

## **ANALISIS MINAT MASYARAKAT MENGGUNAKAN PRODUK SYARIAH (STUDI KASUS : BANK MUAMALAT)**

Oleh : **M SYAFIQRI**  
Pembimbing : Dr. Alvis Rozani S.E., M.Si  
Helmawati S.E., M.Si

### **INTISARI**

Bank Syariah mempunyai prinsip yang berbeda dengan Bank Konvensional. Perbedaan yang paling mendasar adalah bagaimana cara memperoleh keuntungan, dimana bank konvensional dikenal dengan perangkat bunga, sedangkan Bank Syariah sendiri melarang bunga dan menggunakan perangkat yang dinamakan bagi hasil. Mengingat masyarakat Indonesia mayoritas Islam apalagi untuk Sumatera Barat mereka seharusnya lebih menginginkan sistem seperti ini. Namun demikian, ternyata persepsi dan sikap masyarakat terhadap bunga bank dan sistem bagi hasil sangat beragam.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Minat Masyarakat Menggunakan Produk Syariah dengan studi kasus Bank Muamalat. Dalam penelitian ini menggunakan variabel satu terikat dan empat variabel bebas, Pengetahuan definisi Perbankan Syariah ( $X_1$ ), Pengetahuan lokasi Bank Syariah ( $X_2$ ), Prinsip-prinsip Bank Syariah ( $X_3$ ), Produk-produk Bank Syariah ( $X_4$ ) dan Minat Menggunakan Produk Syariah ( $Y$ ).

Penulisan skripsi ini menggunakan metode kuantitatif untuk memperoleh data primer dengan cara memberikan kuesioner kepada responden lalu diolah menggunakan regresi linear Berganda. Sebagai tambahan untuk memperkuat teori, penulis juga mengadakan studi kepustakaan. Melalui studi kepustakaan ini dilakukan dengan menelaah buku-buku, dokumen-dokumen, rujukan, artikel yang berkaitan dengan penelitian ini.

Dari hasil regresi linear berganda menunjukkan semua variabel bebas berpengaruh positif terhadap variabel terikat. Dan yang memiliki pengaruh terbesar antara keempat variabel bebas yaitu  $X_1$  yaitu pengetahuan definisi Bank Syariah. Dari hasil uji t variabel definisi, lokasi, dan prinsip-prinsip berpengaruh signifikan terhadap minat. Sedangkan variabel Produk tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk syariah. Berdasarkan uji F yaitu uji secara keseluruhan, semua variabel bebas yaitu, definisi, lokasi, prinsip, dan produk berpengaruh secara nyata terhadap variabel minat. Dan hasil uji R menunjukkan bahwa 49,7 % minat masyarakat memilih produk Syariah dijelaskan oleh variabel pengetahuan definisi, lokasi, prinsip, dan produk. Dan selebihnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci : Definisi Perbankan Syariah, Lokasi Perbankan Syariah, Prinsip-prinsip Perbankan Syariah, Produk-produk Perbankan Syariah, Minat.**

# **ANALYSIS OF COMMUNITY INTEREST USING SHARIA PRODUCTS (CASE STUDY: MUAMALAT BANK)**

By : **M SYAFIQRI**  
Supervisor : Dr. Alvis Rozani S.E., M.Si  
Helmawati S.E., M.Si

## **SUMMARY EXECUTIVE**

*Islamic banks have different principles from conventional banks. The most basic difference is how to obtain profits, where conventional banks are known as interest instruments, while Islamic banks themselves prohibit interest and use a device called profit sharing. Considering the majority of Indonesian society is Islam especially for West Sumatra they should prefer a system like this. However, it turns out that the perception and attitude of the community towards bank interest and the profit sharing system are very diverse.*

*This study aims to analyze Community Interests Using Sharia Products with a case study of Bank Muamalat. In this study using variable bound one and four independent variables, Knowledge of Sharia Banking definition (X1), Knowledge of Islamic Bank location (X2), Principles of Islamic Banks (X3), Islamic Bank Products (X4) and Interest in Using Sharia Products (Y).*

*Writing this thesis uses quantitative methods to obtain primary data by giving questionnaires to respondents then processed using multiple linear regression. In addition to strengthening the theory, the author also conducted a literature study. Through literature study, this is done by reviewing books, documents, references, articles related to this research.*

*From the results of multiple linear regression shows all independent variables have a positive effect on the dependent variable. And that has the biggest influence between the four independent variables, namely X1, namely the knowledge of the definition of Islamic Banks. From the results of the t-test the variable definition, location, and principles have a significant effect on interest. While the product variable has no significant influence on the public interest in using Islamic products. Based on the F test, which is the overall test, all independent variables, namely, definitions, locations, principles, and products significantly influence the interest variable. And the R test results show that 49.7% of the public interest in choosing Sharia products is explained by the variable knowledge of definitions, locations, principles, and products. And the rest is explained by other variables not used in this study.*

**Keywords:** *Definition of Sharia Banking, Location of Sharia Banking, Principles of Sharia Banking, Sharia Banking Products, Interest.*