

---

PERSEPSI MAHASISWA TENTANG PERBANKAN SYARI'AH  
(STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNISNU JEPARA)

Shalihul Aziz Widya Iriawan  
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara  
Email : aziz.widya85@gmail.com

**Kata kunci:**  
Karakteristik  
perbankan syari'ah,  
Produk Perbankan  
syari'ah, Pelayanan  
perbankan syari'ah  
dan Persepsi  
mahasiswa

**Abstrak**

*Penelitian Ini bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh karakteristik, produk dan pelayanan perbankan syari'ah terhadap persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisnu Jepara tentang perbankan syari'ah dan untuk mengidentifikasi variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap persepsi mahasiswa. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan sampel penelitian berjumlah 300 mahasiswa dihitung dengan rumus slovin. Untuk menguji validitas dan reliabilitas dari instrumen penelitian menggunakan validitas dan reliabilitas, hasil pengujian menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan valid dan reliabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persyaratan uji regresi bebas dari gejala multikolinearitas, heterokedastisitas, autokorelasi, dan data berdistribusi secara normal. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa karakteristik, produk dan pelayanan perbankan syari'ah berpengaruh positif signifikan terhadap persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis tentang perbankan syari'ah, dan karakteristik perbankan syari'ah merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi persepsi mahasiswa*

**Keywords:**  
characteristics,  
product, service,  
syari'ah banking,  
students'  
perception.

**Abstract**

*This study aims to determine the significance of the influence of the characteristics, Shari'ah banking products and services to the perception of the students of Economics and Business Faculty Unisnu Jepara on Shariah banking and to identify the most dominant variable on students' perceptions. The population in this study is all students of the Economics and Business Faculty and the sample is 300 students calculated with Slovin formula. The validity and reliability test results show that all the questions are valid and reliable. The results shows that the regression test requirements were free of symptoms multicollinearity , heterocedastity , autocorrelation and the data were distributed normally. This study shows that the characteristics, products and banking services Shari'ah affect significantly on the students' perceptions of the Economics and Business Faculty of Shariah banking, and the characteristics of the Shari'ah banking is the most dominant variable affecting students' perceptions .*

## Pendahuluan

Perbankan Syari'ah di Indonesia saat ini berkembang dengan pesat. Hal ini dapat dilihat dengan dibukanya kantor cabang dan kantor cabang pembantu di hampir seluruh kota kabupaten di seluruh Indonesia. Di Kabupaten Jepara Jawa Tengah, saat ini setidaknya ada 3 Bank Syari'ah yang telah membuka Kantor Cabang atau Kantor Cabang Pembantu. Keberadaan Bank Syari'ah di Kabupaten Jepara akan mempengaruhi pola masyarakat Jepara dalam memanfaatkan jasa dan produknya. Keberadaan Bank Syari'ah di Kabupaten Jepara tentunya disambut dengan baik oleh masyarakat yang sebagian besar beragama Islam. Bank Syari'ah dengan karakteristiknya, produk dan layanannya berbeda dengan Bank Konvensional.

Perbedaan mendasar adalah faktor bunga di Bank Konvensional yang tidak dikenal di Bank Syari'ah, karena dianggap riba, sedangkan riba adalah sesuatu yang diharamkan dalam Islam. Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia telah mengharamkan bunga bank yang disetarakan dengan riba dengan fatwa no. 1 tahun 2004. Pengharaman bunga bank oleh DSN MUI ini mendorong perkembangan perbankan syari'ah di berbagai penjuru di Indonesia, tidak terkecuali di Kabupaten Jepara. Hal kedua yang membedakan antara

Bank Syari'ah dengan Bank Konvensional adalah produknya

Penamaan produk di Bank Syari'ah banyak menggunakan istilah berbahasa arab seperti murabahah, mudharabah, musyarakah, istishna', rahn, hiwalah, dan sebagainya. Ketiga adalah aspek pelayanan dimana budaya yang dibangun di Bank Syari'ah adalah budaya Islami dari sisi penampilan fisik dan akhlak Islami dari sisi non fisik. Ketiga aspek di atas tentunya mempengaruhi persepsi masyarakat untuk memutuskan memilih Bank Syari'ah sebagai satu sarana menyimpan uangnya dan menggunakan pembiayaan syari'ah sebagai pilihan dalam mengembangkan bisnis masyarakat di Kabupaten Jepara.

Mahasiswa sebagai salah satu bagian dari masyarakat yang dikenal sebagai kaum intelektual, namun karena keterbatasan kemampuan sehingga pilihan Bank Syari'ah sebagai sarana transaksi akan berbeda dengan masyarakat pada umumnya. Namun demikian mahasiswa mempunyai pandangan dan persepsi sendiri dengan keberadaan Bank Syari'ah baik dari aspek karakteristik, produk dan pelayanannya. Perbedaan ini tentunya dipengaruhi oleh lingkungan, dimana lingkungan akademis di kampus dengan lingkungan bisnis di luar kampus berbeda dalam segala hal. Hal inilah yang membuat persepsi terbentuk dengan sendirinya.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara saat ini mempunyai mahasiswa 1.200 dari semua angkatan dan dari tiga program studi yang ada yaitu program studi Manajemen, Program Studi Akuntansi dan Program Studi Ekonomi Islam yang baru dibuka pada tahun ajaran baru 2013/2014 ini. Dengan pola pembelajaran berbasis kompetensi dan diajarkannya mata kuliah Ekonomi Islam di semua program studi, tentunya mempengaruhi pemahaman mahasiswa akan keberadaan Perbankan Syari'ah.

Permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut : (1) Apakah karakteristik perbankan syari'ah, produk perbankan syari'ah dan pelayanan perbankan syari'ah mempunyai pengaruh signifikan terhadap persepsi mahasiswa? (2) Variabel manakah yang terdiri dari karakteristik, produk dan pelayanan yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap persepsi mahasiswa?

Adapun tujuan penelitiannya adalah : (1) Mengidentifikasi pengaruh karakteristik perbankan syari'ah, produk perbankan syari'ah dan pelayanan perbankan syari'ah terhadap persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara tentang perbankan syari'ah. (2) Mengetahui variabel yang pengaruhnya paling dominan terhadap persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis

UNISNU Jepara tentang perbankan syari'ah.

## TINJAUAN PUSTAKA

Bank Syari'ah secara umum didefinisikan sebagai bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah. Kemunculan Bank Syari'ah di Indonesia adalah karena adanya tuntutan dari masyarakat muslim dan kegelisahan mereka dengan bunga bank dan hukumnya secara syari'ah. Maka pada tahun 1992 berdiri Bank Muamalat Indonesia sebagai cikal bakal keberadaan Bank Syari'ah di Indonesia.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh tim peneliti dari Universitas Diponegoro (Muhamad: 2013) menyimpulkan bahwa Potensi ekonomi yang menunjukkan tentang akseptabilitas wilayah serta tingkat pengeluaran keluarga, terlihat ada beberapa kabupaten yang berkategori tinggi, meliputi Semarang, Pekalongan, Kendal, Tegal, Surakarta dan Yogyakarta. Adapun yang berkategori rendah antara lain Rembang, Jepara, Kudus, Demak, Boyolali dan Cilacap. Preferensi terhadap keuntungan relative yang mencerminkan pandangan responden tentang perbankan syari'ah mempunyai nilai lebih tinggi jika dibandingkan dengan bank konvensional.

Preferensi terhadap tingkat komparabilitas yang menunjukkan tingkat

kecocokan terhadap system perbankan syariah maka terlihat bahwa sebagian besar masyarakat tidak setuju terhadap tingkat komparabilitas dari perbankan syariah. Masyarakat memiliki tingkat keingintahuan terhadap bank syariah. Sebagian besar masyarakat tidak mengetahui system maupun produk-produk bank syariah.

Adanya keinginan masyarakat untuk menabung dan memperoleh pembiayaan di bank syariah. Wilayah Jawa Tengah dan DIY memiliki potensi prospek yang menjanjikan pengembangan bank syariah, dengan adanya respon positif masyarakat. Pada sisi tabungan, faktor yang paling menentukan adalah variable aktivitas social, penerimaan terhadap hal baru, serta pemahaman system bank syariah yang mempunyai sifat komprehensif. Pada sisi pembiayaan, faktor-faktor yang berpengaruh adalah aktivitas social, keterbukaan terhadap hal-hal baru, perbedaan ras, serta pemahaman terhadap system syariah yang komprehensif.

Persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti (Kotler, 2004). Persepsi interpretasi dan arti yang diperoleh dari rangsangan merupakan hasil dari pemrosesan informasi. Orang yang berbeda sering kali memiliki pandangan yang diperoleh dari rangsangan yang sama

karena persepsi rangsangan ini dipengaruhi oleh harapan mereka serta latar belakang masing-masing. Persepsi seseorang dapat timbul dari pengalaman yang telah diperolehnya, baik yang dilakukan sendiri maupun kesan dari orang lain. Akumulasi dari persepsi akan mampu membentuk suatu opini asumsi atau kesimpulan tentang sesuatu yang telah dialaminya.

Menurut Chaplin (2001) persepsi kedalaman dimungkinkan lewat penggunaan isyarat fisiologis seperti akomodasi, konvergensi dan disparitas selaput jala dari mata dan juga disebabkan oleh isyarat-isyarat yang dipelajari dari perspektif linear dan udara, interposisi atau meletakkan di tengah-tengah, ukuran relatif dari objek dalam penjajaran, bayang-bayang dan ketinggian tekstur / susunan.

Manusia sebagai makhluk individu pada hakekatnya memiliki berbagai dimensi dalam hidupnya seperti misalnya susunan syaraf, bentuk tubuh, sifat dan kepribadian yang berbeda satu sama lainnya. Faktor-faktor ini menimbulkan adanya berbagai macam perbedaan antar manusia. Sebagai makhluk sosial, manusia senantiasa membutuhkan orang lain dalam hidupnya. Kebutuhan ini menyebabkan timbulnya kesamaan sikap dan perilaku yang akan berarti mempersempit variasi antara individu yang satu dengan individu yang lain. Dalam kehidupan sehari-hari manusia akan selalu berhadapan dengan berbagai

macam rangsangan ( stimulus ) baik yang menyangkut dirinya sebagai individu maupun berkaitan dengan hakekatnya sebagai makhluk sosial.

Direktorat Perbankan Syari'ah BI menguraikan ada tujuh karakteristik utama yang menjadi prinsip Sistem Perbankan Syari'ah di Indonesia yang menjadi landasan pertimbangan bagi calon nasabah dan landasan kepercayaan bagi nasabah yang telah loyal. Tujuh karakteristik ini diterbitkan dan diedarkan berupa sebuah booklet Bank Syari'ah Untuk Kita Semua. Ketujuh karakteristik ini adalah : (1) Universal, memandang bahwa Bank Syari'ah berlaku untuk setiap orang tanpa memandang perbedaan kemampuan ekonomi maupun perbedaan agama. (2) Adil, memberikan sesuatu hanya kepada yang berhak serta memperlakukan sesuatu sesuai dengan posisinya dan melarang adanya unsur maysir (spekulasi), gharar (ketidakjelasan), dan riba. (3) Transparan, dalam kegiatannya bank syari'ah sangat terbuka bagi seluruh lapisan masyarakat. (4) Seimbang, mengembangkan sektor keuangan melalui akitfitas perbankan syari'ah yang mencakup pengembangan sektor riil dan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). (5) Maslahat, bermanfaat dan membawa kebaikan bagi seluruh aspek kehidupan. (6) Variatif, produk bervariasi mulai dari tabungan haji dan umrah, tabungan umum, giro, deposito, pembiayaan

yang berbasis bagi hasil, jual-beli dan sewa, sampai kepada produk jasa kustodian, jasa transfer, dan jasa pembayaran (*debit card, syari'ah charge*).

Secara garis besar produk perbankan syari'ah dapat dibagi menjadi 3 yaitu Produk penyaluran dana, produk penghimpunan dana, & produk jasa yang diberikan bank kepada nasabahnya.

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata - nyata mereka terima/ peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/ inginkan terhadap atribut – atribut pelayanan suatu perusahaan.

Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas layanan tergantung oleh kemampuan perusahaan dan staffnya untuk memenuhi harapan pelanggan (Tjiptono, 2008 : 157).

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988), (Tjiptono dan Chandra, 2011 : 198), terdapat 5 (lima) dimensi kualitas

pelayanan, antara lain adalah ; (1) Bukti fisik (*tangibles*), berkaitan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa. (2) Keandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai waktu yang disepakati. (3) Daya tanggap (*Responsiveness*), berkaitan dengan kesediaan dan kemampuan karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara tepat. (4) Jaminan (*assurance*), yaitu perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. (5) Empati (*empathy*), yaitu bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Yuna (2006) melakukan penelitian mengenai persepsi mahasiswa jurusan akuntansi fakultas ekonomi universitas Islam Indonesia mengenai karakteristik perbankan syari'ah. Hasil penelitiannya

menyatakan bahwa terdapat perbedaan persepsi mahasiswa akuntansi yang telah menempuh mata kuliah akuntansi syari'ah dengan mahasiswa yang belum menempuh mata kuliah akuntansi syari'ah. Dari kedua kelompok responden ini, mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah akuntansi syari'ah cenderung memiliki persepsi yang lebih baik dibandingkan dengan mahasiswa yang belum menempuh mata kuliah akuntansi syari'ah terhadap karakteristik perbankan syari'ah.

Yuna (2006) melakukan penelitian mengenai persepsi mahasiswa jurusan akuntansi fakultas ekonomi universitas Islam Indonesia mengenai karakteristik perbankan syari'ah. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa terdapat perbedaan persepsi mahasiswa akuntansi yang telah menempuh mata kuliah akuntansi syari'ah dengan mahasiswa yang belum menempuh mata kuliah akuntansi syari'ah. Dari kedua kelompok responden ini, mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah akuntansi syari'ah cenderung memiliki persepsi yang lebih baik dibandingkan dengan mahasiswa yang belum menempuh mata kuliah akuntansi syari'ah terhadap karakteristik perbankan syari'ah.

Penelitian yang dilakukan oleh Mu'allim (2003), dengan judul "persepsi masyarakat terhadap lembaga keuangan syari'ah", hasil penelitian menunjukkan bahwa sangat penting bagi lembaga

keuangan syariah untuk meningkatkan pelayanan yang cepat dan efisien dalam meningkatkan daya tarik konsumen.

Hasil penelitian Suparno (2009), dengan judul “persepsi mahasiswa fakultas ekonomi universitas syariah kuala terhadap perbankan syariah sebagai lembaga keuangan syariah”, menjelaskan bahwa mahasiswa mengetahui karakteristik dari perbankan syariah, produk perbankan syariah dan mengetahui prinsip dari perbankan syariah. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa fakultas ekonomi universitas syariah kuala mempunyai persepsi yang positif terhadap perbankan syariah sebagai lembaga keuangan syariah.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini membahas tentang Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nahdlatul Ulama’ Jepara tentang Perbankan Syariah. Penelitian dilakukan di Universitas Nahdlatul Ulama’ Jepara (UNISNU Jepara), adapun lokasi penelitiannya terletak di Jl. Taman Siswa, Pekeng, Tahunan, Jepara, Jawa Tengah.

Populasi merupakan suatu universe, yakni wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau obyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu, Nurhayati (2012 : 36). Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISNU Jepara yang

berjumlah 1200 orang. Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (jumlahnya lebih sedikit daripada jumlah populasi). dihitung dengan Formula Slovin, Nurhayati (2012 : 44).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer, yaitu data yang secara langsung dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitian. Metode pengumpulan data yang dipilih adalah metode survey dengan penyebaran kuesioner.

Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) jenis variabel, yaitu: (1) variabel bebas, terdiri dari Karakteristik perbankan syariah (X1), Produk perbankan syariah (X2) dan Pelayanan perbankan syariah (X3) ; (2) satu variabel terikat yaitu persepsi mahasiswa (Y).

Uji kualitas alat ukur penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Dimana Validitas suatu alat ukur menunjukkan seberapa jauh alat ukur tersebut mampu mengukur apa yang seharusnya diukur dan bukan mengukur yang lain, (Rahmawati, dkk, 2004 : 110). Suatu alat ukur yang valid, tidak hanya sekedar mampu mengungkapkan data dengan tepat, namun juga harus mampu memberikan gambaran yang cermat mengenai data tersebut (Suliyanto, 2012 : 6).

Pengujian validitas data dilakukan dengan menggunakan bantuan software SPSS for windows. Sedangkan uji reliabilitas (kehandalan) untuk mengukur konsistensi instrumen penelitian. Instrumen dikatakan reliabel jika alat tersebut menunjukkan hasil yang konsisten. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6 (Rahmawati, dkk, 2004 : 114).

Teknik analisis data dalam penelitian ini dibagi dalam tiga tahapan, yaitu ; (1) tahap analisis deskriptif, (2) uji persyaratan analisis dan (3) pengujian hipotesis. Analisis Deskriptif dimaksudkan untuk memberikan penjelasan yang memudahkan peneliti dalam menjelaskan hasil analisis data dan pembahasannya. Prosedur ini akan digunakan untuk mengatur, meringkas, menyajikan data tersebut dalam format yang lebih baik untuk digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan.

Analisis deskriptif ini akan dianalisis data yang berkaitan dengan identitas responden yang meliputi jenis kelamin, program studi tingkat mahasiswa dan rata-rata jawaban responden.

Uji persyaratan meliputi uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi dan uji normalitas. Untuk pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda.

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa semua item butir pertanyaan dalam penelitian ini valid dan reliabel. Karena butir-butir pertanyaan tersebut menunjukkan lebih besar dari 0,3 sehingga seluruh item pertanyaan dari variabel bebas maupun terikat dinyatakan valid.

Sedangkan hasil uji reliabilitasnya, semua variabel dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* masing – masing variabel lebih dari 0,6 dengan demikian instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner handal.

Uji persyaratan menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi dan uji normalitas. Uji multikolinearitas, asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Gejala multikolinieritas adalah gejala korelasi antar variabel independen, nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada semua dimensi variabel independen lebih kecil dari 10, variabel karakteristik perbankan syari'ah nilai VIF adalah 1,28; variabel produk perbankan syari'ah nilai VIF 1,37; dan variabel pelayanan perbankan syari'ah nilai VIF adalah 1,26, maka dapat di ambil



kesimpulan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Uji heterokedastisitas, hasil dari pengujian didapat bahwa titik – titik menyebar secara acak dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan dalam melakukan pengujian.

Uji autokorelasi, hasil uji autokorelasi didapat nilai DW (Durbin Watson) sebesar 1,56 sehingga model regresi tidak mengalami autokorelasi. Uji normalitas, uji normalitas menggunakan grafik P-Plot, grafik P – P Plot menunjukkan titik – titik menyebar tidak berada jauh dari garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model regresi layak dipakai dalam penelitian ini.

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variabel Karakteristik, Produk dan Pelayanan Perbankan Syari'ah terhadap Persepsi Mahasiswa tentang Perbankan Syari'ah. Hasil perhitungan regresi linear berganda diperoleh persamaan sebagai berikut:  $Y = 1,068 + 0,292 X_1 + 0,217 X_2 + 0,233 X_3 + e$ .

Nilai konstanta sebesar 1,068 menyatakan bahwa jika  $X = 0$ , maka Persepsi mahasiswa sebesar 1,068. (a) Koefisien regresi karakteristik perbankan

syari'ah mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap persepsi mahasiswa.

(1) Koefisien regresi produk perbankan syari'ah mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap persepsi mahasiswa.

(2) Koefisien regresi pelayanan mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap persepsi mahasiswa.

Uji parsial digunakan untuk menguji pengaruh karakteristik perbankan syari'ah, produk perbankan syari'ah dan pelayanan perbankan syari'ah terhadap persepsi mahasiswa tentang perbankan syari'ah secara individual. (1) Hasil pengujian diperoleh bahwa karakteristik perbankan syari'ah, menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,205 > 1,97$ ) atau angka sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,205 > 1,97$ ) atau angka sig/ signifikansi lebih kecil di bawah 0,05 menunjukkan bahwa karakteristik perbankan syari'ah berpengaruh signifikan dan positif terhadap persepsi mahasiswa. (2) Hasil pengujian diperoleh bahwa produk perbankan syari'ah, menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,518 > 1,97$ ) atau angka sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,518 > 1,97$ ) atau angka sig/ signifikansi lebih kecil di bawah 0,05 menunjukkan bahwa produk perbankan syari'ah berpengaruh signifikan dan positif terhadap persepsi mahasiswa. (3) Hasil pengujian diperoleh bahwa pelayanan perbankan syari'ah, menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,094 > 1,97$ ) atau angka

sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan nilai thitung  $> t$  tabel ( $5,094 > 1,97$ ) atau angka sig/ signifikansi lebih kecil di bawah 0,05 menunjukkan bahwa pelayanan perbankan syari'ah berpengaruh signifikan dan positif terhadap persepsi mahasiswa.

Berdasarkan hasil analisis di dapat bahwa secara serempak atau bersama-sama variabel karakteristik, produk dan pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap persepsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisnu Jepara tentang perbankan syari'ah. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi lebih kecil dari probabilitas yaitu  $0,000 < 0,05$ . Sehingga hasil ini dapat membuktikan hipotesis pertama yaitu karakteristik, produk dan pelayanan perbankan syari'ah berpengaruh signifikan dan positif terhadap persepsi mahasiswa FEB Unisnu Jepara.

Hipotesis kedua yaitu bahwa variabel karakteristik perbankan syari'ah memiliki pengaruh paling dominan terhadap persepsi mahasiswa tentang perbankan syari'ah, dengan besarnya nilai variabel 0,292 dimana lebih besar dari nilai variabel produk dan pelayanan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis setuju terhadap karakteristik perbankan syari'ah yang meliputi sistem bunga adalah haram, bunga tidak digunakan dalam perbankan syari'ah, penerapan konsep bagi hasil, prinsip kerja mudharabah, salam,

istishna' dan ijarah dapat digunakan untuk produk penyaluran dana dalam perbankan syari'ah dan prinsip kerja seperti wakalah, kafalah, rahn dan qard dapat diterapkan pada produk jasa perbankan.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis masih netral (belum mengetahui secara pasti) dalam hal produk perbankan syari'ah yang meliputi prinsip jual beli, penghimpunan dana, pihak bank syari'ah menerapkan prinsip wadi'ah dan mudharabah, prinsip wadi'ah dan mudharabah biasanya diterapkan pada nasabah yang mempunyai rekening giro, produk jasa perbankan syari'ah lebih mengutamakan kepada sharf dan prinsip jasa perbankan syari'ah juga menyediakan jasa sewa (Ijarah) dalam bentuk kotak simpanan.

Bukti empiris menunjukkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis memberikan rata-rata jawaban setuju terhadap pelayanan yang diberikan perbankan syari'ah yang meliputi ketika masyarakat menghadapi masalah, bank akan memberikan perhatian terhadap penyelesaian masalah tersebut, nasabah merasa aman dengan transaksi yang mereka lakukan, perbankan syari'ah mempunyai pelayanan yang mudah dan cepat, karyawan yang ramah dan sopan, lokasi ATM yang mudah dijangkau dan karyawan perbankan syari'ah mempunyai pengetahuan yang memadai.

## Kesimpulan

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ; (1) Secara parsial atau individu variabel karakteristik mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap persepsi mahasiswa FEB Unisnu Jepara tentang perbankan syari'ah. (2) Secara parsial atau individu variabel produk mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap persepsi mahasiswa FEB Unisnu Jepara tentang perbankan syari'ah. (3) Secara parsial atau individu variabel pelayanan mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap persepsi mahasiswa FEB Unisnu Jepara tentang perbankan syari'ah. (4) Secara serentak atau bersama-sama variabel karakteristik, produk dan pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap persepsi mahasiswa. (5) Variabel karakteristik adalah variabel yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap persepsi mahasiswa.

## Daftar Pustaka

Dahlan, Alwi, dkk. (1995). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Dewantara, Erick Nurmandityo, (2004), *Sikap dan Persepsi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Perbankan Syari'ah Sebagai Lembaga Keuangan dalam Lembaga Perspektif Islam*, Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi UMS, Surakarta, 2004, Tidak dipublikasikan.

Gujarati, N. Damodar (2004), *Basic econometrics*, Fourth Edition, The

McGraw - Hill Companies, New York.

Haryadi (2007), "Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syari'ah", *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 7, No. 2 : 189 : 204

Kotler, Philips. (2004). *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control Edition*, New Jersey : Prentice Hall Inc.

Malyno, Jufry (2012), *Artikel Definisi Penelitian Deskriptif*, www. google. com.

Menteri Negara Koordinator Pengawasan Pembangunan dan Pendayagunaan Aparatur Negara. (1998). Surat Edaran Menko Wasbangpan Nomor 56/MK.WASBANGPAN 6/98 Tahun 1998 Tentang *Penataan dan Perbaikan Pelayanan Umum*. Jakarta.

Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara. (2003). Surat Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 Tahun 2003 Tentang *Pedoman Tata Laksana Pelayanan Umum*. Jakarta.

Mu'allim, Amir (2003), "Persepsi Masyarakat Terhadap Lembaga Keuangan Syari'ah", *Jurnal Hukum Islam Al-Mawarid Edisi X Tahun 2003*.

Normann. (1991). *Service Management*. Chicester, England: Wiley & Son.

Nurhayati, Siti (2012), *Metodologi penelitian praktis*, Fakultas Ekonomi, Universitas Pekalongan, Pekalongan.

Nurhasyim. (2004). *Pengembangan Model Pelayanan Haji Departemen Agama Berdasarkan Prinsip Reinventing Government Yang Berorientasi Pada Pelanggan di Kabupaten*

- 
- Gresik*. Tesis. Surabaya: Program Pasca Sarjana Universitas Airlangga
- Rahmawati A, dkk (2004), *Aplikasi Komputer*, Cetakan Pertama, UPFE, Yogyakarta.
- Suliyanto (2012), *Uji Validitas dan Reliabilitas*, <http://management-unsoed.ac.id>.
- Suriani, (2011), *Layanan Pengguna Berbasis Total Quality Service*, artikel
- Suparno, (2009), "Persepsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala Terhadap Perbankan Syari'ah Sebagai Lembaga Keuangan Syari'ah". *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi Vol. 2, No. 1. Januari 2009*.
- Thoha Miftah, (1993), *Perilaku Organisasi*, Rajawali Press: Jakarta
- Tjiptono, Fandy (2008), *Service management*, Mewujudkan layanan prima, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi dan Chandra, G (2011), *Service, quality, satisfaction*, Edisi Ketiga, Andi Offset, Yogyakarta.
- Wihandaru (2012), *Analisis regresi linear*, modul perkuliahan, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Yuna, Ustrina (2006), *Persepsi Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Terhadap Perbankan Syari'ah Sebagai Lembaga Keuangan Dalam Perspektif Islam*, Prosiding Simposium Nasional Akuntansi.