

ABSTRAK

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI NASABAH TERHADAP FATWA MUI
DENGAN ANIMO NASABAH PENGGUNA JASA BANK SYARIAH**

Studi Kasus pada Bank Syariah “X” Cabang Yogyakarta

**Budi Hartati
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2007**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis hubungan antara persepsi nasabah terhadap fatwa MUI dengan animo nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah. Tempat penelitian di salah satu kantor cabang bank syariah di Yogyakarta. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juni sampai Juli 2007.

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Sampel yang diambil sebanyak 100 orang. Teknik pengambilan sampel dengan cara *nonprobability sampling* dengan teknik aksidental. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode angket (kuesioner). Angket ini untuk mengungkap persepsi nasabah terhadap fatwa MUI dan animo nasabah pengguna jasa bank syariah. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis *product moment*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nasabah terhadap fatwa MUI memiliki hubungan yang kuat dan positif dengan animo nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah. ($r = 0,683$, $sig = 0,01$). Jadi semakin baik persepsi nasabah terhadap fatwa MUI, semakin baik pula animo nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah.

ABSTRACT

**THE CORRELATION BETWEEN CUSTOMERS' PERCEPTION TOWARDS
INDONESIAN MOSLEM SCHOLAR'S INSTRUCTION AND THE
INTEREST OF SYARIAH BANK'S CUSTOMERS**

A Case Study on "X" syariah Bank, Yogyakarta Branch

**Budi Hartati
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2007**

This research is aimed to evaluate and analyse the correlation between customers' perception towards Indonesian Moslem Scholar's Instruction and the interest of Syariah Bank's customers. This research was carried out in Branch office of Syariah Bank in Yogyakarta, from June till July 2007.

The research was an associative research. The samples of this research was 100 people. *Accidental* non-probability sampling technique was applied to gather the samples. The technique for gathering the data was questionnaire. This technique was used to reveal the customers' perception towards Indonesian Moslem Scholar's Instruction and the interest of Syariah Bank's customers. The technique of analysing the data was product moment analysis.

The result of the research show that the customers' perception towards Indonesian Moslem Scholar's Instruction has strong and positive correlation with the interest of the Syariah Bank's customers ($r = 0.683$; $\text{sig} = 0.01$). It can be concluded that the better perception of customers towards Indonesian Moslem Scholar's Instruction, the better interest of customers to enjoy Syariah Bank's service.