahaman tentang bagaimana cara penawaran atau presentasi suatu produk atau layanan dapat mempengaruhi keputusan konsumen, atau bagaimana elemen-elemen psikologis tertentu dapat

digunakan untuk membentuk preferensi. Dari beberapa pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa preferensi adalah kecenderungan atau sikap subjektif individu terhadap suatu objek, layanan, atau keputusan yang tercermin dalam pilihan mereka. Pengertian ini melibatkan aspek rasional dan emosional, di mana individu memilih berdasarkan pertimbangan tujuan atau kepuasan tertentu, namun tidak selalu terikat pada pertimbangan ekonomi semata. Faktor-faktor seperti emosi, persepsi risiko, pengaruh sosial, dan elemen-elemen psikologis dapat mempengaruhi pembentukan preferensi konsumen. Oleh karena itu, preferensi adalah hasil dari interaksi kompleks antara pertimbangan rasional dan faktor-faktor psikologis dalam konteks pengambilan keputusan individu.

Preferensi antara seorang Muslim dan individu non-Muslim tentu berbeda karena dalam ajaran Islam terdapat pembagian antara halal dan haram dalam aspek ekonomi. Kedua konsep tersebut memainkan peran yang signifikan dalam proses produksi dan konsumsi. Pedoman ini tercermin dalam Al-Qur'an, khususnya pada Q.S Al-Baqarah ayat 267 yang menegaskan sikap hati-hati dalam memilih suatu barang dan jasa, berikut Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 267 beserta dengan terjemahannya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ فَلَا تَيْمَمُوا الْخَيْثَ مِنْهُ

تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخْذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya : *"Hai orang-orang yang beriman, belanjakanlah (sebagian) dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari*

bumi untukmu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memejamkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji."

Ayat ini menekankan pentingnya berbelanja dengan menggunakan hasil usaha yang baik dan memilih barang atau jasa yang berkualitas. Allah mengingatkan agar umat islam tidak memilih yang buruk-buruk dan menafkahkan dari harta yang diperoleh dengan cara yang tidak benar. Ayat ini mencerminkan prinsip keadilan, etika dalam ekonomi, dan tanggung jawab terhadap harta yang dimiliki.

Penting untuk mengkaji preferensi dalam Islam ketika seseorang menggunakan atau mengalokasikan kekayaannya. Hal yang paling krusial adalah bagaimana kekayaan tersebut digunakan dan diarahkan, mengingat terdapat berbagai pilihan (preferensi) yang dapat diambil agar kekayaan tersebut memberikan manfaat optimal untuk kesejahteraan pemiliknya. Seperti yang telah dinyatakan, terdapat serangkaian langkah dalam proses pengambilan keputusan. Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat muslim memilih menabung di bank konvensional.

1. Pengaruh Faktor Budaya terhadap Preferensi Masyarakat

Berdasarkan hasil uji T pada tabel 4.38 diperoleh nilai sig sebesar 0.022 dimana hal ini kurang dari 0.05 sehingga faktor budaya X1 memiliki pengaruh terhadap preferensi masyarakat. budaya merupakan kumpulan nilai-nilai dasar,

persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh seorang anggota masyarakat dari keluarga dan lembaga penting lainnya(Sutarso, 2014:6). Suatu produk memiliki bentuk, nilai, arti serta fungsi ketika konsumen membeli ataupun menggunakannya, maka seorang konsumen pasti berharap produk tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan. Apabila produk tersebut sesuai dengan keinginannya, maka konsumen akan terus melakukan pembelian atau menggunakan produk tersebut.

Hubungan budaya terhadap preferensi bisa dilihat dari kutipan N. J. S. Setiadi (2019) yang mengatakan bahwa “nilai, aturan, norma dan keyakinan pada budaya setiap individu menjadi hal-hal yang dapat mempengaruhi preferensi masyarakat terhadap suatu produk. Bagaimana sikap dan tindakan seseorang dalam bermasyarakat juga berhubungan dengan keyakinan, nilai, aturan dan norma yang akan cenderung bersifat homogen. Dengan artian apabila setiap individu mengacu pada nilai, aturan, norma dan keyakinan, maka sikap serta perilaku mereka akan cenderung sama”. Karena itulah, sebelum memutuskan untuk mereferensikan jenis bank yang akan digunakan, calon nasabah hendaknya melihat apakah itu sesuai dengan nilai, aturan, norma dan keyakinan. Namun tidak sedikit juga nasabah memutuskan untuk menggunakan suatu bank, karena letak dari bank tersebut yang strategis.

Lokasi menjadi salah satu hal penting yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank konvensional, nasabah cenderung memilih lokasi yang mudah dijangkau. Lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan pada masa yang akan datang. Area yang dipilih haruslah mampu untuk tumbuh dari segi

ekonomi sehingga dapat mempertahankan kelangsungan hidup usaha atau perusahaan. Masyarakat dalam menabung sangat ditentukan oleh letak lokasi bank tersebut (wulandari, 2020:45).

2. Pengaruh Faktor Sosial terhadap Preferensi Masyarakat

Berdasarkan hasil uji T pada tabel 4.38 diperoleh nilai sig sebesar 0.028 dimana hal ini kurang dari 0.05 sehingga faktor sosial X2 memiliki pengaruh terhadap preferensi masyarakat. Faktor sosial dalam bermasyarakat menjadi salah satu hal yang berpengaruh terhadap preferensi seseorang, karena pada dasarnya produsen akan mengembangkan suatu produk atau jasanya yang ditujukan kepada kelas sosial tertentu. Keberadaan faktor sosial pada dasarnya merupakan pembagian masyarakat berdasarkan nilai, minat ataupun perilaku yang sama terhadap sesuatu.

Menurut Aripin & Negara (2021) “terdapat beberapa hal yang menjadi indikator seseorang penempatan kelas sosial, diantaranya preferensi, penghasilan, pekerjaan, kekuasaan dan yang lainnya”. Hal itu dapat dilihat pada kelas sosial yang dapat menunjukkan preferensi seseorang terhadap produk atau merk yang berbeda dalam banyak hal.

Hal itu juga dapat dilihat dari faktor sosial yang menjadi salah satu yang mempengaruhi preferensi masyarakat Muslim memilih menabung di bank konvensional, yang mana Kelompok referensi merupakan kumpulan beberapa orang yang mengelompok dan memiliki pengaruh baik pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku konsumen (wulandari,

2020:12). Sehingga tidak sedikit masyarakat muslim yang menggunakan bank konvensional karena alasan yang terkait dengan faktor sosial.

3. Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Preferensi Masyarakat

Berdasarkan hasil uji T pada tabel 4.38 diperoleh nilai sig sebesar 0.034 dimana hal ini kurang dari 0.05 sehingga faktor pribadi X3 memiliki pengaruh terhadap preferensi masyarakat. Faktor pribadi dianggap sebagai karakteristik setiap orang yang tentunya memiliki perbedaan pada setiap individu. Karena itulah adanya perbedaan dalam memberikan tanggapan dan cara pandang setiap individu terhadap sesuatu. Hal itu juga berlaku pada preferensi konsumen ketika melakukan pembelian atau penggunaan suatu produk, yang mana itu dipengaruhi oleh beberapa hal, antara lain: umur, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dan kepribadian.

Hubungan faktor pribadi dengan preferensi yaitu faktor pribadi merupakan faktor pembelian yang dipengaruhi oleh karakteristik kepribadian dalam melakukan pembelian produk (Kotler, 2002 : 191). Walaupun faktor pribadi termasuk dalam salah satu faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat muslim memilih bank konvensional, kita sebagai umat Muslim setidaknya dapat mengontrol setiap tindakan yang akan kita lakukan. Islam mengajarkan dalam Q.S Ar-Ra'ad ayat 11:

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

Artinya:

“Baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”

Pada ayat tersebut dijelaskan bahwa motivasi dari segala tindakan seseorang adalah dirinya sendiri. Motivasi memiliki peran yang cukup berpengaruh dalam setiap gerak-gerik tindakan seseorang.

4. Pengaruh Faktor Psikologi terhadap Preferensi Masyarakat

Berdasarkan hasil uji T pada tabel 4.38 diperoleh nilai sig sebesar 0.030 dimana hal ini kurang dari 0.05 sehingga faktor psikologi X4 memiliki pengaruh terhadap preferensi masyarakat. Pada faktor psikologi termasuk salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan seseorang dalam memutuskan membeli atau menggunakan sesuatu.

Tidak jauh berbeda dengan faktor pribadi, hubungan faktor psikologi terhadap preferensi yaitu faktor psikologi dapat mempengaruhi seseorang dalam memutuskan membeli atau menggunakan sesuatu. yang dapat mempengaruhi psikologi seseorang dalam memutuskan membeli atau menggunakan sesuatu, diantaranya motivasi, persepsi, proses belajar serta kepercayaan dan sikap.

Beberapa hal tersebut dapat mempengaruhi psikologi seseorang baik dengan cara langsung ataupun tidak, terlebih dalam hal cara pandangnya terhadap sesuatu. Pada teori motivasi menurut Freud yang memiliki asumsi bahwa psikologi sebenarnya memiliki kekuatan yang dapat membentuk perilaku dari manusia yang sebagian besarnya memiliki sifat dibawah sadar. Menurut pandangan Freud, orang-orang menekan keinginan mereka saat mereka tumbuh dan sedang dalam proses menerima aturan sosial. Upaya telah dilakukan untuk menghilangkan keinginan, tetapi tanpa keberhasilan atau kontrol penuh, biasanya akan muncul kembali dalam bentuk mimpi atau karena terjadi kesalahan dalam bicara.

Hal itu juga dapat dilihat pada faktor psikologi yang termasuk dalam salah satu faktor yang mempengaruhi preferensi masyarakat Muslim memilih bank konvensional, bahwa faktor psikologi ini memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan individu dalam memilih menabung di bank yang digunakan.

5. Variabel yang paling dominan mempengaruhi preferensi masyarakat

Untuk mengetahui variabel bebas yang paling dominan mempengaruhi variabel terikat dapat dilihat pada tabel 4.38 pada uji T dari perbandingan 4 variabel bebas. Pengaruh variabel bebas yang paling dominan terhadap variabel terikat dapat diketahui pada hasil uji T pada bagian standardized Coefficients beta maka diperoleh variabel psikologi dengan nilai beta sebesar 0.535 lebih besar dari tiga variabel bebas lainnya. Jadi variabel psikologi menjadi faktor yang paling dominan mempengaruhi preferensi masyarakat muslim.

Hal itu dikarenakan faktor psikologi pada setiap individu berbeda dan dari kepribadian juga akan muncul suatu tingkah laku yang menjadi pengaruh dalam melakukan suatu pembelian. Faktor psikologi akan mengarah pada karakteristik psikologis seseorang yang dapat membangkitkan respon jangka panjang yang konsisten. Karena hal itulah yang menjadikan faktor psikologi sebagai faktor yang paling dominan mempengaruhi preferensi masyarakat muslim memilih menabung di bank konvensional, namun ada juga yang dikarenakan tuntutan dari pekerjaan yang mengharuskan mereka memilih bank konvensional.