

PENGARUH PERSEPSI MASYARAKAT NON MUSLIM KOTA KENDARI TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH

Muhammad Syaifullah

Interdisciplinary Islamic Studies, Pascasarjana, UIN Sunan Kalijaga

msyaifullah.work@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of cognitive, affective and conative perceptions of non-Muslim communities on the interest in becoming a customer of Islamic banks in Kendari. This study uses descriptive quantitative methods, the research site is in several non-Muslim houses of worship in Kendari. The sampling technique used the Slovin method, which obtained a sample of 100 respondents from a total population of 21,060 non-Muslim people in Kendari. Data analysis in this study used Multiple Linear Regression Analysis with questionnaires as a data collection technique. From this research, it is concluded based on statistical tests that the cognitive, affective and conative perception variables both together (simultaneously-F-test) and individually (individual-t-test) have a significant influence on interest in becoming a customer of Islamic banks. From the results of multiple linear regression analysis, it was found that the magnitude of the influence of each variable on interest, namely cognitive perception (X1) 28.8%, affective perception (X2) 40.6% and conative perception (X3) 39.6%. Meanwhile, from the results of the coefficient of determination test (R²), it was found that the relationship between the perception variables towards interest was 73.7% with an effect of 52.9%, while the remaining 47.1% was influenced by other variables not examined (coefficient of determination test).

Keywords: *cognitive perception, affective perception, conative perception, interest, customer, non-Muslim community.*

Article History

Received: Oktober 2026

Reviewed: Oktober 2026

Published: Oktober 2026

Plagiarism Checker No
27676.43uuhg

Copyright : Author
Publish by : Tashdiq



This work is licensed under
a [Creative Commons
Attribution-NonCommercial
4.0 International License](#)

Pendahuluan

Perkembangan dunia usaha dalam berbagai jenis industri, seakan-akan tak pernah pupus karena pergeseran zaman. Demikian juga dengan perkembangan industri perbankan yang tidak berbeda jauh tingkat perkembangannya dengan industri-industri lainnya. Dengan menyesuaikan zaman dan adanya kebutuhan serta masukan dari masyarakat luas, perbankan yang ada saat ini banyak mengalami perkembangan (Nurhipnudin, 2015).

Kegiatan perekonomian sebuah negara senantiasa berkaitan dengan lalu lintas pembayaran uang, dimana industri perbankan mempunyai peranan yang strategis, yakni sebagai urat nadi sistem perekonomian. Kegiatan pokok bank yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat dalam bentuk modal usaha atau jenis pinjaman lainnya. Dengan kata lain, baik perbankan konvensional maupun perbankan syariah mempunyai fungsi sebagai intermediary servis, dimana peran tersebut hanya dilaksanakan jika perbankan beroperasi dalam keadaan sehat dan dalam lingkungan bisnis yang kondusif (Dita dan Haroni, 2012).

Perkembangan sistem keuangan syariah semakin kuat dengan ditetapkannya dasar-dasar hukum operasional melalui Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan yang telah dirubah dalam Undang-Undang No. 10 tahun 1998, Undang-Undang No. 23 tahun 1999, Undang-Undang No.9 tahun 2004 tentang Bank Indonesia, dan Undang-Undang No. 21 tahun 2008 tentang Bank Ssyariah. Tentu dukungan regulasi dari pemerintah ini memberikan peluang bagi beroperasinya bank dengan sistem syariah.

Perkembangan Bank Syariah juga menyentuh Kota Kendari, yang dimana terdapat Bank Syariah Indonesia (BSI), bank hasil penggabungan antara bank BRI Syariah (Bank Rakyat Indonesia/BRI), Bank Syariah Mandiri (Bank Mandiri), dan BNI Syariah (Bank Negara Indonesia/BNI).

Kota kendari merupakan Ibu Kota Provinsi Sulawesi Tenggara yang menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Kendari, jumlah masyarakat Kendari pada tahun 2019 mencapai 342.158 jiwa, sedangkan jumlah penduduk menurut agama dan kepercayaan, masyarakat muslim adalah 318.771 jiwa (93.16%) dan lainnya adalah masyarakat non muslim di antaranya 12.669 jiwa (3.71%) beragama Protestan, selanjutnya 7.419 jiwa (2.16%) beragama Katholik, 2.276 jiwa (0.66%) beragama Hindu dan 993 jiwa (0.29%) beragama Budha. Masyarakat Non Muslim di Kendari tersebar di seluruh kecamatan, dari sebelas kecamatan di Kendari kecamatan Kadia, Kendari Barat dan Mandonga merupakan wilayah masyarakat non muslim terbesar diantara pemeluk agama Protestan dan Katholik.

Seperti layaknya sebuah produk barang, perbankan syariah mulai diminati oleh semua kalangan konsumen (baik Muslim maupun non Muslim) di Indonesia. Konsumen mempunyai alasan-alasan tertentu atau faktor-faktor yang mempengaruhi mereka untuk mengambil keputusan dalam menetapkan pilihan pada bank syariah.

Menurut Rakhmat (2004, h. 37-43) mengklasifikasinya kedalam tiga komponen yaitu komponen afektif, komponen kognitif dan komponen konatif. Komponen yang pertama, afektif yang merupakan aspek emosional dari faktor sosiopsikologis. Komponen kognitif adalah aspek intelektual, yang berkaitan dengan apa yang diketahui manusia. Komponen konatif adalah aspek volisional, yang berhubungan dengan kebiasaan dan kemauan bertindak.

Keberhasilan sistem dalam bank syariah hingga sekarang ini disebabkan karena didukung oleh kualitas dan layanan yang diberikan oleh bank syariah sendiri. Oleh sebab itu faktor-faktor pengambilan keputusan dari calon nasabah dalam menggunkan bank syariah sangat penting diperhatikan demi kelangsungan dan tetap eksisnya bank syariah itu sendiri. Diminati atau tidaknya bank syariah dapat diketahui dengan faktor-faktor psikologi yang menyangkut aspek-aspek perilaku, sikap dan selera.

Menurut Adhitama (2014, h. 19) minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Sedangkan cita-cita merupakan perwujudan dari minat, dalam hubungan dengan prospek (jangkauan masa depan dimana seseorang merencanakan dan menentukan pilihan terhadap pendidikan, jabatan serta teman hidup.

Pengetahuan mengenai minat masyarakat non muslim pada kondisi saat ini sangatlah diperlukan oleh pihak manajemen perbankan syariah, tentunya agar bukan hanya masyarakat muslim saja yang berminat menjadi nasabah di perbankan syariah, namun juga masyarakat non muslim bisa berminat menjadi nasabah bank syariah, maka dirasa perlu untuk ekspansi ke masyarakat non muslim demi kelangsungan dan tetap eksisnya bank syariah itu sendiri.

Akan tetapi disisi lain, tidak sedikit masyarakat yang masih menganggap bahwa sistem ekonomi syariah hanya hadir untuk masyarakat muslim. Tidak bisa dipungkiri, paradigma fanatisme agama masih kental terlihat dalam masyarakat kita, sehingga persepsi pasar syariah sendiri hanya dipahami sebagai pasar untuk kaum muslim saja pasar yang "tertutup" untuk kalangan non muslim.

Teori Persepsi

Berbagai ahli memberikan definisi yang beragam tentang persepsi, walaupun pada prinsipnya mengandung makna yang sama. Menurut Rakhmat (2004, h. 51) menyatakan persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Menurutnya ada tiga aspek di dalam persepsi yang dianggap relevan dengan kognisi manusia, yaitu pencatatan indra, pengenalan pola, dan perhatian.

Pengertian persepsi menurut Slameto (2003, h. 102) menyatakan persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan dan informasi di dalam otak manusia. Informasi dan pesan yang diterima tersebut muncul dalam bentuk stimulus yang merangsang otak untuk mengolah lebih lanjut yang kemudian mempengaruhi seseorang dalam berperilaku.

Terbentuknya persepsi seseorang terhadap suatu objek pada lingkungannya didasarkan pada stimulasi atau situasi yang sedang dihadapinya, terkait pada kondisi masyarakat persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi dalam otak manusia secara terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya melalui indranya seseorang terhadap suatu objek, peristiwa ini dengan melibatkan pengalaman pengalaman yang berkaitan dengan objek tersebut melalui proses kognisi, afeksi, dan konasi untuk membentuk objek tersebut (Mahmud, 1989, h. 79).

Teori Minat

Menurut Ahmadi (2009, h. 148) Minat adalah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, dan emosi), yang tertuju pada sesuatu dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang kuat. Andi Mappiare (1994, h. 62) juga berpendapat bahwa minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut, atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

Menurut Slameto (2003, h. 180), minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Sedangkan menurut Djaali (2008, h. 121) minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Suliyanto (2005, h. 12), riset kuantitatif adalah riset yang didasarkan pada data kuantitatif dimana data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan. Sedangkan menurut Hasan (2009, h. 30), analisis kuantitatif adalah analisis yang menggunakan alat analisis bersifat kuantitatif, yaitu alat analisis yang menggunakan model-model, seperti model matematika, model statistik, dan ekonometrika. Hasil analisis disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam suatu uraian.

Waktu Penelitian dilakukan sejak 10 Mei s.d. 3 Juni 2022. Untuk tempat penelitian, peneliti menyebar kuesioner penelitian pada beberapa rumah ibadah non muslim di Kota Kendari dengan alasan karena rumah ibadah adalah tempat yang lebih mudah untuk peneliti menemui masyarakat non muslim secara langsung.

Rumah ibadah tersebut yakni di antaranya:

- a. Pura Penataran Agung Jagaditha Kendari, Jl. Mekar Indah
- b. Gereja Khatolik Santo Clemens, Jl. Dr. Sam Ratulangi
- c. Gereja Pantokesta di Indonesia (GPdI) Yesus Gembala, Jl. Saranani
- d. Gereja Khatolik St. Fransiskus Xaverius Kendari, Jl. Drs. Moh. Hatta
- e. Vihara Eka Dharma Manggala, Jl. Sultan Hasanuddin

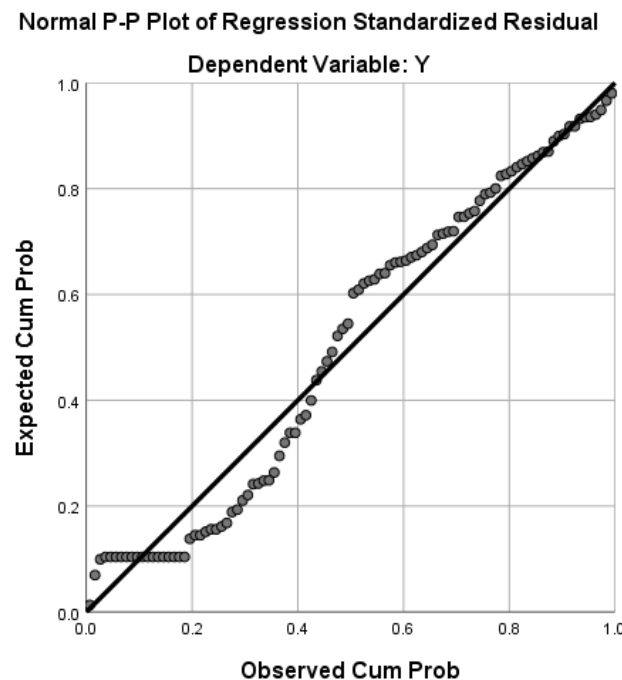
Hasil dan Pembahasan

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, berdistribusi normal atau tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali (Sunyoto, 2010, h. 103). Dasar Pengambilan Keputusan adalah :

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 1 Pengujian Normalitas dengan Normal Probabiliti Plot



Sumber: data primer diolah, 2022

Dengan melihat tampilan grafik di atas dapat diketahui bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi normal. Selain itu terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinieritas, yaitu adanya hubungan linier antar variabel independen dalam model regresi. Jika ada korelasi, maka dinamakan multikolinieritas.

Untuk mendeteksi terdapat tidaknya multikolinieritas didasarkan pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan tolerance. Nilai VIF < 10 dan Angka toleransi $> 0,10$ menunjukkan tidak adanya gejala multikoleniaritas dalam model regresi. Hasil pengujian multikoleniaritas dengan nilai VIF dan toleransi adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Rangkuman Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi Kognitif (X1)	0.619	1.616	Bebas Multikolinearitas
Persepsi Afektif (X2)	0.392	2.548	Bebas Multikolinearitas
Persepsi Konatif (X3)	0.359	2.783	Bebas Multikolinearitas

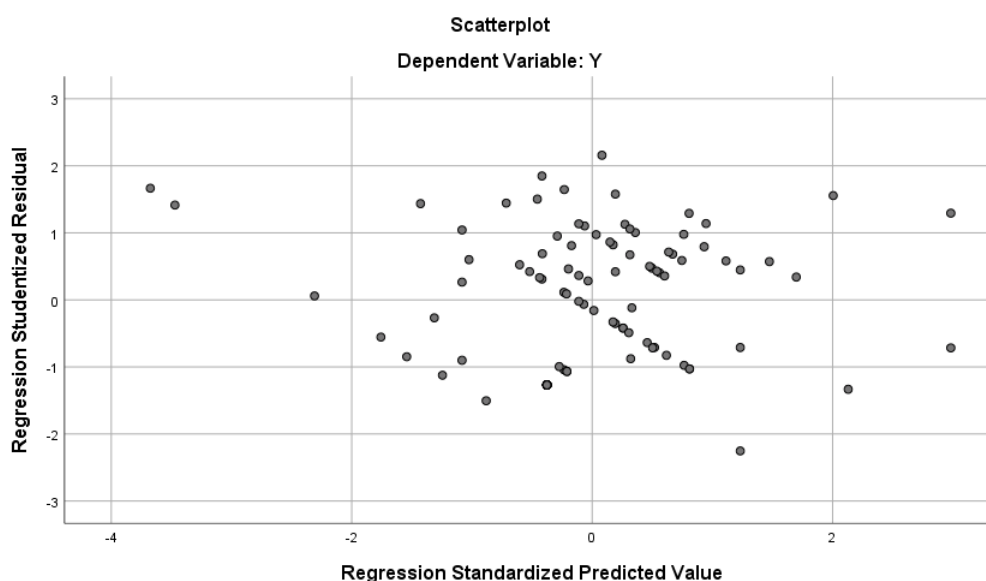
Sumber: data primer diolah, 2022

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil, dimana semuanya berada di bawah 10. Sedangkan nilai toleran semuanya di atas 0,10. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikoleniaritas, yang berarti bahwa semua variabel tersebut dapat digunakan sebagai variabel yang saling independen.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar scatterpolt, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas-nya (Sujawerni, 2015, h. 178). Hasil uji heteroskedastiitas sebagai berikut:

Gambar 2 *scatterplot*



Sumber: data primer diolah, 2022

Berdasarkan gambar *scatterplot* di atas dapat diketahui bahwa gambar atau titik-titik di atas menyebar dan tidak membentuk suatu garis atau pola tertentu. Berarti tidak terdapat heteroskedastisitas model ini, dengan kata lain semua variabel independen yang terdapat dalam model ini memiliki sebaran varian yang sama.

Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi (Umar, 2003, h. 188). Sebagai pedoman umum, bila nilai uji statistik *Durbin-Watson* < 1 atau > 3 , maka *residuals* atau *error* dari model regresi berganda terjadi autokorelasi. (Suyanto, 2006, h. 248). Berikut hasil uji autokorelasi :

Tabel 2 Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.737 ^a	.543	.529	2.627	1.140
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2					
b. Dependent Variable: Y					

Sumber: data primer diolah, 2022

Sebagaimana pedoman umum (Uyanto, 2006, h. 248) *Durbin-Watson* berkisar 0 dan 4, dimana nilai uji statistik *Durbin-Watson* <1 atau >3, maka residual atau *error* dari model regresi berganda maka dikatakan terjadi autokorelasi. Dari hasil pengujian dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* atas residual persamaan regresi diperoleh angka d-hitung sebesar 1.140, disini berarti bahwa model regresi berganda dikatakan tidak terjadi autokorelasi.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah salah satu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui apakaaah ada hubungan pengaruh antara dua variabel. Nilai koefisien determinasi menunjukkan presentase variasi nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang dihasilkan (Algifari, 2013, h. 45) dan hasil uji sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 ^a	.543	.529	2.627
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				

Sumber: data primer diolah, 2022

Dari table koefisien determinasi di atas, dapat dilihat bahwa angka koefisien korelasi (R) sebesar 0.737. Hal ini berarti hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen sebesar 73.7%. dari angka tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen cukup kuat.

Dari tabel di atas dapat juga diketahui bahwa keofisien determinasi (*Adjusted R Square*) yang diperoleh sebesar 0.529. Hal ini menunjukkan variasi perubahan minat nasabah dapat dijelaskan sebesar 52.9%, sedangkan sisanya 47.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model analisis ini.

Uji F

Uji F adalah suatu sarana pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesisnya adalah sebagai berikut:

Ho : Variabel independen persepsi kognitif, persepsi afektif dan persepsi konatif secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel minat menjadi nasabah bank syariah.

Ha : Variabel independen persepsi kognitif, persepsi afektif dan persepsi konatif secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

Apabila F hitung lebih besar dari F tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh terhadap variabel tidak bebasnya. Hasil pengujian pada lampiran sebagaimana juga pada tabel berikut ini :

Tabel 4 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	787.013	3	262.338	38.026	.000 ^b
	Residual	662.297	96	6.899		
	Total	1449.310	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2						

Sumber: data primer diolah, 2022

Dari table di atas diketahui nilai F hitung 38.026 dengan tingkat signifikasnsi 0.000, dan telah diketahui bahwa F tabel yakni 2.70. Dari data tersebut dapat diketahui :

Sig. $0.000 < 0.05 = H_0$ ditolak;

F hitung $38.026 > 2.70 = H_0$ ditolak.

Maka bisa ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama persepsi kognitif, persepsi afektif dan persepsi konatif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t adalah suatu sarana pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk melakukan uji t, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_0 : Variabel persepsi kognitif, persepsi afektif dan persepsi konatif secara sendiri-sendiri tidak berpengaruh terhadap variabel minat menjadi nasabah bank syariah di Kendari.

H_a : Variabel persepsi kognitif, persepsi afektif dan persepsi konatif secara sendiri-sendiri berpengaruh terhadap variabel minat menjadi nasabah bank syariah di Kendari.

Apabila t hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen begitu pula sebaliknya. Hasil Pengujian Uji t adalah sebagai berikut :

Tabel 5 Hasil Uji Hipotesis atau Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.087	1.714		1.218	.226
	X1	.288	.084	.300	3.417	.001
	X2	.406	.183	.244	2.217	.029
	X3	.396	.151	.301	2.617	.010
a. Dependent Variable: Y						

Sumber: data primer diolah, 2022

a. Variabel Persepsi Kognitif

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t hitung sebesar 3.417 sedangkan t tabel sebesar 1.98 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.001 di bawah 0.05 atau $0.001 < 0.05$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh secara individu variabel persepsi kognitif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kendari.

b. Variabel Perspesi Afektif

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t hitung sebesar 2.217 sedangkan t tabel sebesar 1.98 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.029 dibawah 0.05 atau $0.029 < 0.05$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh secara individu variabel persepsi afektif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kendari.

c. Variabel Konatif

Dari hasil perhitungan didapatkan nilai t hitung sebesar 2.617 sedangkan t tabel sebesar 1.98 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.010 dibawah 0.05 atau $0.010 < 0.05$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh secara individu variabel persepsi konatif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kendari.

Pembahasan Hasil Analisis Data

Setelah melakukan beberapa pengujian secara umum hasil analisis penelitian ini menunjukkan kondisi penilaian responden terhadap variabel-variabel penelitian sudah baik. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya tanggapan kesetujuan dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Dari hasil uji F menunjukkan terdapat pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen, dan berdasarkan hasil uji koefisien determinasi besaran pengaruhnya yakni sebesar 73.7%.

Sedangkan dari hasil analisis regresi menghasilkan urutan besarnya pengaruh variabel-variabel independen yang berbeda. Ini terlihat dari besarnya koefisien dari terbesar pengaruhnya sampai yang terkecil berturut-turut, yakni persepsi afektif (X_2) sebesar 0.406 atau 40.6%, persepsi konatif (X_3) sebesar 0.396 atau 39.6% dan persepsi kognitif (X_1) sebesar 0.288 atau 28.8%. Semua variabel independen secara individu berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kendari.

Pengaruh Persepsi Kognitif Terhadap Minat Menjadi Nasabah

Menurut Azizah (2020, h. 42) Aspek kognitif adalah aspek yang berhubungan dengan pengenalan akan obyek atau peristiwa. Aspek kognitif menyangkut dengan komponen pengetahuan, pandangan, cara pengharapan dengan cara mendapatkan pengetahuan atau cara berpikir, dan pengalaman masa lalu, serta segala sesuatu yang diperoleh dari hasil pikiran individu pelaku persepsi.

Berdasarkan hasil analisis data sebelumnya menyimpulkan bahwa persepsi kognitif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung masyarakat non muslim pada bank syariah di Kendari. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Rifai (2017, h. 68) yang menyimpulkan bahwa Variabel kognitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah.

Walau pengetahuan sampel tentang bank syariah berpengaruh secara signifikan terhadap minatnya menjadi nasabah bank syariah, namun perlu diketahui bahwa pengetahuan yang dimaksud tidak sepenuhnya bernilai positif (sangat setuju/setuju) tetapi ada juga yang bernilai negatif (sangat tidak setuju/tidak setuju) dan ada juga yang ragu-ragu.

Pengaruh Persepsi Afektif Terhadap Minat Menjadi Nasabah

Barus (2021, h. 12) mengatakan komponen afektif yaitu komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap objek sikap. Tunjungsari (2017, h. 12) juga mengatakan hal yang serupa bahwa afektif ialah komponen sikap yang berhubungan dengan sisi emosional seperti rasa senang atau tidak senang, menunjukkan sisi positif atau negatif.

Berdasarkan hasil analisis data sebelumnya menyimpulkan bahwa persepsi afektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung masyarakat non muslim pada bank syariah di Kendari. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Komariyah dan Farhan (2020, h. 342) yang menyimpulkan bahwa variabel afektif berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah. Sama seperti variabel sebelumnya, aspek afektif pada masyarakat non muslim di Kendari terhadap bank syariah tidak sepenuhnya bernilai positif.

Pengaruh Persepsi Konatif Terhadap Minat Menjadi Nasabah

Komariyah dan Farhan (2020, h. 342) mengatakan komponen konatif ialah komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek sikap. Patimah (2019, h. 33) mengatakan hal yang serupa bahwa komponen konatif yaitu komponen yang menunjukkan intensitas besar kecilnya kecenderungan bertindak seseorang terhadap objek sikap.

Berdasarkan hasil analisis data sebelumnya mendapati bahwa persepsi konatif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menabung masyarakat non muslim pada bank syariah di Kendari. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Nur'sakdah, dkk (2021, h. 183) yang menyimpulkan bahwa variabel Konatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli online melalui *Dropshipper* pada Media *E-Commerce*. Sama seperti dua variabel sebelumnya, aspek konatif pada masyarakat non muslim di Kendari terhadap bank syariah tidak sepenuhnya bernilai positif.

Kesimpulan

Setelah melakukan serangkaian analisis data dari bab sebelumnya diperoleh beberapa kesimpulan, yaitu:

- a. Persepsi kognitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kendari. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 3.417 sedangkan t_{tabel} sebesar 1.98 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.001 di bawah 0.05 atau $0.001 < 0.05$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Koefisien regresi variabel persepsi kognitif sebesar 0.288, maka ini menunjukkan besar hubungan antara persepsi kognitif dengan minat sebesar 28.8%.
- b. Persepsi afektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kendari. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2.217 sedangkan t_{tabel} sebesar 1.98 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.029 di bawah 0.05 atau $0.029 < 0.05$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Koefisien regresi variabel persepsi afektif sebesar 0.406, maka ini menunjukkan besar hubungan antara persepsi afektif dengan minat sebesar 40.6%.
- c. Persepsi konatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Kendari. Hal ini berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 2.617 sedangkan t_{tabel} sebesar 1.98 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0.010 di bawah 0.05 atau $0.010 < 0.05$. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Koefisien regresi variabel persepsi konatif sebesar 0.396, maka ini menunjukkan besar hubungan antara persepsi konatif dengan minat sebesar 39.6%.

Daftar Pustaka

- Adhitama. (2014). *Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Undip, Semarang)*. Skripsi: Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro Semarang.
- Ahmadi, A. (2009). *Psikologi Umum*. Jakarta: Rineka cipta

- Algifari (2013). *Statistika Deskriptif Plus (Edisi revisi Cetakan kedua)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Azizah, S. N. (2020) *Pengaruh Persepsi Masyarakat, Religiusitas, Pengetahuan Dan Dorongan Keluarga Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kabupaten Tulungagung (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Kutoanyar)*. Skripsi : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Barus, D. A. B. (2020). *Work From Home Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Persepsi Guru di Kabupaten Sikka Maumere Nusa Tenggara Timur*. Jurnal Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang Vol. 5 No. 2
- Djaali. (2008). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasan (2009). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Komariyah, F. & Farhan, A. (2020). *Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Sidoarjo dan Surabaya*. Media Mahardhika Vol. 18 No. 3 Mei
- Mahmud, M. D. (1989). *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: BPEF
- Nur'sakdah, Saufi, A., Rinuastuti, B. H. (2021). Analisis Pengaruh Sikap Terhadap Minat Beli Online Melalui *Dropshipper* Pada Media *E-Commerce*. JMM Unram, Vol 10 - Issue 3 - September.
- Nurhipnudin, lip. (2015). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Bertransaksi Mahasiswa Non Muslim pada Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Sanata Dharma Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Syari'ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Patimah (2019) *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat Etnik Mandailing Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Sumut Syariah Capem Marelana Raya*. Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Pertiwi, Dita dan Haroni Doli H. Ritonga. (2012). *Analisis Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Muamalat di Kota Kisaran*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Vol. 1. No.1
- Rakhmat, J. (2004). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya:
- Rifai, Nur (2017). *Persepsi Masyarakat Non Muslim Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Surakarta*. Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Skripsi
- Slameto. (2003). *Belajar dan Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sujawerni, V.W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Suliyanto (2005) *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Sunyoto (2010). *Uji Khi Kuadrat dan Regresi Untuk Penelitian*, Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Suyanto, Stanislaus S. (2006). *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Tunjungsari, D. S. (2017) *Persepsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Terhadap Buku Elektronik Sebagai Sumber Belajar*. Skripsi: Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Negeri Islam (UIN) Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Umar, H. (2003). *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama