**LAPORAN AKHIR PENELITIAN
DOSEN PEMULA**

**ANALISIS PERILAKU MASYARAKAT
DALAM PENGGUNAAN KARTU KREDIT SYARIAH DI MAKASSAR**

NIKEN PROBONDANI ASTUTI ST, MM (Ketua)

NURLALEY RAZAK S.SOS,MM (Anggota)

Dibiayai Oleh

Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat

Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan

Kementrian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi

Sesuai dengan Kontrak Penelitian Tahun Anggaran 2017

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI MAKASSAR BONGAYA
OKTOBER 2017**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul

: ANALISIS PERILAKU MASYARAKAT DALAM
PENGUNAAN KARTU KREDIT SYARIAH DI
MAKASSAR

Peneliti/Pelaksana

Nama Lengkap

: NIKEN PROBONDANI ASTUTI, S.T, M.M.

Perguruan Tinggi

: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya

NIDN

: 0922067901

Jabatan Fungsional

: Asisten Ahli

Program Studi

: Manajemen

Nomor HP

: 081243729434

Alamat surel (e-mail)

: nikenprobondani@gmail.com

Anggota (1)

Nama Lengkap

: NURLAELY RAZAK S.Sos, M.M

NIDN

: 0907057206

Perguruan Tinggi

: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya

Institusi Mitra (jika ada)

Nama Institusi Mitra

: -

Alamat

: -

Penanggung Jawab

: -

Tahun Pelaksanaan

: Tahun ke 1 dari rencana 1 tahun

Biaya Tahun Berjalan

: Rp 10,885,000

Biaya Keseluruhan

: Rp 15,550,000

Mengetahui,

Ketua STIEM BONGAYA

(Dr. Muh. Jusuf Radja, M.Si)
NIP/NIK 0924095101

Kota Makassar, 31 - 10 - 2017
Ketua,

(NIKEN PROBONDANI ASTUTI, S.T, M.M.)
NIP/NIK 0922067901

Menyetujui,
Kepala P3M

(Zulkarnain Basir, SE, M.Si)
NIP/NIK 0916027701

RINGKASAN

Adanya kartu kredit syariah menjadi pro dan kontra dalam masyarakat. Bagi sebagian orang benar-benar mendukung gaya hidup dan kepercayaan yang dianutnya. Mereka memilih menggunakan kartu kredit syariah untuk memanfaatkannya pada kehidupan sehari-hari. Sebagian lainnya walaupun mengetahui manfaat kartu kredit syariah, lebih memilih kartu kredit konvensional dibanding syariah.

Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 63 responden yang merupakan nasabah PT. BNI Syariah di Makassar dan alat analisis yang digunakan adalah uji validitas, reliabilitas dan analisis jalur (path analysis)

Dari penelitian yang telah dilakukan terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi (Kotler, 2003). Melalui analisis jalur dapat disimpulkan variabel kepribadian dan psikologis mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel penggunaan kartu kredit syariah. Adapun variabel kebudayaan dan sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel penggunaan kartu kredit syariah. Variabel kepribadian mempunyai pengaruh yang lebih besar daripada variabel psikologis terhadap variabel keputusan penggunaan kartu kredit syariah. Hal ini dibuktikan dengan koefisien jalur variabel yang lebih besar daripada koefisien jalur variabel psikologis.

Kata kunci :Perilaku masyarakat, budaya, sosial, pribadi, psikologi, penggunaan kartu kredit syariah, analisis jalur (path analysis)

PRAKATA

Assalamu 'Alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, suatu ungkapan rasa syukur kepada Allah SWT, karena atas Hidayah-Nyalah sehingga pelaksanaan penelitian mulai dari proses pembuatan proposal sampai dengan penyusunan laporan hasil penelitian ini dapat berjalan dengan lancar. Salawat dan salam diperuntukan kepada Rasulullah SAW, sebagai Maha Guru yang telah membimbing manusia dari alam yang gelap gulita menuju alam yang terang benderang yang penuh dengan cahaya Ilahi.

Penelitian ini dapat terwujud atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah tulus ikhlas memberikan sumbangan berupa pikiran, bimbingan, motivasi dan nasihat. Untuk semua itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada: Ibu Koordinator Kopertis Wil. IX beserta jajarannya sebagai perpanjangan tangan dari Direktorat Pendidikan Tinggi yang telah menyediakan dan memberikan dana dalam penelitian ini

1. Bapak Ketua STIEM Bongaya (Cq. Kepala P3M STIEM Bongaya) yang telah memberikan tugas kepada peneliti untuk melakukan penelitian.
2. Bapak/Ibu manajemen PT.BNI Syariah di Makassar.
3. Para responden yang telah bekerja sama dalam mengisi kuesioner dan memberikan tanggapan yang berharga ketika wawancara.
4. Teman-teman dosen STIEM Bongaya yang telah memberikan dorongan dan semangat untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Semua pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan, arahan serta dorongan kepada kami dalam menyelesaikan penelitian ini

Akhirnya kami berharap kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun guna perbaikan, penyempurnaan sampai kami dapat menyusun Laporan Akhir

Makassar, Oktober 2017
Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
BAB 1. PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Rumusan Masalah	3
Tujuan Penelitian.....	
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	5
Perilaku Masyarakat.....	5
Definisi Perilaku Masyarakat	5
Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku	5
Kartu Kredit Syariah	8
Pengambilan Keputusan Pembelian	8
Penelitian Terdahulu	10
Kerangka Pemikiran Teoritik	11
BAB 3 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	10
Tujuan.....	10
Manfaat.....	10
BAB 4 METODOLOGI PENELITIAN.....	22
Metode dan Desain Penelitian.....	22
Jenis dan Metode Pengumpulan Data	22
Lokasi Penelitian.....	22
Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	23
Metode Analisis.....	23
BAB 5 HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI.....	23
BAB 7 KESIMPULAN DAN SARAN.....	38
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN	

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan kebutuhan masyarakat modern yang semakin kompleks dengan berbagai aktivitasnya menuntut adanya sebuah cara yang cepat, tepat dan aman untuk membantu aktivitas transaksi ekonomi mereka, maka keberadaan kartu kredit saat ini sudah menjadi bagian penting dari keseharian masyarakat, terutama di kota-kota besar di Indonesia. Kartu kredit, fungsi utamanya dalam sistem pembayaran, yaitu sebagai sarana mempermudah proses transaksi yang tidak tergantung kepada pembayaran kontan dengan membawa uang tunai yang berisiko. Memiliki kartu kredit, bagi sebagian orang juga dianggap sebagai gaya hidup, atau bahkan juga simbol status. Fenomena penggunaan e-cash/e-money dalam masyarakat yang saat ini menuju *Cash-Less Society* menuntut lembaga keuangan, baik lembaga keuangan konvensional maupun lembaga keuangan syariah seolah berlomba menyediakan produk “*banking cards*” demi memanfaatkan ceruk pasar pengguna layanan *e-cash/e-money* yang semakin tinggi. Menanggapi respon pasar yang positif terhadap produk kartu kredit, beberapa perusahaan perbankan mulai mengkaji perkembangan kartu kredit supaya dapat menjaring pasar yang lebih luas. Dalam pengkajian tersebut, kartu kredit syariah diusung sebagai alternatif sekaligus inovasi produk perbankan yang diharapkan dapat memperluas nasabah bank.

Keberadaan kartu kredit syariah di Indonesia sebenarnya sudah cukup lama, bahkan kira-kira sudah hampir satu dekade yang lalu. Dasar yang dipakai dalam penerbitan kartu kredit syariah adalah fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No.54/DSN- MUI/X/2006 mengenai kartu kredit syariah. Namun demikian, harus diakui kartu kredit syariah memang produk bank syariah yang belum cukup populer alias kurang dikenal di masyarakat kita. Bila dibandingkan dengan kartu kredit konvensional, kartu kredit syariah cenderung kurang bergairah. Kondisi tersebut disebabkan masih adanya perdebatan kartu kredit syariah bisa menjadi salah satu layanan perbankan syariah atau tidak. Kalangan yang tidak memperbolehkan beranggapan penerbitan kartu kredit pada bank syariah hanya akan menimbulkan budaya konsumtif pada masyarakat, disamping berpotensi menimbulkan rasio pembiayaan bermasalah (*Non Performing Financing*). Sebaliknya pihak yang memperbolehkan menyatakan kartu kredit syariah akan memudahkan nasabah bank syariah melakukan transaksi. Fatwa yang dikeluarkan oleh DSN-MUI seolah melegalisasi penerbitan kartu kredit syariah.

Walaupun demikian kartu kredit syariah masih menjadi salah satu opsi masyarakat yang disukai sebagai alat dalam bertransaksi, bahkan tidak menjadi barang langka lagi

untuk digunakan umat Muslim maupun non Muslim sewaktu melakukan proses pembayaran. Hal seperti ini disebabkan karena keperluan dan kebutuhan manusia yang terus meningkat dan harus dipenuhi. Berdasarkan data Asosiasi Kartu Kredit Indonesia hingga Agustus 2015 pengguna kartu kredit syariah semakin bertambah. Bahkan, tidak sedikit pengguna kartu kredit konvensional non muslim juga beralih ke kartu kredit syariah. Penyebabnya tidak lain karena banyaknya keuntungan yang ditawarkan kartu kredit syariah (cekaja.com 2015). Namun sampai saat ini baru 2 bank penerbit kartu kredit syariah di Indonesia yaitu Hasanah Card yang diterbitkan oleh Bank BNI Syariah dan CIMB Niaga Syariah meluncurkan kartu pembiayaan syariah Gold Card

Makassar merupakan kota terbesar di urutan kelima dengan jumlah penduduk 1.652.305 jiwa (ilmupengetahuan.com,2016) dan mayoritas beragama Islam. Keterlibatan masyarakat Muslim pastinya berpengaruh besar terhadap perkembangan dan penggunaan kartu kredit syariah di Indonesia. Begitu juga dengan masyarakat Muslim yang ada di Kota Makassar, dapat diasumsikan bahwa cukup banyak masyarakat Muslim Kota Makassar yang bertransaksi menggunakan kartu kredit sewaktu melakukan pembayaran di tempat-tempat tertentu terutama ditempat perbelanjaan seperti Mall yang terdapat banyak merchants bekerjasama dengan bank baik konvensional maupun syariah. Tarik ulur pendapat mengenai kartu kredit syariah menyebabkan kebingungan di tengah masyarakat untuk menggunakan kartu kredit syariah begitu juga di Makassar.

Perkembangan kartu kredit syariah sendiri di Indonesia masih dikatakan rendah berbeda dengan perkembangan kartu kredit syariah di Malaysia dan Singapura yang berkembang dengan pesat. Hal inilah yang menjadi perhatian saya, bukankah penduduk muslim di Indonesia merupakan penduduk muslim terbanyak di dunia tetapi kenyataannya belum banyak masyarakat muslim yang berminat dengan kartu kredit syariah bahkan mereka lebih berminat untuk menggunakan kartu kredit konvensional yang jelas-jelas mengandung riba. Apabila hal ini dibiarkan lebih lanjut, maka eksistensi kartu kredit syariah itu sendiri dapat dikhawatirkan.

Dari kenyataan diatas, timbullah suatu pertanyaan sebenarnya sejauh mana peluang dan tantangan yang dimiliki oleh kartu kredit syariah sehingga belum banyak bank syariah yang mau meluncurkan kartu kredit syariah dan mengapa animo masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim masih rendah terhadap keberadaan Kartu Kredit Syariah.

Kota Makassar sebagai ibukota provinsi Sulawesi Selatan merupakan kota metropolitan terbesar di kawasan Indonesia Timur dan salah satu kota di Indonesia yang memiliki laju pertumbuhan ekonomi paling tinggi. Hal inilah yang mendorong BNI Syariah untuk membuka layanan di kota Makassar sejak tahun 2001. BNI Syariah Makassar per

maret 2017 tercatat laba yang didapat sebesar Rp 13,8 Miliar dengan total penghimpunan DPK sebesar Rp 596 Miliar dan pembiayaan sebesar Rp 561 Miliar (<http://keuangansyariah.mysharing.co/bni-syariah-makassar-perkuat-layanan-dengan-merelokasi-kantor-cabang/>). BNI Syariah merupakan salah satu dari dua bank syariah di Indonesia yang menerbitkan kartu kredit syariah selain CIMB Niaga Syariah.

1.2 Perumusan Masalah

Kehidupan di kota-kota besar yang penuh kesibukan membuat orang cenderung menginginkan yang serba cepat, mudah dan praktis. Fenomena ini oleh pihak bank selaku penerbit kartu kredit dijadikan acuan untuk menawarkan kepraktisan dan keamanan dalam berbelanja. Adanya kartu kredit syariah menjadi pro dan kontra dalam masyarakat. Bagi sebagian orang benar-benar mendukung gaya hidup dan kepercayaan yang dianutnya mereka memilih menggunakan kartu kredit syariah sehingga mereka bisa memanfaatkannya pada kehidupan sehari-hari. Sebagian lainnya walaupun mengetahui manfaat kartu kredit syariah, lebih memilih kartu kredit konvensional dibanding syariah. Berdasarkan latar belakang permasalahan pada penelitian ini dapat dirumuskan beberapa permasalahan

1. Apakah perilaku konsumen yang dipengaruhi faktor kebudayaan, sosial, kepribadian dan psikologis mempunyai pengaruh terhadap keputusan penggunaan kartu kredit syariah?
2. Faktor manakah dari keempat faktor tersebut yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap keputusan penggunaan kartu kredit syariah?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis perilaku konsumen yang dipengaruhi faktor kebudayaan, sosial, kepribadian dan psikologis mempunyai pengaruh terhadap keputusan penggunaan kartu kredit syariah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor manakah dari keempat faktor tersebut yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap keputusan penggunaan kartu kredit syariah

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan ini mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi penulis sendiri, maupun bagi para pembaca atau pihak-pihak lain yang berkepentingan.

1. Manfaat akademis.

Penelitian ini erat hubungannya dengan mata kuliah Manajemen Bank Syariah, Manajemen Pemasaran Bank, Perilaku Konsumen, Keuangan sehingga dengan melakukan penelitian ini diharapkan penulis dan semua pihak yang berkepentingan dapat lebih memahaminya

2. Manfaat dalam implementasi atau praktik.

- a. Sebagai indikator awal untuk mengukur kualitas bank syariah di Indonesia khususnya di Makassar.
- b. Sebagai referensi untuk membangun bank syariah lebih baik lagi khususnya kartu kredit syariah dalam mensosialisasikan prinsip dan produk bank syariah.

1.5 Target Luaran

Luaran Penelitian yang dicapai pada penelitian ini adalah publikasi ilmiah dalam jurnal lokal yang mempunyai ISSN.

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Masyarakat

2.1.1 Definisi Perilaku Masyarakat

Perilaku (manusia) menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud di gerakan (sikap); tidak saja badan atau ucapan. Dalam buku lain disebutkan bahwa yang dimaksud perilaku manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung, maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar (Notoatmodjo, 2003:114). Masyarakat juga dapat diartikan adanya sejumlah manusia saling berhubungan satu sama lain yang memiliki kepentingan, kebutuhan, dan kelas strata sosial ekonomi yang berbeda, dan tinggal dalam suatu tempat yang sama. Dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan perilaku masyarakat adalah perilaku sejumlah manusia saling berhubungan satu sama lain berupa reaksi yang terwujud pada sikap sekelompok manusia berupa karakter dan keyakinan yang berbeda pada setiap individu dalam suatu kehidupan. Sebagai masyarakat perilaku konsumtif dapat disesuaikan dengan kelas sosial ekonomi dan tingkat besar kecilnya pendapatan yang dimiliki. Semakin tinggi kelas sosial masyarakat itu, maka kemungkinannya cukup besar dalam penggunaan kartu kredit lebih dari satu sekaligus menjadi tren seseorang dalam melakukan transaksi pembayaran, jangankan untuk melakukan pembayaran yang nominalnya tinggi, yang cukup murah pun bisa jadi akan menggunakan kartu kredit karena sudah menjadi sebuah kebiasaan yang mengakibatkan pola konsumsi secara berlebih-lebihan/ mubazir dalam istilah Islam.

2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku

Gibson juga berpendapat bahwa perilaku timbul karena suatu sebab, perilaku diarahkan kepada tujuan, perilaku yang diamati masih dapat diukur, perilaku yang tidak langsung dapat diamati (seperti berfikir dan persepsi) juga penting dalam mencapai tujuan, serta perilaku bermotivasi (Kottler, 2003) menyatakan empat karakteristik atau faktor yang mempengaruhi perilaku masyarakat :

Budaya	Sosial	Pribadi	Psikologi
Budaya Sub budaya Kelas sosial	Kelompok acuan Keluarga Peran dan status	Umur dan tahap daur hidup Pekerjaan Situasi ekonomi Gaya hidup Kepribadian dan konsep diri	Motivasi Persepsi Pengetahuan Keyakinan dan sikap

Gambar.2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

1. Faktor Budaya

Budaya merupakan suatu petunjuk arahan pada fase pemecahan masalah di masyarakat untuk memuaskan kebutuhan psikologis, personal dan sosial. Sub-budaya adalah bagian kecil dari budaya atau kelompok orang yang mempunyai sistem sama berdasarkan pada pengalaman hidup dan situasi. Sub-budaya termasuk nasionalitas, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Sedangkan kelas sosial adalah divisi masyarakat yang relative permanen dan teratur dengan para anggotanya menganut nilai- nilai, minat, dan tingkah laku yang serupa.

2. Faktor Sosial

Perilaku masyarakat juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status sosial masyarakat. Kelompok kecil merupakan orang atau kelompok yang berperan sebagai titik referensi dari individu untuk membentuk nilai, sikap serta perilaku baik secara umum maupun khusus. Keluarga adalah orang atau pihak yang dihubungkan karena pertalian darah atau keturunan dengan perkawinan. Anggota keluarga dapat sangat mempengaruhi perilaku masyarakat. Keterlibatan suami istri sangat bervariasi menurut kategori produk dan menurut tahap proses pembelian. Peran dan status sosial konsumen yaitu seseorang individu mempunyai tugas peranan yang berbeda saat berpartisipasi dalam keluarga ataupun organisasi. Seseorang individu mempunyai peranan beragam dalam keluarga.

3. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi berbagai karakteristik dari individu itu sendiri. Mulai dari umur dan tahap daur hidup. Orang mengubah barang dan jasa yang mereka beli selama masa hidupnya. Selera akan makanan, pakaian, perabotan, rekreasi sering kali berhubungan dengan umur. Membeli juga dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga, tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaannya.

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya pekerjaan kasar cenderung membeli lebih banyak pakaian untuk bekerja, sedangkan pekerja kantor lebih banyak membeli jas dan dasi. Situasi ekonomi, kondisi ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk. Gaya hidup, orang yang berasal dari sub-budaya, kelas sosial, pekerjaan yang sama mungkin mempunyai gaya hidup yang jauh berbeda. Gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam psikografiknya. Gaya hidup mencakup sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial atau kepribadian seseorang. Gaya hidup menampilkan pola beraksi dan berinteraksi seseorang secara keseluruhan perilaku membelinya. Kepribadiannya mengacu pada karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respon yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan

sekitarnya.

4. Faktor Psikologi.

Pilihan barang yang dikonsumsi seseorang lebih lanjut dipengaruhi oleh faktor psikologi yang penting. Motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap. motivasi adalah kebutuhan yang cukup menekan untuk mengarahkan seseorang mencari cara untuk memuaskan kebutuhan tadi. Seseorang mempunyai banyak kebutuhan pada suatu saat. Kebutuhan biologis, yang muncul dari keadaan yang tegang seperti lapar, haus, atau merasa tidak nyaman. Setelah itu kebutuhan psikologis, yang sering muncul dari kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa memiliki. Kebanyakan dari kebutuhan ini tidak cukup kuat memotivasi seseorang supaya bertindak pada suatu saat. Kebutuhan berubah menjadi motif kalau merangsang sampai tingkat intensitas yang mencukupi.

Keyakinan dan sikap. melalui tindakan dan pembelajaran, orang mendapatkan keyakinan dan sikap. Keduanya ini pada waktunya, akan mempengaruhi perilaku konsumsi. Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu. Orang yang mempunyai sikap terhadap agama, politik, pakaian, dan hampir segala sesuatu yang lain. Sikap mengenai evaluasi, perasaan, dan kecenderungan dari seseorang terhadap suatu objek atau ide yang relatif konsisten.

2.2 Kartu Kredit Syariah

Secara terminologis, kartu kredit adalah suatu jenis alat pembayaran sebagai pengganti uang tunai, yang sewaktu-waktu dapat ditukarkan apa saja yang diinginkan dimana saja ada cabang yang dapat menerima kartu kredit dari bank atau perusahaan yang mengeluarkannya. Pengertian lainnya yang lebih rinci dari kartu kredit ini adalah uang plastik yang diterbitkan oleh suatu institusi yang memungkinkan pemegang kartu untuk memperoleh kredit atas transaksi yang dilakukannya dan pembayarannya dapat dilakukan secara angsuran dengan membayar sejumlah bunga (finance charge) atau sekaligus pada waktu yang telah ditentukan

Sharia card atau kartu kredit syariah pada dasarnya hampir tidak ada perbedaan yang sangat mendasar dengan sharia charge card. Yang membedakan keduanya adalah di dalam sharia charge card tidak terdapat ketentuan mengenai ta'wīdh (ganti rugi) sebagaimana halnya yang diatur di dalam ketentuan sharia card atau kartu kredit. Pengertian kartu kredit syariah adalah kartu yang berfungsi sebagai kartu kredit yang memiliki hubungan hukum (berdasarkan sistem yang sudah ada) antara para pihak

2.2.1 Definisi Kartu Kredit Syariah

Menurut Sholihin (2010:392): Kartu kredit (Inggris; credit card, Arab; bithaqah i'timan) yang dalam Islamic finance dikenalkan istilah Islamic card atau syariah card di dunia yang menuju less cash society pada hakikatnya merupakan salah satu instrumen dalam sistem pembayaran sebagai sarana mempermudah proses transaksi yang tidak tergantung kepada pembayaran kontan dengan membawa uang tunai yang berisiko. Dalam beberapa literatur fikih kontemporer, status hukumnya sebagai objek atau media jasa kafalah (jaminan) yang disertai talangan pembayaran (qardh) serta jasa ijarah untuk kemudahan transaksi. Perusahaan perbankan dalam hal ini yang mengeluarkan kartu kredit (bukti kafalah) sebagai penjamin (kafil) bagi pengguna kartu kredit tersebut dalam berbagai transaksi. Oleh karena itu, berlaku di sini hukum kafalah, qardh, dan ijarah (Sholihin, 2010:392).

Secara prinsip kartu kredit tersebut diperbolehkan syariah selama dalam praktiknya tidak bertransaksi dengan sistem riba yaitu memberlakukan ketentuan bunga bila pelunasan utang kepada penjamin lewat jatuh tempo pembayaran atau menunggak. Di samping itu ketentuan uang jasa kafalah tadi tidak boleh terlalu mahal sehingga memberatkan pihak terutang atau terlalu besar melebihi batas rasional, agar terjaga tujuan asal dari kafalah, yaitu jasa pertolongan berupa jaminan utang kepada merchant, penjual barang atau jasa yang menerima pembayaran dengan kartu kredit tertentu (Sholihin, 2010:393). Menurut Fatwa DSN MUI No. 54/DSN-MUI/X/2006, tentang Syariah Card dalam Soemitra (2010:379). “Syariah Card adalah kartu yang berfungsi seperti kartu kredit yang hubungan hukum (berdasarkan sistem yang sudah ada) antara para pihak berdasarkan prinsip Syariah”.

2.2.2 Landasan Hukum

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ
الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ
اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ﴿٥١﴾

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya. (QS. Al-Maidah [5]: 1).

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ ۚ وَأَوْفُوا
بِالْعَهْدِ ۖ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا ﴿٣٤﴾

Artinya:

“Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfa'at) sampai ia dewasa dan penuhilah janji; sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggung jawaban” (QS. al-Isra’ [17]: 34).

قَالُوا نَفَقِدُ صَوْاعَ الْمَلِكِ وَلِمَن جَاءَ بِهِ حِمْلُ بَعِيرٍ وَأَنَا بِهِ زَعِيمٌ
﴿٧٢﴾

Artinya:

“Penyeru-penyeru itu berkata: "Kami kehilangan piala raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh bahan makanan (seberat) beban unta, dan aku menjamin terhadapnya” (QS. Yusuf [12]: 72).

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya:

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengahnya antara yang demikian” (QS. al-Furqan [25]: 67).

وَعَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ ۚ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذِرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾

Artinya:

“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros” (QS. al-Isra’ [17]: 26).

إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya:

“Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya” (QS. al-Isra’ [17]: 27).

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ
وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ
إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya:

Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. (QS. al-Baqarah [2]: 275).

لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ (رواه ابن ماجه والدارقطني وغيرهما عن أبي سعيد
الخدري)

Artinya:

“Tidak boleh membahayakan (merugikan) diri sendiri maupun orang lain” (HR, Ibnu Majah, Daraquthni, dan yang lain dari Abu Sa’id al-Khudri).

نَعِ ابْنُ مَسْعُودٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ {
مَّ قَالَ مَا مِنْ مُسْلِمٍ يُقْرِضُ مُسْلِمًا قَرْضًا مَرَّتَيْنِ
إِلَّا كَانَ كَصَدَقَتِهَا مَرَّةً }

Artinya:

Ibnu Mas'ud meriwayatkan bahwa: Nabi SAW. berkata: “Bukan seorang muslim (mereka) yang meminjamkan muslim (lainnya) dua kali kecuali yang satunya adalah (senilai) sedekah” (HR. Ibnu Majah-no. 2421, Kitab Al Ahkam, Ibnu Hibban; dan Baihaqi).

2.2.3 Akad-Akad yang Digunakan dalam Kartu Kredit Syariah

Menurut Ascarya (2007:35), “akad (ikatan, keputusan, atau penguatan) atau perjanjian atau kesepakatan atau transaksi dapat diartikan sebagai komitmen yang terbingkai dengan nilai-nilai Syariah”. Terdapat tiga akad yang digunakan dalam kartu kredit syariah, yaitu

1. Kafalah

Pengertian “Akad kafalah” menurut UU No. 21 Tahun 2008 adalah “akad pemberian jaminan yang diberikan satu pihak kepada pihak lain, di mana pemberi jaminan (kafil) bertanggung jawab atas pembayaran kembali utang yang menjadi hak penerima jaminan (makful)”. Ulama Hanafiah dan Abu Muhammad Muwaffiq al-Din ‘Abd Allah bin Qudamah al-Muqdisi dalam Hakim (2011:278), membagi kafalah kepada tiga, yaitu: penjaminan jiwa, penjaminan utang; dan penjaminan harta atau zat. Dalam pandangan Hanafiah yang dikutip oleh Hakim (2011:278), rukun kafalah itu hanya satu, yaitu al-ijâb wa al-qabûl. Rukun ini menurut fatwa harus dinyatakan oleh para pihak untuk menunjukkan kehendak mereka dalam mengadakan akad kafalah. Konsekuensi dari ijab qabul adalah bahwa pihak penjamin dapat menerima imbalan (fee) selama tidak memberatkan pihak lain sehingga kafalah dengan fee bersifat mengikat dan tidak bisa dibatalkan secara sepihak. Menurut Ascarya (2007:106), rukun dari akad kafalah yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa hal, yaitu:

- a. pelaku akad, yaitu kâfil (penanggung) adalah pihak yang menjamin, dan makful (ditanggung), adalah pihak yang dijamin.
- b. objek akad, yaitu makful alaih (tertanggung) adalah objek penjaminan; dan
- c. shighah, yaitu ijab dan qabul.

Menurut Ascarya (2007:106), syarat-syarat dari akad kafalah, yaitu:

- a. objek akad harus jelas dan dapat dijamin; dan
- b. tidak bertentangan dengan syariat Islam.

Fasilitas kafalah diberikan oleh bank kepada nasabah dalam rangka mendukung kelancaran transaksi bisnis nasabah dengan berbagai pihak dengan memberikan perlindungan terhadap mitra usaha nasabah (Huda dan Mohamad Heykal, 2010:107). Adapun pengaplikasian kafalah dapat dilihat pada salah satu produk perbankan yaitu kartu kredit syariah. Huda dan Mohamad Heykal (2010:110) menyatakan bahwa bank menjamin nasabah (pemegang kartu) untuk belanja tanpa uang cash kepada pihak ketiga (merchant). Karena penjaminan itu, maka bank selaku kafil dapat mengenakan ujah (fee) kepada nasabah.

2. Qardh

Menurut Dewi (2007:95), “al-qardh adalah pembelian harta kepada orang lain yang dapat ditagih kembali atau dengan kata lain meminjamkan tanpa mengharapkan imbalan”. Menurut Ascarya (2007:48), rukun dari akad Qardh atau Qardhul Hasan yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa:

- a. pelaku akad, yaitu muqtaridh (peminjam), pihak yang membutuhkan dana, dan muqridh (pemberi pinjaman), pihak yang memiliki dana
- b. objek akad, yaitu qardh (dana)
- c. tujuan, yaitu ‘iwad atau countervalue berupa pinjaman tanpa imbalan (pinjam Rp. X,- dikembalikan Rp. X,-); dan
- d. shighah, yaitu Ijab dan Qabul.

Menurut Ascarya (2007:48), syarat dari akad Qardh atau Qardhul Hasan yang harus dipenuhi dalam transaksi, yaitu:

- a. kerelaan kedua belah pihak; dan
- b. dana digunakan untuk sesuatu yang bermanfaat dan halal.

Produk pembiayaan al-qardh merupakan salah satu sisi efisiensi Bank Syariah dibandingkan Bank konvensional. Produk ini berupa transaksi kredit pembiayaan dalam bentuk pinjaman dana tanpa imbalan. Dimensi efisiensi Bank Syariah, khususnya biaya yang harus dibayar oleh nasabah, dijumpai juga dalam produk pembiayaan lainnya seperti murabah, salam, istishna’, ijarah, wakalah, kafalah, dan hawalah. Semua produk ini tidak mensyaratkan adanya biaya administrasi, dan walaupun ada, sifatnya fakultatif berdasarkan kerelaan dan kewajiban. Hal ini berbeda dengan Bank konvensional yang mensyaratkan biaya administrasi dalam setiap transaksi perbankan (Hakim, 2011:270).

3. Ijarah

Menurut Huda dan Mohamad Heykal (2010:79), “secara etimologi ijarah berarti: sewa, upah, jasa, atau imbalan”. Menurut Sayyid Sabiq dalam Ascarya (2007:99), “ijarah adalah suatu jenis akad untuk mengambil manfaat dengan jalan penggantian”. Dalam hal ini Penerbit Kartu adalah penyedia jasa sistem pembayaran dan pelayanan terhadap pemegang kartu. Atas Ijarah ini, pemegang kartu dikenakan membership fee (Soemitra, 2010:381). Menurut Huda dan Mohamad Heykal (2010:82), berdasarkan objeknya, ijarah terdiri dari:

- a. ijarah di mana objeknya manfaat dari barang, seperti sewa mobil, sewa rumah, dan sebagainya
- b. ijarah di mana objeknya adalah manfaat dari tenaga seorang seperti jasa konsultan, pengacara, buruh, kru, jasa guru/dosen, dan sebagainya.

Perbedaan aturan teknis transaksi ijarah yang obyeknya manfaat dengan ijarah yang obyeknya jasa adalah, dalam jasa nasabah tidak dikenakan kewajiban untuk menjaga keutuhan obyek sewa, dan tidak pula dibebani tanggung jawab atas kerusakan obyek sewa. Ketentuan ini bertolak belakang dengan aturan untuk transaksi ijarah yang obyek sewanya manfaat barang. Adapun ketentuan lainnya relatif sama. Dalam kontek perbankan syariah, aturan ijarah untuk multijasa adalah bahwa bank selaku pihak yang menyediakan pembiayaan untuk nasabah yang menggunakan akad ijarah untuk multi jasa dapat memperoleh imbalan jasa atau fee (Hakim, 2011:262).

Menurut Ascarya (2007:101), rukun dari akad ijarah yang harus dipenuhi dalam transaksi ada beberapa, yaitu:

- a. Pelaku akad, yaitu musta’jir (penyewa) adalah pihak yang menyewa aset, dan mu’jir/muajir (pemilik) adalah pihak pemilik yang menyewakan aset;
- b. Objek akad, yaitu ma’jur (aset yang disewakan), dan ujah (harga sewa); dan Shighah, yaitu Ijab dan Qabul.

2.2.4 Batasan-Batasan Kartu Kredit Syariah

Menurut Soemitra (2010:381), kartu plastik syariah memiliki batasanbatasan,yaitu:

- a. Tidak menimbulkan riba.
- b. Tidak digunakan untuk transaksi yang tidak sesuai dengan syariah.
- c. Tidak mendorong pengeluaran yang berlebihan (israf), dengan cara antara lain menetapkan pagu maksimal pembelanjaan.

4. Pemegang kartu utama harus memiliki kemampuan finansial untuk melunasi pada waktunya.
5. Tidak memberikan fasilitas yang bertentangan dengan syariah.

2.2.5 Biaya Finansial (Fee) yang Terkait dengan Kartu Kredit Syariah

Menurut Soemitra (2010:381-382), sebagai lembaga bisnis, penerbit kartu plastik syariah boleh mengambil fee dengan ketentuan:

1. Iuran keanggotaan (membership fee); penerbit kartu berhak menerima iuran keanggotaan (rusum al-'udhwiyyah) termasuk perpanjangan masa keanggotaan dari pemegang kartu sebagai imbalan (ujrah) atas izin penggunaan fasilitas kartu.
2. Merchant fee; penerbit kartu boleh menerima fee yang diambil dari harga objek transaksi atau pelayanan sebagai upah/imbalan (ujrah) atas perantara (samsarah), pemasaran (taswiq) dan penagihan (tahsil al-dayn)
3. Fee penarikan uang tunai; Penerbit kartu boleh menerima fee penarikan tunai (rusum sahb al-qunud) sebagai fee atas pelayanan dan penggunaan fasilitas yang besarnya tidak dikaitkan dengan jumlah penarikan.
4. Fee Kafalah; penerbit kartu boleh menerima fee dari pemegang kartu atas pemberian kafalah.

Semua bentuk fee harus ditetapkan pada saat akad aplikasi kartu secara jelas dan tetap, kecuali untuk merchant fee. Menurut Soemitra (2010:382), penerbit kartu plastik syariah juga dibatasi dalam hal pengenaan ganti rugi dan denda, yaitu dengan ketentuan:

1. Ta'widh

Penerbit kartu dapat mengenakan ta'widh, yaitu ganti rugi terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan oleh penerbit kartu akibat keterlambatan pemegang kartu dalam membayar kewajibannya yang telah jatuh tempo.

2. Denda Keterlambatan (Late Charge)

Penerbit kartu dapat mengenakan denda keterlambatan pembayaran yang akan diakui seluruhnya sebagai dana sosial.

2.3 Pengambilan Keputusan Pembelian

Masyarakat memutuskan untuk melakukan suatu pembelian terhadap suatu produk dipengaruhi dari proses pembelian yang spesifik, mulai dari urutan mengenali kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan membeli, sampai perilaku pasca pembelian. Setiap manusia selalu berusaha memenuhi segala kebutuhannya yang selalu

meningkat, sedangkan kemampuan untuk mencapai semua yang diinginkan itu terbatas. Demikian halnya bila semakin banyaknya masyarakat muslim yang menggunakan kartu kredit, apalagi kepemilikannya lebih dari satu kartu yang menandakan pertumbuhan ekonomi di Indonesia khususnya di kota Makassar terus mengalami peningkatan sesuai dengan pesatnya kemajuan teknologi yang terus berkembang.

2.4 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi Sukma Kristianti tahun 2014 dengan judul Kartu Kredit Syariah dan Perilaku Konsumtif Masyarakat menjelaskan kartu kredit syariah memberikan pengaruh yang sangat besar dalam peningkatan kegiatan transaksi konsumsi masyarakat, khususnya masyarakat Muslim. Pola perilaku konsumen masyarakat Indonesia yang masih sangat mengikuti trend bukan pada kebutuhan, lebih melihat kemasan yang menarik, lebih karena dorongan kelompok sosial dan merupakan konsumen instant, maka keberadaan kartu kredit menjadi pemicu meningkatnya perilaku konsumtif masyarakat Muslim di Indonesia.

Penelitian dengan judul Syariah Card Ditinjau dari Asas Utilitas dan Masalah oleh Hengki Firmada 2014 menjelaskan Penerbitan syariah card sangat bermanfaat bagi manusia, yaitu mempermudah manusia untuk melakukan pembayaran, dan memberikan rasa aman kepada manusia karena tidak perlu membawa uang yang banyak. Penggunaan kartu kredit syariah di Indonesia cukup banyak walaupun dengan banyaknya perdebatan.

Penelitian yang dilakukan Indah Nuhayati dengan judul Kajian Fiqh dan Perkembangan Kartu Kredit Syariah (Syariah Card) tahun 2015 di Indonesia Kartu-kartu kredit syariah memberikan alternatif-alternatif dalam penggunaan kartu kredit di Indonesia, saling berkompetisi dalam memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, dan diharapkan dengan adanya kartu kredit syariah tersebut, umat muslim ataupun non muslim di Indonesia dan di internasional dapat menggunakannya seoptimal mungkin kartu kredit syariah sebagai upaya meminimalisir penggunaan kartu kredit yang berbasis bunga digantikan dengan kartu kredit syariah

2.5 Kerangka Pikir

Secara skematis penelitian ini dapat dirancang, diagram spesifikasi dari penggunaan kartu kredit syariah, hal ini dapat digambarkan sebagai berikut

Gambar 2.2 Kerangka Pikir Perilaku Masyarakat terhadap Penggunaan Kartu Kredit
Hipotesis

- H1 : faktor budaya berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan kartu kredit syariah
- H2 : faktor sosial berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan kartu kredit syariah
- H3 : faktor pribadi berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan kartu kredit syariah
- H4 : faktor psikologis berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan kartu kredit syariah
- H5 : faktor pribadi paling berpengaruh dalam pengambilan keputusan penggunaan kartu kredit syariah

BAB 3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh faktor kebudayaan, sosial, kepribadian dan psikologis mempunyai pengaruh terhadap keputusan penggunaan kartu kredit syariah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis faktor manakah dari keempat faktor tersebut yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap keputusan penggunaan kartu kredit syariah

3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan ini mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi penulis sendiri, maupun bagi para pembaca atau pihak-pihak lain yang berkepentingan.

1. Manfaat akademis

Penelitian ini erat hubungannya dengan mata kuliah Manajemen Bank Syariah, Manajemen Pemasaran Bank, Perilaku Konsumen, Keuangan sehingga dengan melakukan penelitian ini diharapkan penulis dan semua pihak yang berkepentingan dapat lebih memahaminya.

2. Manfaat dalam implementasi atau praktik.

- a. Sebagai indikator awal untuk mengukur kualitas bank syariah di Indonesia khususnya di Makassar
- b. Sebagai referensi untuk membangun bank syariah lebih baik lagi khususnya kartu kredit syariah dalam mensosialisasikan prinsip dan produk bank syariah

BAB 4. METODE PENELITIAN

4.1 Metode dan Desain Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode kajian lapangan (field studies) yaitu suatu kajian ilmiah Non Eksperimental yang secara sistematis mempelajari hubungan atau korelasi dan menguji hipotesis, serta dilakukan dalam situasi kehidupan nyata (Kerlinger, 1986).

4.2 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Teknik observasi dalam penelitian ini merupakan tahap awal penelitian dengan melakukan pencatatan dan pengamatan langsung ke wilayah penelitian yaitu mencatat hal-hal yang berkaitan variabel penelitian serta informasi lain yang berkaitan dengan penelitian.

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dalam penelitian ini dengan mencari data mengenai hal-hal yang ada kaitannya dengan penelitian, yaitu gambaran umum kota Makassar.

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan bertujuan sebagai alat bantu untuk mengumpulkan data variabel penelitian, yaitu dengan cara menyebarkan serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden.

Untuk perhitungan skornya dilakukan dengan menggunakan teknik skala Likert dengan lima alternatif jawaban, yaitu: Sangat Setuju (diberi skor 5), Setuju (diberi skor 4), Kurang setuju (diberi skor 3), Tidak Setuju (diberi skor 2), dan Sangat Tidak Setuju (diberi skor 1).

4.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ditentukan dengan cara sengaja (purposive) pada PT. Bank BNI Syariah jalan Sam Ratulangi Makassar

4.4 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, populasinya adalah masyarakat yang sudah menggunakan kartu kredit syariah. Peneliti sengaja memilih nasabah PT.BNI Syariah Makassar yang berjumlah 169 orang. Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan, maka digunakan rumus Slovin (Husein, 2003) sebagai berikut :

Keterangan n = jumlah sampel minimal

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

N=tingkat populasi

e=tingkat kesalahan 0,10

Jadi besarnya sampel yaitu :

$$n = \frac{169}{1+169 (10\%)^2}$$

n = 62,82 Jadi besarnya sampel dibulatkan yaitu 63 responden

Dalam melakukan penelitian ini sampel yang diambil dari populasi menggunakan judgment sampling, yaitu suatu prosedur dimana peneliti menggunakan segala upaya dalam memilih sampel yang dirasa cocok dalam penelitiannya. Prosedur dan tehnik pengambilan digunakan judgment sampling sebanyak 63 nasabah PT.BNI Syariah Makassar.

4.5 Definisi operasional variabel penelitian

1. Variabel keputusan penggunaan kartu kredit syariah adalah proses pengintegresian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya (Setiadi,2003:415).
2. Variabel kebudayaan adalah Keseluruhan dari keyakinan, nilai dan kebiasaan yang dipelajari oleh suatu kelompok masyarakat tertentu yang membantu mengarahkan perilaku konsumen (Suryani, 2008:285) meliputi budaya, sub budaya dan kelas sosial.
3. Variabel sosial adalah Sekelompok orang yang sama- sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus menerus bersosialisasi di antara mereka sendiri, baik secara formal dan informal meliputi kelompok acuan, keluarga, peran dan status.
4. Variabel kepribadian adalah Karakteristik individual yang merupakan perpaduan dari sifat, tempramen, kemampuan umum dan bakat yang dalam perkembangannya dipengaruhi oleh interaksi individu dan lingkungannya (Suryani, 2008:55) meliputi

usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup

5. Variabel psikologis adalah dorongan dari diri seseorang yang mempengaruhi pemilihan sesuatu berdasarkan atas keluwesan terhadap produk yang digunakan, keinginan yang lebih besar dan kemudahan penggunaan produk tersebut dibandingkan dengan yang lain meliputi motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan pendirian

4.6 Metode Analisis

4.6.1 Uji Instrumen

Setelah data yang dibutuhkan telah didapat, maka melakukan pengolahan data. Uji reliabilitas untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Dalam penelitian ini teknik reliabilitas yang digunakan adalah Alpha Cronbach dengan rumus yang telah disederhanakan sebagai berikut :

$$\alpha = k r$$

$$1 + (k - 1) r$$

Keterangan : k = jumlah butir/ r = korelasi rata-rata antar butir

Uji validitas untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar mengukur apa yang perlu diukur. Uji validitas berguna untuk menentukan seberapa cermat suatu alat melakukan fungsi ukurannya. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan masing-masing pertanyaan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Angka korelasi yang diperoleh secara statistik harus dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi nilai r (product moment). Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti data tersebut valid dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Dan sebaliknya bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ berarti data tersebut tidak valid dan tidak akan diikutsertakan dalam pengujian hipotesis penelitian.

4.6.2 Uji Determinasi (R²)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan variabel independen (X₁, X₂, X₃, X₄) secara serentak terhadap variabel dependen (Y) (Duwi Priyatno, 2010:66). Jika nilai R² sama dengan 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna atau baik.

Koefisien korelasi (R) adalah uji yang digunakan untuk mengetahui adanya hubungan yang kuat ataupun rendah antara kedua variabel berdasarkan nilai R menurut Sugiyono (2007) pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi.

4.6.3 Uji T

Untuk menentukan koefisien spesifik yang mana yang tidak sama dengan nol, uji tambahan diperlukan yaitu dengan menggunakan uji t. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005 : 58). Signifikansi koefisien parsial ini memiliki distribusi t dengan derajat kebebasan $n-k-1$, dan signifikan pada $\alpha = 0,05$. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

Bila t hitung lebih besar t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Bila t hitung lebih kecil t tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak

4.6.4 Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Untuk menganalisis pengaruh variabel independen (budaya, sosial, kepribadian dan psikologis) terhadap variabel dependen (keputusan penggunaan) digunakan analisis jalur (path analysis). Analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui hubungan langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel terhadap variabel terikat. Manfaat dari model analisis jalur adalah untuk menjelaskan fenomena yang diteliti, memprediksi nilai variabel terikat (Y) berdasarkan nilai variabel bebas (X), faktor determinan yaitu penentuan variabel bebas (X) mana yang pengaruh dominan terhadap variabel terikat (Y), juga dapat digunakan untuk menelusuri mekanisme (jalur-jalur) pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dan pengujian model menggunakan metode trimming.

BAB 5 HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

5.1 Kondisi Geografis Makassar

Kota Makassar mempunyai posisi strategis karena berada di persimpangan jalur lalu lintas dari arah selatan dan utara dalam propinsi di Sulawesi, dari wilayah kawasan Barat ke wilayah kawasan Timur Indonesia dan dari wilayah utara ke wilayah selatan Indonesia. Dengan kata lain, wilayah kota Makassar berada koordinat 119 derajat bujur timur dan 5,8 derajat lintang selatan dengan ketinggian yang bervariasi antara 1-25 meter dari permukaan laut. Kota Makassar merupakan daerah pantai yang datar dengan kemiringan 0 - 5 derajat ke arah barat, diapit dua muara sungai yakni sungai Tallo yang bermuara di bagian utara kota dan sungai Jeneberang yang bermuara di selatan kota. Luas wilayah kota Makassar seluruhnya berjumlah kurang lebih 175,77 Km² daratan dan termasuk 11 pulau di selat Makassar ditambah luas wilayah perairan kurang lebih 100 Km².

Jumlah kecamatan di kota Makassar sebanyak 14 kecamatan dan memiliki 143 kelurahan. Diantara kecamatan tersebut, ada tujuh kecamatan yang berbatasan dengan pantai yaitu kecamatan Tamalate, Mariso, Wajo, Ujung Tanah, Tallo, Tamalanrea dan Biringkanaya. Makassar merupakan kota yang multi etnis. Penduduk Makassar kebanyakannya dari Suku Makassar dan Suku Bugis, sisanya berasal dari Toraja, Mandar, Buton, Tionghoa, Jawa dan sebagainya.

Laju pertumbuhan ekonomi Kota Makassar berada di peringkat paling tinggi di Indonesia. Dalam lima tahun terakhir, rata-rata pertumbuhan ekonomi Kota Makassar di atas 9%. Bahkan pada tahun 2008, pertumbuhan ekonomi Kota Makassar mencapai angka 10,83%. Pesatnya pertumbuhan ekonomi saat itu, bersamaan dengan gencarnya pembangunan infrastruktur yang mendorong perputaran ekonomi, seperti pembangunan Bandara Internasional Sultan Hasanuddin, jalan tol dan sarana bermain kelas dunia Trans Studio di Kawasan Kota Mandiri Tanjung Bunga.

5.2 BNI Syariah dan Kartu Kredit Syariah

Hasanah card merupakan kartu kredit yang dikeluarkan oleh PT. Bank BNI Syariah, yang Grand Launchingnya dilakukan pada tanggal 07 Februari 2009 oleh Direktur Utama BNI Gatot M. Suwondo pada acara Festival Ekonomi Syariah di JHC Fitur dan Program dari Hasanah Card

1. Fitur Hasanah Card :

a. Kartu Kredit BNI Syariah Diterima di Seluruh Dunia

Hasanah card dapat diterima sebagai alat pembayaran di lebih 29 juta tempat

usaha yang memasang logo Master card di seluruh Dunia

Hasanah card juga memiliki fasilitas pengambilan uang tunai melalui ATM BNI maupun ATM bank lain yang memiliki jaringan Master card di seluruh dunia. Jaringan ini dapat ditemui di logo Cirrus.

b. Kemudahan pembayaran tagihan

Pembayaran tagihan BNI Hasanah card dapat anda lakukan melalui kantor cabang BNI, ATM BNI, SMS Banking, internet banking dan layanan telepon 24 jam BNI Call melalui PhonePlus. Pembayaran juga dapat dilakukan melalui fasilitas ATM bank lain yang sudah bekerjasama dengan BNI Card Center.

c. Executive Airport Lounge (Kartu Emas & Platinum)

Bagi pemegang Hasanah Card Emas yang bepergian menggunakan pesawat udara, dapat menikmati fasilitas executive Airport Lounge selama menunggu waktu keberangkatan dan bagi pemegang Kartu Kredit BNI Platinum berlaku 2 orang termasuk pendampingnya.

d. Layanan telepon 24 jam BNI Call

e. Perisai Plus

Asuransi berbasis syariah yang memberikan perlindungan terhadap saldo tagihan Hasanah card pada saat pemegang kartu tidak dapat membayartagihan dikarenakan sakit atau kecelakaan yang menyebabkan ketidakmampuan untuk bekerja (min. 30 hari) atau kecelakaan yang mengakibatkan kematian atau cacat dengan premi hanya 0,39% perbulan dari total tagihan perbulan.

f. Transaksi fitur di ATM BNI

a)Layanan transaksi fitur di ATM BNI yang pembayarannya dapat menggunakan BNI Hasanah Card

b)Pembelian tiket pesawat

c)Isi ulang pulsa

d)Pembayaran tagihan listrik

e)Pembayaran uang kuliah

g. Smart Spending

h. Fasilitas pembayaran dengan cicilan tetap dengan minimum transaksi Rp. 500.000 dan maksimal 10 juta

i. Dana Plus

Fasilitas transfer dana dari Hasanah card ke rekening mana saja di Indonesia melalui layanan telepon 24 jam BNI Card dengan nilai yang dapat ditransfer serta biaya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

j. SmartBill

Merupakan fitur yang dapat dinikmati oleh pemegang BNI Hasanah Card untuk melakukan pembayaran tagihan bulanan secara rutin secara otodebit.

k. Layanan perjalanan lewat teletravel BNI

Fasilitas teletravel BNI yaitu kemudahan untuk pemesanan tiket pesawat, reservasi dan hotel.

l. Transfer Balance

Fasilitas transfer tagihan ke kartu kredit bank lainnya atas nama pemegang kartu sendiri, serta dapat dicicil selama 12 bulan.

m. Isi ulang pulsa 24 jam dan smart reload (GSM &CDMA)

Fasilitas untuk pengisian pulsa 24 jam melalui BNI Call kapanpun dan dimanapun.

n. Perlindungan asuransi perjalanan bebas premi

Perlindungan asuransi bebas premi bagi pemegang Hasanah Card, jika mengalami kecelakaan dalam perjalanan sebagai penumpang dengan menggunakan angkutan udara dengan syarat utama tiket pesawat dibeli dengan Hasanah Card.

2. Program Hasanah Card

Hasanah card tidak sekedar memberikan manfaat kemudahan dalam melakukan transaksi sehari-hari sesuai dengan syariah, tapi juga memiliki keistimewaan tersendiri, yaitu solusi pembiayaan bagi para nasabah yang ingin membuka usaha atau menjadi entrepreneur, yaitu program cicilan nol persen, hingga 12 bulan (tanpa bunga dan biaya tambahan), hanya dengan Rp 3,5 juta, pemegang kartu Hasanah Card telah dapat memiliki satu dari 10 varian bisnis yang telah bekerja sama dengan BNI Hasanah Card. Sehingga dengan keistimewaan yang dimiliki, akan terlihat diferensiasi dari produk Hasanah Card sebagai produk yang memberikan manfaat untuk hal-hal yang bersifat produktif.¹

5.2.1 Manfaat atau Keuntungan Hasanah Card bagi Bank, nasabah, dan merchant

1. Keuntungan bagi BNI Syariah

- a. Membantu ekspansi kredit/pembiayaan yang bersifat consumer ritel
- b. Sumber revenue baru untuk meningkatkan laba
- c. Menambah customer base
- d. Rangkaian produk yang lengkap

- e. Meningkatkan customer awareness dan image terhadap BNI Syariah
2. Keuntungan pada Nasabah
- a. Kartu Kredit BNI Syariah diterima di seluruh Indonesia
 - b. Kemudahan pembayaran tagihan
 - c. Executive Airport Lounge
 - d. Layanan Telepon 24 jam BNI Call
 - e. PerisaiPlus
 - f. Transaksi fitur di ATM BNI
 - g. Smart spending
 - h. Danaplus
 - i. SmartBill
 - j. Layanan perjalanan lewat TeleTravel BNI
 - k. Transfer Balance
 - l. Isi ulang pulsa 24 jam dan smart reload
 - m. Perlindungan asuransi perjalanan bebas premi
3. Keuntungan bagi Marchant atau pedagang
- a. Mempermudah dalam melakukan promosi barang
 - b. Meningkatkan penjualan
 - c. Mempermudah cara pemabayaran

5.3 Deskripsi Responden

Pertanyaan untuk karakteristik masyarakat meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan pendapatan responden. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah bank yang memiliki kartu kredit syariah. Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin perempuan sebanyak 37 orang (58.7 %) dan laki-laki sebanyak 26 orang (41.2%)

Tabel 5.1 Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	37	58.7 %
Laki-laki	26	41.2 %
Total	63	100 %

Sumber data diolah 2017

Berdasarkan usia 26-35 tahun menghasilkan presentase yang paling besar untuk pengguna kartu kredit yaitu 29 orang (46.03%) sementara usia 36-45 tahun sebanyak 20 orang (31.74%). Untuk usia 46-55 tahun sebanyak 10 orang (15.87%) dan 4 orang untuk usia 56-65 tahun (6.34%).

Tabel 5.2 Jumlah responden berdasarkan usia

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
26-35 tahun	29	46 %
36-45 tahun	20	41.2 %
46-55 tahun	10	15.8 %
56-65 tahun	4	6.3 %
Total	63	100 %

Sumber data diolah 2017

Responden berdasarkan pendidikan yang paling dominan adalah pendidikan sarjana (S1) dibandingkan diploma dan S2/S3 yaitu sebesar 38 orang (S1), 20 orang (S2/S3) dan diploma sebanyak 5 orang.

Tabel 5.3 Jumlah responden berdasarkan pendidikan

Pendidikan terakhir	Jumlah	Persentase
Diploma	5	7.9 %
S1	38	60.3 %
S2/S3	20	31.7 %
Total	63	100 %

Sumber data diolah 2017

Untuk pendapatan, jumlah responden yang memiliki pendapatan 5 juta sampai dengan 7 juta perbulan yang paling besar 39 orang (61.9%) dan 5 orang (7.9%) untuk pendapatan dibawah 3 juta yang merupakan jumlah responden terkecil

Tabel 5.4 Jumlah responden berdasarkan pendapatan

Pendapatan perbulan	Jumlah	Persentase
< 3 juta	5	7.9 %
3 juta s/d 5 juta	10	15.8%
5,1 juta s/d 7 juta	39	61.9%
>7 juta	9	14.2 %
Total	63	100 %

Sumber data diolah 2017

Berdasarkan pekerjaan responden pegawai BUMN yang paling besar persentasenya 44 % diikuti pegawai negeri 26.9 % , pegawai swasta 10 % , wiraswasta 8%

Tabel 5.5 Jumlah responden berdasarkan pendapatan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pegawai negeri	17	26.9 %
Pegawai BUMN	28	44.4%
Pegawai swasta	10	15.8 %
Wiraswasta	8	12.7 %
Total	63	100 %

Sumber data diolah 2017

Karakteristik responden pada penelitian ini mayoritas berjenis kelamin perempuan dengan umur 26 sampai dengan 35 tahun. Pekerjaan mayoritas dari responden adalah pegawai BUMN dan pendapatan 3 sampai 5 juta perbulan

5.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

5.4.1 Uji Validitas

Uji validitas diarahkan untuk menguji ketepatan instrumen dalam mengukur variabel laten yang ingin diketahui perilakunya. Uji validitas dan ini dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 17.00. Hasil uji validitas dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1.

Dari tabel tsb dapat disimpulkan bahwa 20 pernyataan dan dapat dikatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian. Pernyataan yang valid didasarkan nilai r hitung lebih besar dari r tabel = 0.248. r tabel diambil berdasarkan nilai-nilai product moment pada sampel responden $n = 63$ dengan taraf signifikan 5%

Tabel 5.6 Hasil Uji Validitas

No	Korelasi	Keputusan
X1		
X1.1	0.321	Valid
X1.2	0.442	Valid
X1.3	0.546	Valid
X1.4	0.529	Valid
X1.5	0.543	Valid

X1.6	0.493	Valid
X2		
X2.1	0.305	Valid
X2.2	0.448	Valid
X2.3	0.589	Valid
X3.4	0.556	Valid
X3.5	0.380	Valid
X3.6	0.541	Valid
X3		
X3.1	0.313	Valid
X3.2	0.483	Valid
X3.3	0.463	Valid
X3.4	0.466	Valid
X3.5	0.452	Valid
X3.6	0.470	Valid
X4		
X4.1	0.314	Valid
X4.2	0.560	Valid
X4.3	0.647	Valid
X4.4	0.520	Valid
X4.5	0.504	Valid
X4.6	0.430	Valid
Y		
Y1	0.392	Valid
Y2	0.399	Valid
Y3	0.628	Valid
Y4	0.485	Valid
Y5	0.625	Valid
Y6	0.522	Valid

Sumber data diolah 2017

Tabel 5.6 menjelaskan bahwa setelah dilakukan uji validitas, nilai korelasi semua item masing-masing variabel budaya, sosial, pribadi, psikologis dan penggunaan kartu kredit syariah $> 0,248$ Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa semua item masing-masing variabel memenuhi syarat untuk valid.

5.4.2 Uji Reliabilitas

Dalam pengujian ini Batasan nilai adalah 0,6. Jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 maka nilainya kurang baik. Nilai reliabilitas dalam uji ini adalah pada kolom Reliability Statistics (Cronbach's Alpha). Dan diketahui nilai reliabilitas keempat variabel berada diatas angka 0,60 (Ghozali,2006: 42). Artinya adalah bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini reliabel atau dapat dipercaya.

Tabel 5,10 Uji Reliabilitas

No	Variabel	Jumlah Item dalam Kuesioner	Cronbach's Alpha	Keputusan
	Budaya (X1)	6	0.732	Reliabel
	Sosial (X2)	6	0.722	Reliabel
	Pribadi (X3)	6	0.704	Reliabel
	Psikologis (X4)	6	0.739	Reliabel
	Keputusan Penggunaan Kartu kredit syariah (Y)	6	0.761	Reliabel

Sumberdatadiolah2017

Pada tabel 5.10 menjelaskan bahwa setelah dilakukan uji reabilitas, nilai Cronbach's Alpha masing-masing variabel budaya, sosial, pribadi, psikologis dan keputusan pembelian adalah 0.732, 0.722, 0.704, 0.739, 0.761 yang berarti semua variabel tersebut reliabel dengan keputusan yang baik, karena memiliki nilai koefisien alpha diatas 0,60.

5.5 Uji Determinasi (R²)

Determinasi (R²) digunakan untuk melihat seberapa besar sumbangan pengaruh variabel independen (budaya, sosial, pribadi dan psikologis) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Sedangkan untuk melihat seberapa besar korelasi atau hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen dengan melihat nilai R. Hasil nilai R dan R² terlihat pada tabel 5.14 dibawah ini

Tabel 5.11 Koefisien Determinasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.587a	.345	.643	1.503	1.824

Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

Dependent Variable: Y

Dari tabel 5.12 diatas dapat diketahui nilai R sebesar 0,587 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel dependen (keputusan pembelian) dengan variabel independen (budaya, sosial, pribadi dan psikologis) memiliki hubungan yang cukup kuat yaitu sebesar 58.7%. Dari tabel diatas juga diketahui nilai R Square sebesar 0,345 Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen adalah sebesar 34,5%, sedangkan sisanya sebesar 65,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukan dalam penelitian ini.

5.6 Pengujian Hipotesis Uji T (secara parsial)

Uji t digunakan untuk menguji hubungan koefisien regresi secara parsial atau terpisah dari variabel independennya, apakah masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen atau terikat. Caranya adalah dengan membandingkan antara t hitung dengan t tabel. Jika t hitung > t tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima, namun jika $T \text{ hitung} \leq T \text{ tabel}$ maka Ha ditolak dan Ho diterima. Berdasarkan uji regresi yang dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5. 12 Hasil Uji T Secara Parsial**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.148	1.942		.076	.939
X1	.206	.094	.187	1.870	.053
X2	.233	.103	.270	1.001	.060

X3	.309	.095	.292	3.091	.003
X4	.198	.084	.191	2.369	.020

a. Dependent Variable: Y

Dari Tabel 5.14 diatas dapat kita lihat masing-masing nilai t hitung dan signifikansi variabel bebas, Diketahui nilai t tabel dengan persamaan $n - k - 1$; $\alpha / 2 = 63 - 5 - 1$; $0,05/2 = 57$; $0,025 = 2.002$ pada signifikansi 5%. Dengan demikian diperoleh hasil sebagai berikut

1. Variabel budaya, diketahui T hitung $1,870 < T$ tabel 2.002 dan Sig. $0.053 > 0,05$. Artinya secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara variabel budaya terhadap keputusan pembelian.
2. Variabel sosial, diketahui T hitung $1.001 < T$ tabel 2.002 dan Sig. $0.060 > 0,05$. Artinya secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara variabel sosial terhadap keputusan pembelian.
3. Variabel pribadi, diketahui T hitung $3.091 > T$ tabel 2.002 dan Sig. $0,003 < 0,05$. Artinya secara parsial ada pengaruh signifikan antara variabel pribadi terhadap keputusan pembelian.
4. Variabel psikologis , diketahui T hitung $2.369 > T$ tabel 2.002 dan Sig. $0.020 < 0,05$. Artinya secara parsial ada pengaruh signifikan antara variabel psikologis terhadap keputusan pembelian.
5. Dari nilai T hitung keempat variabel independen maka dinyatakan variabel pribadi yang paling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian dengan nilai T hitung terbesar diantara variabel lain yaitu sebesar 3.091 .

5.7 Analisis Jalur

Analisis jalur digunakan untuk mencari koefisien jalur yang menggambarkan nilai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam perhitungan analisis jalur digunakan perkalian matrik korelasi antar variabel. Adapun hasil perhitungan analisis jalur dapat dilihat pada diagram jalur pada gambar di bawah ini :

Gambar 5.1 Hubungan struktural antar variabel

Dari gambar 5.1 dapat diketahui nilai koefisien jalur anatara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai koefisien jalur variabel kebudayaan (X1) dengan keputusan pembelian produk (PYX1) sebesar 0.187. Nilai koefisien jalur variabel sosial (X2) dengan perilaku pembelian produk (PYX2) sebesar 0.270, nilai koefisien jalur variabel kepribadian (X3) sebesar 0.292 nilai koefisien jalur variabel psikologis (X4) dengan perilaku penggunaan kartu kredit syariah (PYX4) sebesar 0.191.

5.7.1 Pengaruh Proporsional Total dan Koefisien Determinasi

Berdasarkan perhitungan diperoleh total pengaruh secara proporsional variabel kebudayaan, sosial, kepribadian, psikologis sama dengan nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu = 0.345. Nilai koefisien determinasi dari pengaruh variabel kebudayaan, sosial, kepribadian, psikologis sebesar 0,345, artinya variasi nilai dari keputusan pembelian produk sebesar 34,35 % dapat dijelaskan oleh kebudayaan, sosial, kepribadian, psikologis, sedangkan 65.65 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti

5.7.2 Pengujian Hipotesis secara parsial

Dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95% diperoleh t tabel sebesar 2.002. Sedangkan hasil pengujian uji t diperoleh thitung X1 sebesar 1.870, thitung X2 sebesar 1.001, thitung X3 sebesar 3.091, thitung X4 sebesar 2.369. Jadi, thitung X1, X2, X3 dan X4 > t tabel, sehingga dapat diartikan variabel kepribadian dan psikologis yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk.

5.7.3. Analisis Jalur Setelah Trimming

Adapun hasil perhitungan analisis jalur setelah adanya trimming dapat dilihat pada diagram jalur pada gambar dibawah ini

Gambar 5.2. Hubungan antar variabel setelah trimming

Nilai koefisien jalur antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai koefisien jalur variabel kepribadian (X3) dengan keputusan pembelian produk (PYX3) sebesar 0,359102, nilai koefisien jalur variabel psikologis (X4) sebesar 0,282693. Dari nilai koefisien jalur tersebut, kemudian digunakan untuk mencari pengaruh proporsional setiap variabel independen terhadap variabel dependen, rinciannya sebagai berikut:

1. Pengaruh Kepribadian (X3) terhadap keputusan pembelian produk (Y)

$$\begin{aligned}\text{Pengaruh Langsung} &= \text{PYX3} \times \text{PYX3} \\ &= 0,359102 \times 0,359102 \\ &= 0,12895\end{aligned}$$

Artinya : Pengaruh kepribadian terhadap perubahan keputusan pembelian produk secara langsung adalah sebesar 12,90 %. Secara fungsional dapat dijelaskan jika pengaruh pribadi secara langsung, terhadap persepsi keputusan pembelian produk meningkat satu persen, maka dapat menaikkan nilai keputusan penggunaan produk sebesar 12,90 %.

Pengaruh Tidak Langsung :

$$\begin{aligned}\text{Melalui Psikologis (X4)} &= \text{PYX3} \times r_{X2X3} \times \text{PYX4} \\ &= 0,359102 \times 0,654624 \times 0,282693 \\ &= 0,06644\end{aligned}$$

Artinya : Pengaruh kepribadian terhadap perubahan keputusan pembelian produk melalui psikologis adalah sebesar 6,64 %. Secara fungsional dapat dijelaskan jika pengaruh kepribadian secara tidak langsung, melalui hubungan dengan psikologis terhadap persepsi perilaku pembelian produk meningkat satu persen, maka dapat menaikkan nilai persepsi keputusan pembelian produk sebesar 6,64 %. Dengan demikian secara total variabel kepribadian akan dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk sebesar 19,54 %.

2. Pengaruh Psikologis (X4) terhadap perilaku pembelian produk (Y)

$$\begin{aligned}\text{Pengaruh langsung} &= PYX4 \times PYX4 \\ &= 0,282693 \times 0,282693 \\ &= 0,0799\end{aligned}$$

Artinya : Pengaruh psikologis terhadap perubahan keputusan pembelian produk secara langsung adalah sebesar 7,99 %. Secara fungsional dapat dijelaskan jika pengaruh psikologis secara langsung terhadap persepsi keputusan pembelian produk meningkat satu persen, maka dapat menaikkan nilai persepsi keputusan pembelian produk sebesar 7,79 %.

Pengaruh tidak langsung :

$$\begin{aligned}\text{Melalui Kebudayaan (X3)} &= PYX4 \times r_{X3X4} \times PYX3 \\ &= 0,282693 \times 0,654624 \times 0,359102 \\ &= 0,06645\end{aligned}$$

Artinya : Pengaruh psikologis terhadap perubahan keputusan pembelian produk melalui kebudayaan adalah 6,65 persen. Secara fungsional dapat dijelaskan jika pengaruh psikologis secara tidak langsung melalui hubungan dengan kebudayaan terhadap persepsi keputusan pembelian produk meningkat satu persen, maka dapat menaikkan nilai persepsi perilaku pembelian produk sebesar 6,65 persen. Dengan demikian secara total variabel psikologis akan dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk sebesar 14,64 persen.

5.7.4 Pengaruh Proporsional Total dan Koefisien Determinasi setelah trimming

Total pengaruh secara proporsional variabel kepribadian, psikologis sama dengan nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu $0,1954 + 0,1464 = 0,3418$. Nilai koefisien determinasi dari pengaruh variabel kepribadian, psikologis sebesar 0,3418, artinya variasi nilai dari

keputusan penggunaan produk sebesar 34,18 % dapat dijelaskan oleh kepribadian, psikologis, sedangkan 0,8113 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

5.7.5 Pengujian Hipotesis setelah trimming

Pengujian secara parsial

Dengan menggunakan tingkat keyakinan sebesar 95% ($\alpha=0,05$) diperoleh t_{tabel} sebesar 2.00. Adapun hasil pengujian uji t diperoleh t_{hitung} X3 sebesar 3,295441, t_{hitung} X4 sebesar 2,594241. Berdasarkan hasil uji t tersebut di atas, maka hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kepribadian, psikologis mempunyai pengaruh yang berarti terhadap keputusan pembelian produk, diterima.

Hasil perhitungan setelah dilakukan trimming terhadap X1 dan X2 diketahui bahwa koefisien jalur variabel kepribadian (PYX3) sebesar 0,359102 dan koefisien jalur variabel psikologis (PYX4) sebesar 0,282693. Dari hasil perhitungan koefisien jalur tersebut dapat diketahui bahwa $PYX3 > PYX4$, sehingga variabel kepribadian mempunyai pengaruh yang paling (lebih) besar terhadap penggunaan kartu kredit syariah dibandingkan variabel psikologis. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa kepribadian mempunyai pengaruh yang paling besar terhadap penggunaan produk, diterima.

5.8 Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor hanya variabel kepribadian dan psikologis yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap penggunaan kartu kredit syariah, sedangkan variabel kebudayaan dan sosial tidak.

1. Kebudayaan

Kebudayaan yang meliputi kultur, sub kultur dan kelas sosial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan kartu kredit syariah. Walaupun pada umumnya budaya mempunyai pengaruh yang luas terhadap perilaku konsumen, tetapi untuk kasus pada keputusan penggunaan kartu kredit syariah tidaklah demikian. Hal ini menunjukkan bahwa dalam memutuskan membeli produk tidak didasari pada kebudayaan yang mereka anut seperti kebiasaan menabung, menganggap bahwa kartu kredit syariah sesuai dengan kebutuhan mereka, gender, tingkat penghasilan, tingkat status sosial, tingkat pendidikan.

2. Sosial

Variabel sosial yang meliputi kelompok acuan, keluarga, peran dan status tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk kartu kredit syariah. Hal ini menunjukkan bahwa dalam memutuskan menggunakan kartu

kredit syariah masyarakat tidak didasari organisasi yang mereka ikuti dan peran status mereka dimasyarakat.

3. Kepribadian

Variabel kepribadian usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan kartu kredit syariah. Hal ini menunjukkan bahwa dalam memutuskan membeli konsumen didasari kepribadian mereka. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Kotler yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen diantaranya kepribadian. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa variabel kepribadian ini yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap keputusan menggunakan kartu kredit syariah.

4. Psikologis

Variabel psikologis motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan pendirian mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan kartu kredit syariah. Hal ini menunjukkan bahwa dalam memutuskan membeli produk konsumen didasari psikologis mereka. Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Kotler yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen diantaranya kepribadian. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Triwijayanti, 2003 yang menyatakan bahwa masyarakat dalam mempertimbangkan pemilihan perbankan syariah dipengaruhi motivasi internal (menjalankan syariat islam, hasil bagi halal, rela memberi bantuan, bagi hasil jujur, kemauan sendiri).

BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini dapat diambil kesimpulan :

1. Variabel kepribadian dan psikologis mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel penggunaan kartu kredit syariah. Hal ini dibuktikan dengan besarnya t hitung variabel kepribadian dan psikologis yang masing-masing lebih besar daripada t table. Adapun variabel kebudayaan dan sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel penggunaan kartu kredit syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung kedua variabel tersebut lebih kecil daripada t tabel.
2. Variabel kepribadian mempunyai pengaruh yang lebih besar daripada variabel psikologis terhadap variabel keputusan penggunaan kartu kredit syariah. Hal ini dibuktikan dengan koefisien jalur variabel yang lebih besar daripada koefisien jalur variabel psikologis.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat diimplikasikan sebagai berikut:

1. Pihak manajemen BNI Syariah di Makassar perlu memperhatikan faktor kepribadian (tahap siklus hidup keluarga, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, konsep diri, usia) dan psikologis (keyakinan dan pendirian, pengetahuan, persepsi dan motivasi) konsumen dalam pengembangan produk kartu kredit syariah dan pemasarannya terutama di wilayah Makassar dan sekitarnya, karena terbukti kedua faktor ini mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kartu kredit syariah.
2. Untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya memasukkan variabel selain kebudayaan, sosial, kepribadian, psikologis sebagai variabel yang mempengaruhi keputusan penggunaan kartu kredit syariah karena ternyata variabel selain empat yang tersebut sebelumnya mempunyai pengaruh yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia - Bank Indonesia, Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI ed Revisi tahun 2006, Jilid 1, Jakarta. CV Gaung Persada, 2006
- Dewan Syariah Nasional Majelis ulama Indonesia, Bank Indonesia, Himpunan fatwa DSN-MUI Jilid 2, Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No. 54/DSN-MUI/X/2006, Jakarta. CV Gaung Persada, 2006 Gemala Dewi, dkk., Hukum Perikatan Islam di Indonesia, (Jakarta: Kencana, 2006), Edisi 1, Cet. 2, h. 208.
- Firmanda, Hengki , Syariah Card (Kartu Kredit Syariah) ditinjau dari Asas Utilitas dan Masalah, Jurnal Ilmu Hukum Volume 4 No.2 Februari-Juli 2014
- Kotler, Philip, Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, Jakarta: Prenhallindo, 2003
- Mudrajad Kuncoro, Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi, Edisi 3, kaliurang KM 14, Penerbit: Erlangga, 2003
- Nuhyatia, Indah , Kajian Fiqh dan Perkembangan Kartu Kredit Syariah (Syariah Card) di Indonesia Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam, Vol. 5, No. 1 ISSN: 2088-6365, 2015
- Sukma, Dewi, Kartu Kredit Syariah dan Perilaku Konsumtif, Ahkam: Vol. XIV, No. 2, Juli 2014
- Umar, Husein, Strategic Management In Action (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), 146
- <http://www.kompasiana.com/barno/kartu-kredit-syariah-kartu-kredit-tanpa-bunga>
- <http://www.kompasiana.com/nanayuliani/pengawasan-penggunaan-banking-card-dan-sikap-konsumtif-masyarakat>
- <http://www.republika.co.id/berita/syariah/keuangan/11/07/10/lo43f6-kartu-kredit-syariah-itu-baik>
- <http://www.sulsel.kemenag.go.id> Jumlah Penduduk Agama Per Kabupaten 2013
- <http://www.bnisyariah.co.id/news/persaingan-kartu-kredit-ketat-bni-syariah-bidik-segmen-pendidikan-dan-komunitas,2015>
- <http://ilmupengetahuanumum.com/10-kota-terbesar-di-indonesia-menurut-jumlah-penduduknya/2016>
- <https://www.cekaja.com/info/alasan-tepat-mengapa-orang-memilih-kartu-kredit-sy>

LAMPIRAN

KUISIONER PENELITIAN

No.

ANALISIS PERILAKU MASYARAKAT DALAM PENGGUNAAN KARTU KREDIT SYARIAH DI MAKASSAR

Terima kasih atas partisipasi bapak/ibu, saudara/i menjadi responden untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Kuesioner ini merupakan instrument penelitian yang dilakukan oleh :

Nama : Niken Probondani Astuti
NIDN : 0922067901
Institusi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya

Untuk menunjang penelitian dosen pemula yang merupakan pendanaan penelitian dari RISTEK-DIKTI . Informasi yang bapak/ibu, saudara/i berikan hanya untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiannya. Atas bantuan dan kerja sama bapak/ibu, saudara/i saya ucapkan terima kasih.

DATA PRIBADI

Nama :
Jenis Kelamin :
Umur :
Pekerjaan :

Berilah jawaban pernyataan berikut sesuai dengan pendapat anda. Dengan cara memberi tanda (v) pada kolom yang tersedia.

Keterangan

STS : Sangat Tidak Setuju
TS : Tidak Setuju
KS : Kurang Setuju
S : Setuju
SS : Sangat Setuju

No	Pertanyaan	Kategori Jawaban				
I	Faktor budaya (X1)	SS	S	KS	TS	STS
1	Memilih kartu kredit syariah karena sesuai dengan ajaran islam					
2	Memilih kartu kredit syariah karena persepsi saya tentang bunga bank yang haram					
3	Lebih memilih menggunakan jasa perbankan syariah dari pada bank konvensional					
4	Memilih kartu kredit syariah karena sebagian besar penduduk Indonesia beragama islam					
5	Memilih kartu kredit syariah karena sesuai dengan ajaran agama saya (islam)					
6	Memilih bank syariah karena masuk dalam golongan kelas sosial saya					

II	Faktor sosial (X2)	SS	S	KS	TS	STS
7	Saya memilih kartu kredit syariah karena menentang riba					
8	Saya memilih kartu kredit syariah karena ingin membuat diri saya menjalani perilaku dan gaya hidup yang islami					
9	Saya memilih kartu kredit syariah karena terbiasa dengan lingkungan saya yang islami					
10	Saya memilih menggunakan kartu kredit syariah karena terpengaruh dari kerabat dekat					
11	Saya memilih menggunakan kartu kredit syariah karena lingkungan kerja					
12	Saya memilih menggunakan kartu kredit syariah karena sesuai dengan jabatan saya di kantor					

III	Faktor pribadi (X3)	SS	S	KS	TS	STS
13	Saya memilih bank syariah karena produk-produk yang ditawarkan sesuai dengan selera saya					
14	Saya memilih kartu kredit syariah karena memberikan keuntungan lebih dari kartu kredit bank konvensional					

15	Saya memilih kartu kredit syariah karena ingin mengkonsumsi segala sesuatu dengan halal					
16	Menggunakan kartu kredit bank syariah membuat saya percaya diri					
17	Memilih kartu kredit syariah karena opini masyarakat tentang bank syariah yang transparan dalam bagi hasil					
18	Gaya hidup praktis mempengaruhi saya menggunakan kartu kredit syariah					

IV	Faktor Psikologis (X4)	SS	S	KS	TS	STS
19	Memilih kartu kredit syariah karena memenuhi/sesuai dengan kebutuhan saya					
20	Memilih kartu kredit syariah karena banyak manfaat dan bebas bunga					
21	Memilih kartu kredit syariah karena telah mengimplementasikan prinsip syariah dengan baik					
22	Memilih bank syariah karena pengalaman kinerjanya yang tidak terpengaruh pada saat krisis					
23	Memilih kartu kredit syariah karena melihat promosi di televisi					
24	Pelayanan yang diberikan mempengaruhi saya untuk menggunakan kartu kredit syariah					

V	Keputusan (Y)	SS	S	R	TS	STS
25	Memilih kartu kredit syariah karena kinerja para karyawan baik					
26	Memilih kartu kredit syariah karena puas dengan produk yang ditawarkan					
27	Bank syariah memberikan informasi secara lengkap tentang kartu kredit syariah					
28	Bank syariah sangat dekat dengan nasabahnya					
29	Kartu kredit syariah memiliki kualitas pelayanan yang					

	baik					
30	Iklan kartu kredit syariah membuat saya tertarik untuk menjadi nasabah					

Makassar, 2017

Peneliti

Lampiran

Regression

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4, X1, X3, X2 ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b COORELASI R2 AUTOCORELASI

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.811 ^a	.658	.643	1.503	1.824

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	396.162	4	99.041	43.821	.000 ^a
	Residual	205.671	91	2.260		
	Total	601.833	95			

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.148	1.942		.076	.939		
	X1	.216	.094	.207	2.305	.023	.464	2.157
	X2	.293	.095	.292	3.091	.003	.420	2.381
	X3	.309	.103	.270	3.001	.003	.465	2.151
	X4	.198	.084	.191	2.369	.020	.575	1.738

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions				
				(Constant)	X1	X2	X3	X4
1	1	4.984	1.000	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.005	30.131	.80	.02	.18	.00	.04
	3	.005	31.569	.01	.26	.00	.05	.68
	4	.003	40.638	.17	.14	.80	.16	.23
	5	.003	42.946	.02	.58	.01	.78	.05

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	19.82	29.83	25.21	2.042	96
Std. Predicted Value	-2.640	2.265	.000	1.000	96
Standard Error of Predicted Value	.161	.690	.330	.096	96
Adjusted Predicted Value	19.94	29.82	25.21	2.044	96
Residual	-4.816	2.920	.000	1.471	96
Std. Residual	-3.204	1.942	.000	.979	96
Stud. Residual	-3.362	1.964	.001	1.005	96
Deleted Residual	-5.305	2.986	.003	1.554	96
Stud. Deleted Residual	-3.573	1.996	-.003	1.023	96
Mahal. Distance	.102	19.012	3.958	3.003	96
Cook's Distance	.000	.229	.011	.028	96
Centered Leverage Value	.001	.200	.042	.032	96

a. Dependent Variable: Y

X1

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

	N	%
Cases Valid	96	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.732	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ITEM1	20.82	5.158	.321	.746
ITEM2	20.86	4.287	.442	.703
ITEM3	20.87	4.174	.546	.673
ITEM4	20.86	3.950	.529	.676
ITEM5	20.80	4.013	.543	.672
ITEM6	20.82	4.063	.493	.688

X2

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	96	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.722	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ITEM1	20.32	5.337	.305	.737
ITEM2	20.29	4.819	.448	.687
ITEM3	20.25	4.442	.589	.646
ITEM4	20.49	4.358	.556	.653
ITEM5	20.62	4.489	.380	.714
ITEM6	20.42	4.330	.541	.657

X3

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.704	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ITEM1	20.46	3.977	.313	.705
ITEM2	20.43	3.489	.483	.649
ITEM3	20.65	3.557	.463	.656
ITEM4	20.68	3.568	.466	.655
ITEM5	20.74	3.205	.452	.662
ITEM6	20.65	3.452	.470	.653

X4

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.739	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ITEM1	20.46	4.798	.314	.773
ITEM2	20.36	4.129	.560	.677
ITEM3	20.28	3.952	.647	.651
ITEM4	20.50	4.126	.520	.688
ITEM5	20.48	4.357	.504	.694
ITEM6	20.21	4.567	.430	.714

Y

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.761	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ITEM1	21.16	4.828	.392	.756
ITEM2	20.79	5.135	.399	.751
ITEM3	20.83	4.330	.628	.693
ITEM4	21.15	4.779	.485	.731
ITEM5	20.99	4.453	.625	.696
ITEM6	21.12	4.132	.522	.726

X1

Frequencies

[DataSet0]

Statistics

		ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6
N	Valid	96	96	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0	0	0

Frequency Table REKAPITULASI TANGGAPAN RESPONDEN

ITEM1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	2	2.1	2.1	2.1
4	74	77.1	77.1	79.2
5	20	20.8	20.8	100.0
Total	96	100.0	100.0	

ITEM2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1.0	1.0	1.0
3	10	10.4	10.4	11.5
4	59	61.5	61.5	72.9
5	26	27.1	27.1	100.0
Total	96	100.0	100.0	

ITEM3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	11	11.5	11.5	11.5
4	61	63.5	63.5	75.0
5	24	25.0	25.0	100.0

Total	96	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

ITEM4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1.0	1.0	1.0
3	13	13.5	13.5	14.6
4	53	55.2	55.2	69.8
5	29	30.2	30.2	100.0
Total	96	100.0	100.0	

ITEM5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1.0	1.0	1.0
3	9	9.4	9.4	10.4
4	55	57.3	57.3	67.7
5	31	32.3	32.3	100.0
Total	96	100.0	100.0	

ITEM6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	14	14.6	14.6	14.6
4	50	52.1	52.1	66.7
5	32	33.3	33.3	100.0
Total	96	100.0	100.0	

X2

Frequencies

[DataSet0]

Statistics

	ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6
N Valid	96	96	96	96	96	96
Missing	0	0	0	0	0	0

Frequency Table

ITEM1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	9	9.4	9.4	9.4
4	63	65.6	65.6	75.0
5	24	25.0	25.0	100.0

ITEM1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	9	9.4	9.4	9.4
4	63	65.6	65.6	75.0
5	24	25.0	25.0	100.0
Total	96	100.0	100.0	

ITEM2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	9	9.4	9.4	9.4
4	60	62.5	62.5	71.9
5	27	28.1	28.1	100.0
Total	96	100.0	100.0	

ITEM3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	9	9.4	9.4	9.4
4	56	58.3	58.3	67.7
5	31	32.3	32.3	100.0
Total	96	100.0	100.0	

ITEM4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	18	18.8	18.8	19.8
	4	58	60.4	60.4	80.2
	5	19	19.8	19.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

ITEM5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	2	2.1	2.1	3.1
	3	24	25.0	25.0	28.1
	4	52	54.2	54.2	82.3
	5	17	17.7	17.7	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

ITEM6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	16	16.7	16.7	17.7
	4	55	57.3	57.3	75.0
	5	24	25.0	25.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X3

Frequencies

[DataSet0]

Statistics

		ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6
N	Valid	96	96	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0	0	0

Frequency Table

ITEM1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	3.1	3.1	3.1
	4	65	67.7	67.7	70.8

5	28	29.2	29.2	100.0
Total	96	100.0	100.0	

ITEM2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	5.2	5.2	5.2
	4	58	60.4	60.4	65.6
	5	33	34.4	34.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

ITEM3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	11.5	11.5	11.5
	4	67	69.8	69.8	81.2
	5	18	18.8	18.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

ITEM4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	12	12.5	12.5	12.5
	4	68	70.8	70.8	83.3
	5	16	16.7	16.7	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

ITEM5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	21	21.9	21.9	22.9
	4	53	55.2	55.2	78.1
	5	21	21.9	21.9	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

ITEM6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	13	13.5	13.5	13.5
	4	63	65.6	65.6	79.2
	5	20	20.8	20.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X4

Frequencies

[DataSet0]

Statistics							
		ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6
N	Valid	96	96	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0	0	0

Frequency Table

ITEM1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4.2	4.2	4.2
	3	9	9.4	9.4	13.5
	4	66	68.8	68.8	82.3
	5	17	17.7	17.7	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

ITEM2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	11	11.5	11.5	12.5
	4	62	64.6	64.6	77.1
	5	22	22.9	22.9	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

ITEM3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	11.5	11.5	11.5
	4	57	59.4	59.4	70.8
	5	28	29.2	29.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

ITEM4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.1	3.1	3.1
	3	13	13.5	13.5	16.7
	4	65	67.7	67.7	84.4
	5	15	15.6	15.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

ITEM5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	14	14.6	14.6	15.6
	4	67	69.8	69.8	85.4
	5	14	14.6	14.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

ITEM6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	6.2	6.2	6.2
	4	60	62.5	62.5	68.8
	5	30	31.2	31.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Y

Frequencies

[DataSet0]

Statistics

		ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6
N	Valid	96	96	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0	0	0

Frequency Table

ITEM1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.1	2.1	2.1
	3	11	11.5	11.5	13.5
	4	63	65.6	65.6	79.2
	5	20	20.8	20.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

ITEM2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.0	1.0	1.0
	4	54	56.2	56.2	57.3
	5	41	42.7	42.7	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

ITEM3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	4	4.2	4.2	5.2
	4	49	51.0	51.0	56.2
	5	42	43.8	43.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

ITEM4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	13	13.5	13.5	13.5
	4	64	66.7	66.7	80.2
	5	19	19.8	19.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

ITEM5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	8.3	8.3	8.3
	4	59	61.5	61.5	69.8
	5	29	30.2	30.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

ITEM6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.1	3.1	3.1
	3	15	15.6	15.6	18.8
	4	49	51.0	51.0	69.8
	5	29	30.2	30.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Dewan Redaksi

Abdul Karim (Ketua)
Sofyan Hamid (Anggota)
Amar Sani (Anggota)
Dedi Miswar (Anggota)

Mitra Bestari

H. Mursalim Umar Gani
H. Matalatta
H. Gunawan Bata Ilyas
H. Zainuddin Rahman

Editor Pelaksana:

Abdul Karim
Firdaus
Andi Hidayat
Sofyan Hamid

AKSI Jurnal Ilmiah
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)
AMKOP Makassar

Alamat Redaksi
Jalan Meranti No. 1 Panakkukang Makassar
Lantai 1 Gedung C STIE Amkop

Website
<http://journal.stieamkop.ac.id/>

EDITORIAL

Assalamu Alaikum Wr. Wb

Puji Syukur kita panjatkan kepada Allah SWT, karena pada kesempatan kali ini Jurnal Ilmiah *AKSI* Volume 4 Nomor 4 dapat diterbitkan. Berkat kerjasama seluruh unsur, mulai dari Dewan Redaksi, Mitra Bestari dan Editor Pelaksana.

Perkembangan ilmu ekonomi khususnya dalam bidang Akuntansi dan ekonomi secara global akhir-akhir semakin menjadi *trend topic* pada semua kalangan masyarakat Indonesia khususnya yang bergerak pada dunia perbankan, perusahaan retail dan bahkan pada dunia ekonomi secara universal, mulai dari instansi pemerintahan maupun sektor swasta sebagai implementasi transparansi aspek keuangan pada semua *leading sector* untuk mewujudkan Negara tanpa korupsi.

Kami juga tak lupa senantiasa mengharapkan kritikan dan saran bersifat membangun untuk kemajuan Jurnal Ilmiah *AKSI* STIE Amkop Makassar. Semoga jurnal ini dapat memberikan mamfaat dan khasanah ilmu pengetahuan dan menjadikan media komunikasi ilmiah bagi masyarakat intelektual demi pengembangan ilmu akuntansi pada sektor peningkatan perekonomian bangsa dan daerah.

Selamat membaca...

Billahi Taufiq Walhidayah
Wassalamu Alaikum Wr. Wb

Redaksi

Alamat Redaksi
Jalan Meranti No. 1 Panakkukang Makassar
Lantai 1 Gedung C STIE Amkop

Website
<http://journal.stieamkop.ac.id/>

JURNAL ILMIAH *AKSI* STIE AMKOP MAKASSAR

DAFTAR ISI

	Halaman
Editorial	i
Daftar Isi	ii
Analisis Perilaku Masyarakat Penggunaan Kartu Kredit Syariah Di Makassar (Niken Probondani Astuti dan Nurlaely Razak)	611 – 623
Pengaruh <i>Fraud Risk Assesment</i> Dan Independensi Terhadap Kualitas Audit Inspektorat Dalam Pengawasan Keuangan Daerah (Idra Wahyuni)	624 – 633
Penerapan Sistem Akuntansi Keuangan Daerah Dan Aktivitas Pengendalian Terhadap Akuntabilitas Keuangan Pada Kabupaten/Kota Di Provinsi Sulawesi Selatan (Muhammad Abduh)	634 – 641
Analisis Strategi Pemasaran Dalam Penghimpunan Dana Dan Penyaluran Kredit Pada PT. Bank Danamon Tbk Cabang Maros (Junaidin)	642 – 653
Peran <i>Suplly Chain Management</i> Dalam Sistem Produksi Dan Operasi Perusahaan (Johan Zainuddin)	654 – 662
Analisis Perhitungan Biaya Produksi Berdasarkan Metode <i>Full Costing</i> Dalam Menentukan Harga Jual Produksi Lemari Di Kota Makassar (Nur Amal)	663 – 670
Pengaruh Sektor Pertanian Padi Terhadap Pembangunan Ekonomi Di Desa Galumpang Kecamatan Dakopamean Kabupaten Tolitoli (Masri Arfandi dan Elfirah Salviah)	671 – 679
Analisis Pengaruh Pendidikan Dan Pelatihan Karyawan Terhadap Peningkatan Kinerja Karyawan Pada CV. Maenba (Sofyan Hamid Indar)	680 – 686
Analisis Kinerja Usaha Tani Dan Saluran Distribusi Cengkeh Terhadap Tingkat Pendapatan Petani Di Desa Lakatan Kecamatan Galang Kabupaten Tolitoli (Mudatsir dan Moh Sujai)	687 – 700
Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan Kinerja Pegawai Pada Dinas Perhubungan Kota Makassar (Andi Irwan)	701 – 711

Website

<http://journal.stieamkop.ac.id/>

ANALISIS PERILAKU MASYARAKAT DALAM PENGGUNAAN KARTU KREDIT SYARIAH DI MAKASSAR

Niken Probondani Astuti*¹

Nurlaley Razak*²

STIEM Bongaya Makassar

email: bundaniken22@gmail.com

Abstrak

Adanya kartu kredit syariah menjadi pro dan kontra dalam masyarakat. Bagi sebagian orang benar-benar mendukung gaya hidup dan kepercayaan yang dianutnya mereka memilih menggunakan kartu kredit syariah sehingga mereka memanfaatkan pada kehidupan sehari-hari. Sebagian lainnya walaupun mengetahui manfaat kartu kredit syariah, lebih memilih kartu kredit konvensional dibanding syariah. Berdasarkan latar belakang permasalahan pada penelitian ini faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku masyarakat terhadap penggunaan kartu kredit syariah.

Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 63 responden yang merupakan nasabah PT. BNI Syariah di Makassar dan alat analisis yang digunakan adalah uji validitas, reliabilitas dan analisis jalur (*path analysis*).

Dari penelitian yang telah dilakukan terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi. Melalui analisis jalur dapat disimpulkan variabel kepribadian dan psikologis mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel penggunaan kartu kredit syariah. Adapun variabel kebudayaan dan sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel penggunaan kartu kredit syariah. Variabel kepribadian mempunyai pengaruh yang lebih besar daripada variabel psikologis terhadap variabel keputusan penggunaan kartu kredit syariah. Hal ini dibuktikan dengan koefisien jalur variabel yang lebih besar daripada koefisien jalur variabel psikologis.

Kata kunci: Perilaku masyarakat, Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologi, Penggunaan Kartu kredit syariah, dan Analisis jalur.

Abstract

The existence of a credit card sharia becomes the pros and cons in society. For some people really support their lifestyles and beliefs they choose to use sharia credit cards so they take advantage of everyday life. Some others despite knowing the benefits of credit card sharia, preferring a conventional credit card than sharia. Based on the background of problems in this study what factors influence the behavior of the community towards the use of credit card sharia.

The research method used is to use the primary data obtained through the distribution of questionnaires to 63 respondents who are customers of PT. BNI Syariah in Makassar and analysis tools used are validity, reliability and path analysis.

From the research that has been done there are four factors that influence consumer behavior that is cultural factor, social, personal and psychology. Through the