

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada masa ini, lembaga keuangan memiliki peran yang sangat penting. Lembaga keuangan berperan penting bagi kehidupan suatu negara, terlebih pada negara yang berkembang seperti negara Indonesia.¹ Dimana lembaga keuangan berperan sebagai penghubung atau perantara antara orang yang kelebihan dana (*unit surplus*) dengan orang yang kekurangan dana (*unit devisit*), artinya lembaga keuangan merupakan sumber permodalan bagi masyarakat yang membutuhkan modal. Semua kegiatan ekonomi hampir tidak mungkin terhindar dari peran lembaga keuangan.

Lembaga keuangan merupakan salah satu faktor pendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pembangunan nasional bagi bangsa Indonesia bertujuan menciptakan kesejahteraan lahir batin bagi warga negara Indonesia, salah satu usaha tersebut berupa realisasi gerakan ekonomi rakyat dalam wujud koperasi. Koperasi, baik sebagai gerakan ekonomi rakyat maupun badan usaha berperan serta untuk mewujudkan masyarakat adil makmur berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 dalam tata perekonomian nasional yang disusun sebagai usaha bersama berdasar atas azas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi.

Biasanya kegiatan ekonomi syariah yang menerapkan muamalah adalah di bidang bisnis seperti lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan syariah adalah lembaga keuangan yang dimana dalam proses operasinya itu berdasarkan

¹Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari, "Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk, dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 4, No. 2 (Juli, 2018), 136.

prinsip-prinsip syariah. Lembaga keuangan syariah ini terdiri dari lembaga keuangan bank (seperti bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah) dan lembaga keuangan non bank yang salah satunya lembaga keuangan syariah mikro yaitu BMT (*Baitul Mal Wat Tamwil*).²

BMT lembaga ekonomi atau lembaga keuangan syariah nonperbankanyang bersifat informal karena lembaga ini didirikan swadaya masyarakat. Lembaga ini didirikan dengan maksud untuk memfasilitasi masyarakat bawah yang tidak terjangkau oleh pelayanan bank syariah atau BPR Syariah. Prinsip operasionalnya didasarkan atau prinsip bagi hasil, jual beli, *ijarah*, dan titipan (*wadi'ah*). Meskipun mirip dengan bank syariah, .BMT memiliki pangsa pasar tersendiri, yaitu masyarakat kecil yang mengalami hambatan 'psikologis' bila berhubungan dengan pihak bank.

Baitul Mal wat Tamwil (BMT) adalah balai-balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *baytal-mal waal-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha Produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil Bawah dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang Pembiayaan kegiatan ekonominya. Selain itu, *Baitul Mal wat Tamwil* juga bisa menerima titipan zakat, infak, dan sedekah, serta menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanatnya.³ Dengan demikian, BMT memiliki dua fungsi yaitu fungsi ekonomi dan sosial. Dimana BMT sebagai fungsi ekonomi yaitu mengembangkan usaha-usaha produktif dengan mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi, sedangkan BMT sebagai fungsi sosial yaitu menerima titipan dana sosial untuk kepentingan

²Yuli Astuti dan Yuli Rahayu, *Layanan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2018), 3-10.

³Nonie Afrianty dkk, *Lembaga Keuangan Syariah* (Bengkulu: CV Zigie Utama, 2020), 55.

masyarakat seperti dana zakat, infaq dan shadaqah.⁴ Maka dari itu, dengan munculnya BMT ini yang bergerak dalam sektor riil masyarakat bawah dan menengah membawa kegembiraan bagi orang. Karena orang kesulitan dalam hal permodalan, sedangkan orang tidak terlalu paham atau mengenal tentang lembaga keuangan syariah, dengan adanya BMT ini yang lebih dekat dengan kalangan masyarakat bawah akan mengatasi permasalahan tersebut.

Persepsi merupakan menerima, menyeleksi, mengorganisasikan, mengartikan, menguji dan memberikan reaksi kepada rangsangan pancaindra atau data. Namun persepsi juga di artikan sebagai proses yang di mulai dari penglihatan hingga terbentuknya suatu tanggapan yang terjadi diri individu sehingga individu akan segala sesuatu yang sedang terjadi pada lingkungannya melalui indera-indera tergantung cara pendalaman, motivasi, dan kepribadian seseorang.⁵

Seorang anggota dalam memutuskan untuk menggunakan produk jasa di suatu lembaga keuangan syariah berdasarkan persepsi orang terhadap produk jasa itu sendiri yang berkaitan dengan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan orang. Jika nasabah memiliki kesan yang positif terhadap produk jasa yang ditawarkan oleh perusahaan lembaga keuangan syariah, maka hal itu akan menghasilkan persepsi yang positif juga terhadap produk jasa itu sendiri. Maka dari itu semakin bagus persepsi nasabah terhadap suatu produk jasa, maka keputusan nasabah untuk menggunakan produk jasa tersebut semakin tinggi.⁶

⁴Ibid., 473.

⁵Onan Marakai Siregar, *Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah* (Sumatra Utara: Rejo Medan Tunggal), 67.

⁶Firmansyah, *Perilaku Konsumen*, 80.

Anggota yang memiliki persepsi terhadap produk jasa di perusahaan lembaga keuangan syariah, orang pasti akan mencari segala informasi mengenai produk-produk yang dimiliki dan ditawarkan oleh lembaga keuangan syariah tersebut serta keuntungan apa saja yang akan diperoleh jika nasabah menyimpan atau menginvestasikan dananya di lembaga keuangan syariah itu. Biasanya anggota akan mempertimbangkan beberapa hal terhadap produk jasa sebelum menginvestasikan dananya, salah satunya terkait dengan bagi hasil yang diberlakukan lembaga keuangan syariah tersebut.⁷

Menurut Bimo Walgito persepsi dapat diukur dengan menggunakan yang pertama, pemahaman yang dimana setelah terjadi gambaran-gambaran atau kesan-kesan didalam otak, maka gambaran tersebut diorganisir, digolong-golongkan (diklasifikasikan), dibandingkan dan diinterpretasi sehingga terbentuknya pemahaman. Kedua, penilaian dan evaluasi yang dimana setelah terbentuknya pemahaman, terjadilah penilaian dan individu. Individu membandingkan pemahaman yang baru diperoleh tersebut dengan kriteria atau norma yang dimiliki individu secara subjektif. Dan yang ketiga, perhatian yang dimana perhatian merupakan proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah.⁸

Keputusan adalah sesuatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Hasil pemutusan suatu ketetapan yang dipilih berdasarkan beberapa alternatif. Keputusan dapat diartikan untuk memutuskan suatu kesimpulan. Sedangkan keputusan nasabah

7Rr. Indah Mustikawati, "Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah," *Jurnal Nominal* 2, No. 1 (2013), 189.

⁸Bimo Walgino, 54-55.

adalah suatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Atau keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan melakukan evaluasi alternatif yang menyebabkan timbulnya keputusan.⁹

Beberapa indikator dalam keputusan memilih produk di antaranya yaitu yang pertama, pemenuhan kebutuhan dan keinginan yang dimana kebutuhan dan keinginan manusia terhadap suatu barang dan jasa yang harus dipenuhi guna mempertahankan kehidupannya. Kedua, harga yang dimana penentuan harga merupakan salah satu aspek penting karena harga sangat menentukan laku tidaknya suatu produk dan jasa perusahaan. Kesalahan dalam penentuan harga akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan. Dan yang ketiga, manfaat yang dimana setelah memutuskan memilih produk tersebut berarti produk tersebut memberi manfaat kepada anggota.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis sebagai objek penelitian. KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis merupakan salah satu lembaga keuangan syariah yang di dalamnya melaksanakan kegiatan usaha menghimpun dana (simpanan atau tabungan) serta juga memberikan pembiayaan. Produk simpanan yang dimiliki oleh KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis yaitu Simpanan Anggota (SIAGA), Simpanan Pendidikan Fathonah (SIDIK Fathonah), Simpanan Berjangka Wadi'ah Berhadiah (SAJADAH), Simpanan Berjangka Mudharabah (SIBERKAH), Simpanan Haji dan Umrah (SAHARA), Simpanan Lebaran (SABAR), Tabungan Mudharabah (TABAH), Tabungan Ukhrawi (TARAWI). Dari beberapa produk simpanan yang

⁹Budi Wahyono, *Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2012), 86.

telah disebutkan, yang paling banyak diminati atau dipilih adalah Tabungan Mudharabah (TABAH) yaitu simpanan dengan akad *mudharabah mutlaqah* yang dapat mempermudah nasabah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari karena setoran dan penarikan dapat dilakukan kapan saja. Selain setoran dan penarikannya yang mudah, nasabah akan memperoleh keuntungan atau bagi hasil sebesar 40%.

Menurut salah satu anggota BMT NU Cabang Galis mengatakan bahwa alasan menabung di BMT karena rasa aman dan tanpa ada riba. Lalu, alasan anggota memilih produk tabah karena proses sangat mudah dan seperti bisa di ambil kapan saja serta dapat memenuhi kebutuhan sehari- hari.

Sebelum memilih produk tabungan tabah pihak BMT menjelaskan kepada anggota tentang produk tabah tersebut secara jelas sehingga anggota menilai dan meevaluasi dan memperhatikan sehingga anggota yakin akan memilih produk tabah tersebut.

Maka dari itu, peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian lebih dalam mengenai analisis persepsi masyarakat dalam keputusan memilih produk tabah (Tabungan Mudharabah) oleh KSPPS BMT NU Jawa Timur Cabang Galis apakah benar persepsi masyarakat dalam keputusan memilih produk tabah menabung disana. Karena sudah yang dijelaskan di atas bahwasannya persepsi masyarakat dan persepsi bagi hasil produk Tabah merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan anggota. Berdasarkan uraian tersebut peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Persepsi Masyarakat Dalam Keputusan Memilih Produk Tabah di KSPP Syariah BMT NU Jawa Timur Cabang Galis”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang akan diuji lebih lanjut dalam penelitian ini adalah pengaruh persepsi masyarakat terhadap keputusan memilih produk TABAH (Tabungan *Mudharabah*) di BMT NU cabang Galis Pamekasan.

C. Tujuan Penelitian

Sebagaimana telah dijelaskan pada latar belakang masalah, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi masyarakat terhadap keputusan dalam memilih produk TABAH (tabungan *mudharabah*) di BMT NU cabang Galis Pamekasan.

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti. Fungsi anggapan dasar dalam sebuah penelitian adalah sebagai landasan berpikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian, untuk mempertegas variabel yang diteliti, untuk menentukan dan merumuskan hipotesis.¹⁰ Adapun asumsi dasar penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Persepsi konsumen merupakan suatu proses yang membuat Seseorang memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan rangsangan-rangsanganyang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya.

¹⁰ Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Pamekasan: STAIN Pamekasan, 2015), 10.

E. Kegunaan Penelitian

Penulis berharap penelitian ini memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis:

1. Kegunaan Secara Teoritis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan keilmuan peneliti tentang bahasan persepsi masyarakat dalam memilih produk tabungan tabah di KSPP BMT NU cabang Galis-Pamekasan.

b. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber rujukan sebagai penelitian selanjutnya yang sejenisnya. Serta menambah wawasan keilmuan bagi Mahasiswa IAIN Madura, khususnya Prodi Perbankan Syariah.

2. Kegunaan Secara Praktis

a. Bagi KSPP BMT NU Cabang Galis Pamekasan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dan pertimbangan bagi KSPP Syariah BMT NU cabang Galis- Pamekasan untuk mengetahui seberapa besar persepsi masyarakat dalam memilih produk tabungan tabah, agar tetap mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya.

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi kepada masyarakat agar bisa menilai dan memilih produk dan perusahaan mana yang akan mereka pilih untuk menyimpan dananya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai literatur dan sumber informasi dalam melakukan penelitian-penelitian selanjutnya, sehingga akan lebih menyempurnakan kekurangan penelitian-penelitian sebelumnya.

F. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Materi

Ada dua variabel yang menjadi faktor kajian dalam penelitian ini, yaitu terdiri dari persepsi masyarakat (X), produk tabungan (Y). Agar variabel yang menjadi fokus tersebut dan tidak meluas, maka perlu adanya batasan terhadap materi yang akan diteliti. Yaitu:

a. Persepsi Masyarakat (X)

- 1) Pemahaman
- 2) Penilaian dan evaluasi
- 3) Perhatian

b. Keputusan Memilih Produk (Y)

- 1) Pemenuhan kebutuhan dan keinginan
- 2) Harga
- 3) Manfaat

2. Ruang Lingkup Lokasi

Penelitian dalam hal ini mengambil lokasi atau tempat penelitian di KSPP Syariah BMT NUCabang Galis Pamekasan.

G. Definisi Istilah

Untuk lebih memahami dan menghindari kesalah pahaman mengenai maksud dari judul penelitian ini, maka peneliti akan menjelaskan istilah-istilah yang perlu dijelaskan dari judul proposal skripsi ini, yakni “Analisis persepsi masyarakat dalam keputusan memilih produk Tabah (tabungan mudharabah) Cabang Galis Pamekasan”, yaitu sebagai berikut:

1. Persepsi Masyarakat

Secara terminologi pengertian persepsi adalah tanggapan langsung dari suatu serapan atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pengindraan. Sedangkan dalam kamus besar psikologi, persepsi diartikan sebagai suatu proses pengamatan seseorang terhadap lingkungan dengan menggunakan indra-indra yang dimiliki sehingga ia menjadi sadar akan segala sesuatu yang ada dilingkungannya.

Persepsi Masyarakat merupakan suatu proses yang membuat seseorang memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya.¹¹

Menurut pendapat penulis persepsi adalah pendapat atau pandangan terkait pengamatan yang telah di lihat oleh seseorang atau in dividual di sekitar ruang lingkup kehidupannya.

2. Produk Tabungan Tabah (Tabungan Mudharabah)

Produk tabungan adalah produk yang pasti ada disemua bank Indonesia. Tabungan adalah salah satu jenis produk simpanan di bank yang

¹¹ Dr. M. Anang Firmansyah, *perilaku Konsumen*, (sleman: cv. Budi utama, 2018) hal. 80.

sifatnya likuid¹² dapat di lakukan setor dan tarik tunai kapan waktunya sebagai salah satu bukti kepemilikan tabungan, maka nasabah akan mempunyai buku tabungan .

TabunganMudharabah (TABAH) adalah akad kerja sama antara dua pihak untuk melakukan usaha di mana pihak pertama (shahibul maal) menyediakan seluruh modal (100%), sedangkan pihak kedua (mudharib) bertindak selaku pengelola dan keuntungan usaha di bagi di antara mereka sesuai kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Tabungan **Mudharabah** adalah salah satu jenis tabungan yang bisa kamu pilih ketika membuka rekening dilembaga keuangan syariah. Berbeda saat kita membuka rekening di bank konvensional yang mana nasabah hanya akan ditawarkan berbagai jenis produk tabungan, nasabah di bank syariah juga akan ditanya soal tipe perjanjian jenis tabungan yang dipilih. Perjanjian inilah yang disebut sebagai **akad**. *Mudharabah* adalah salah satu jenis akad yang bisa kamu pilih¹³.

Menurut pendapat penulis tabungan mudharabah (TABAH) adalah tabungan yang dimana perjanjian antara dua belah pihak yang keuntungannya dibagi dua.

H. Kajian Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari kesamaan terhadap peneliti sebelumnya maka perlu adanya pembahasan penelitian terlebih dahulu sebagai tolak ukur terhadap studi karya- karya ilmiah yang berhubungan dengan tema analisis persepsi masyarakat dalam memilih produk tabah di BMT NU cabang Galis pamekasan, penulis

¹²Dr. H. Juhaya S. Paradja M.A.*Manajemen Pemasaran Bank Syari'ah*(Yogyakarta: gava media, 2018) hlm. 65.

¹³<https://jalantikus.com/finansial/apa-itu-tabungan-mudharabah/>

menemukan beberapa tema yang sedikit mirip dengan tema yang sedikit mirip dengan tema yang penulis teliti diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan Diah Wulandani Nurutami dengan judul “Analisis Persepsi, Perilaku, dan Preferensi Masyarakat Terhadap Prinsip dan Produk Perbankan Syariah.” Metode yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil analisisnya dapat disimpulkan bahwa persepsi, perilaku, dan preferensi masyarakat berpengaruh signifikan terhadap produk perbankan syariah.¹⁴
2. Penelitian yang dilakukan Fitria Sapta Riani judul “Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah.” Metode yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan, dengan hasil uji t yang menyatakan bahwa ke tujuh indikator dari variabel bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi, orang, bukti fisik, proses) memiliki signifikansi berturut-turut sebesar 0,001, 0,000, 0,002, 0,000, 0,000, 0,000, 0,000. Dimana masing-masing signifikansi tersebut $< 0,05$. H_{a1} ini dapat disimpulkan bahwa H_a diterima yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi bauran pemasaran secara parsial terhadap peningkatan loyalitas nasabah pada BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pamekasan. Untuk F_{hitung} yang lebih besar dari F_{tabel} (F_{hitung} sebesar 156,689 $>$ F_{tabel} sebesar 3,86) dengan tingkat protabilitas 0,000 yang kurang dari $\alpha = 0,05$. Untuk $R Square$ sebesar 0,699 atau 69,9 %. Hal ini berarti sebesar 69,9 % kemampuan model regresi pada

¹⁴Diah Wulandani Nurutami, “Analisis Persepsi, Perilaku, dan Preferensi Masyarakat Terhadap Prinsip dan Produk Perbankan Syariah” (*Skripsi*, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2019), 83.

penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen dan sisanya 30,1 % dipengaruhi variabel lain.¹⁵

3. Penelitian yang dilakukan Syauqi Hamdi yang berjudul “Analisis Minat dan Persepsi Masyarakat Terhadap Preferensi Produk Tabungan Mudharabah.” Metode yang digunakan yaitu analisis Regresi Linear berganda. Dapat diketahui besarnya *R Square* sebesar 0,462 atau 46,2 %. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan tingkat signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sementara antara variabel kualitas pelayanan terhadap minat nasabah dengan tingkat signifikansi sebesar $0,198 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_2 ditolak. Sedangkan antara variabel produk terhadap minat nasabah mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,083 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_3 ditolak. Pengaruh variabel religilitas terhadap minat nasabah mempunyai tingkat signifikansi sebesar $0,039 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_4 diterima.¹⁶
4. Penelitian yang dilakukan Sinta Wulandari dengan judul “Pengaruh Sikap dan Persepsi Masyarakat Terhadap Minat Mengambil Pembiayaan Di Bank Syariah Kota Palopo.” Metode yang digunakan yaitu uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, analisis linear sederhana. Hasil analisisnya dapat

¹⁵ Fitria Sapta Riani, “Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah” (*Skripsi*, UIN Raden Intan, Lampung, 2019), 78.

¹⁶ Syauqi Hamdi, “Analisis Minat dan Persepsi Masyarakat Terhadap Preferensi Produk Tabungan Mudharabah” (*Skripsi*, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2019), 85.

di simpulkan bahwa pengaruh sikap dan persepsi masyarakat signifikan terhadap minat mengambil pembiayaan di bank syariah.¹⁷

5. Karmila meneliti tentang “Pengaruh Persepsi Masyarakat Ujung Lero Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Parepare.” Hasil temuannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh persepsi masyarakat terhadap minat menabung di Bank Syariah Parepare hal ini dilihat dari hasil uji correlation, maka sesuai dengan pengambilan Minat jika nilai signifikansi = $0,000 < 0,05$, maka berkorelasi yang menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif dan signifikansi antara persepsi masyarakat Ujung Lero dengan minat menabung di Bank Syariah Parepare.¹⁸

¹⁷ Sinta Wulandari, “Pengaruh Sikap dan Persepsi Masyarakat Terhadap Minat Mengambil Pembiayaan Di Bank Syariah Kota Palopo” (*Skripsi*, IAIN Palopo, Palopo, 2022), 70.

¹⁸ Karmila, “Pengaruh Persepsi Masyarakat Ujung Lero Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Parepare” (*Skripsi*, IAIN Parepare, Parepare, 2020), 87.

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1
Persamaan dan Perbedaan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Diah Wulandari Nurutami	Analisis Persepsi, Perilaku, dan Perefensi Masyarakat Terhadap Prinsip dan Produk Perbankan Syariah.	Membahas persepsi masyarakat	Membahas semua produk perbankan syariah. Sedangkan penelitian ini hanya membahas tentang produk tabungan TABAH (Tabungan Mudharabah)
2	Fitria Sapta Riani	Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Pengaruh Persepsi Masyarakat Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk Bank Syariah	Membahas variabel persepsi masyarakat.	Membahas bauran pemasaran. Sedangkan pada penelitian ini tidak menggunakan bauran pemasaran.
3	Syauqi Hamdi	Analisis Minat dan Persepsi Masyarakat Terhadap Prefensi Produk Tabungan Mudharabah	Membahas persepsi masyarakat dan menggunakan produk tabungan mudharabah.	Penelitian terdahulu menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Sedangkan penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear sederhana.
4	Sinta Wulandari	Pengaruh Sikap dan Persepsi Masyarakat Terhadap Minat Mengambil Pembiayaan Di	Membahas persepsi masyarakat dan menggunakan teknik analisis regresi linear	Membahas minat mengambil pembiayaan. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel Y mengambil

		Bank Syariah Kota Palopo	sederhana.	keputusan dalam memilih produk Tabungan Mudharabah (TABAH).
5	Karmila	Pengaruh Persepsi Masyarakat Ujung Lero Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Parepare	Membahas persepsi masyarakat.	Membahas minat menabung. Sedangkan penelitian ini menggunakan variabel Y keputusan memilih produk.