

**FAKTOR PEMILIHAN PELANGGAN TERHADAP
PRODUK PEMBIAYAAN PERUMAHAN YANG
DITAWARKAN OLEH MAYBANK: SATU KAJIAN
KES DI NEGERI JOHOR**



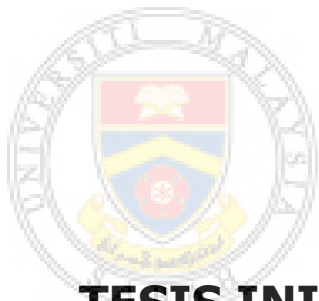
MOHAMAD I'SA ABD JALIL

UMMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

**SEKOLAH PERNIAGAAN DAN EKONOMI
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH
2011**

**FAKTOR PEMILIHAN PELANGGAN
TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN
PERUMAHAN YANG DITAWARKAN OLEH
MAYBANK: SATU KAJIAN KES DI NEGERI
JOHOR**

MOHAMAD I'SA ABD JALIL



UMS

**TESIS INI DIKEMUKAKAN UNTUK
MEMENUHI SYARAT MEMPEROLEHI
IJAZAH SARJANA EKONOMI**

**SEKOLAH PERNIAGAAN DAN EKONOMI
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH
2011**

UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

BORANG PENGESAHAN TESIS

JUDUL : _____

IJAZAH : _____

SAYA : _____ SESI PENGAJIAN : _____

(HURUF BESAR)

Mengaku membenarkan tesis *(LPSM/Sarjana/Doktor Falsafah) ini disimpan di Perpustakaan Universiti Malaysia Sabah dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut:-

1. Tesis adalah hak milik Universiti Malaysia Sabah.
2. Perpustakaan Universiti Malaysia Sabah dibenarkan membuat salinan untuk tujuan pengajian sahaja.
3. Perpustakaan dibenarkan membuat salinan tesis ini sebagai bahan pertukaran antara institusi pengajian tinggi.
4. Sila tandakan (/)

SULIT (Mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau kepentingan Malaysia seperti yang termaktub di AKTA RAHSIA RASMI 1972)

TERHAD (Mengandungi maklumat TERHAD yang telah ditentukan oleh organisasi/badan di mana penyelidikan dijalankan)

TIDAK TERHAD

Disahkan oleh:

(TANDATANGAN PENULIS)

(TANDATANGAN PUSTAKAWAN)

Alamat Tetap: _____

(NAMA PENYELIA)

TARIKH: _____

TARIKH: _____

Catatan:

*Potong yang tidak berkenaan.

*Jika tesis ini SULIT dan TERHAD, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa/organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh tesis ini perlu dikelaskan sebagai SULIT dan TERHAD.

*Tesis dimaksudkan sebagai tesis bagi Ijazah Doktor Falsafah dan Sarjana Secara Penyelidikan atau disertai bagi pengajian secara kerja kursus dan Laporan Projek Sarjana Muda (LPSM).

PENGAKUAN

Karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan, ringkasan dan rujukan yang tiap-tiap satunya telah saya jelaskan sumbernya.

MOHAMAD I'SA ABD JALIL
PE2007-8188
6 APRIL 2011



UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

PENGHARGAAN

Bismillaahir Rahmaanir Rahiim. Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Maha suci Allah tuhan sekalian alam tiada layak baginya melainkan segala puji-pujian dan kesyukuran. Selawat dan salam ke atas junjungan besar Nabi Muhammad (saw), ahli keluarga dan para sahabat baginda sekalian.

Alhamdulillah dengan izin dan inayahNya jua dapat saya sempurnakan penulisan disertasi ini bagi melengkapkan pengajian saya selama empat tahun di Universiti Malaysia Sabah. Banyak pihak dan individu terlibat yang layak diberikan penghormatan dan kalungan penghargaan. Pertama sekali buat Dekan Sekolah Perniagaan dan Ekonomi (SPE), Prof Madya Dr Arsiah Bahrun diatas segala sokongan beliau.

Setinggi-tinggi penghargaan dan sekalung budi saya hulurkan kepada penyelia saya, Prof Madya Dr Remali Yusoff dan Puan Roslinah Mahmud yang telah memberikan panduan dan bimbingan berterusan tanpa rasa jemu sehingga selesai penulisan disertasi ini. Penghargaan yang sama juga turut ditujukan kepada Prof Dr Syed Azizi Wafa, Dr Amran Harun, Dr Caroline Geetha, En Rozilee Asid dan pensyarah-pensyarah SPE lain yang banyak membantu. Tunjuk ajar kalian, tidak ternilai harganya.

Selaut kasih dan sayang buat Allahyarhamah Nenda Hj Kalsom yang pergi ketika tahun kedua pengajianku serta kedua ayahanda dan bonda tercinta, Mohamad Zahari Hadison dan Sadiah Hj Hassan, yang telah banyak berkorban demi kejayaan anak-anak. Semoga Allah merahmati dan memberkati nenda, ayahanda dan bonda berdua dengan kesejahteraan di dunia dan akhirat. Penghargaan yang amat istimewa buat isteri tersayang, Noradizah Rima Binti Norbidin, di atas sokongan moral, doa dan tolak ansur yang berpanjangan bagi memastikan kejayaan saya dalam pengajian ini. Buat satu-satunya permata hatiku, Hurul Aini Nasuha, jadikanlah kejayaan ayah ini sebagai dorongan untuk maju dalam apa jua lapangan yang diceburi dan semoga anak ayah cemerlang dunia dan akhirat.

Akhir sekali, salam persahabatan berkekalan buat teman-teman seperjuangan, ahli keluarga di Johor dan Sabah dan pihak yang terlibat secara langsung dan tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Semoga anda semua akan terus berjaya meniti dunia kerjaya masing-masing dan sentiasa diberkati Allah swt. Amin ya Rabbal Aalamiin....

ABSTRAK

Secara umumnya, tujuan kajian ini dijalankan adalah untuk melihat faktor pemilihan terhadap produk pembiayaan perumahan di kalangan pelanggan *Malayan Banking Berhad*. Seramai 350 orang pelanggan pembiayaan perumahan *Malayan Banking Berhad* di negeri Johor telah dipilih sebagai responden. Dengan menggunakan kaedah *Principal Component Analysis* bersama *Varimax Rotation*, empat belas (14) pembolehubah bebas yang diguna telah dikecilkan menjadi 3 faktor pemilihan yang utama bagi kedua-dua model pembiayaan Islam dan pembiayaan konvensional. Kajian mendapati kelebihan produk (FI1)', 'nasihat pihak ketiga (FI2)', dan 'gaya hidup (FI3)' merupakan faktor yang memotivasikan responden dalam memilih produk pembiayaan perumahan Islam. Sebaliknya, pelanggan produk pembiayaan perumahan konvensional pula memilih faktor 'kelebihan produk (FK1)', 'nasihat pihak ketiga (FK2)', dan 'situasi pasaran (FK3)' sebagai faktor pemilihan produk pembiayaan perumahan konvensional.



UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

ABSTRACT

SELECTION FACTORS OF CUSTOMER TOWARDS HOME FINANCING PRODUCTS OFFERED BY MAYBANK: A CASE STUDY IN JOHOR

Generally, the purpose of the study is to find out the selection criteria for home financing among Malayan Banking Berhad customers in Johor, Malaysia. A total of 350 customer from Malayan Banking Berhad who purchased home financing products were chosen as respondents. By using the Principal Component Analysis with Varimax Rotation, fourteen (14) selected independent variables had been reduced to three main factors for both Islamic and conventional financing. The result indicated that the factors of "goodness of products (FI1)", the "from third party (FI2)", and the "lifestyle (FI3)" were among the factors that motivate customer in choosing Islamic home financing. In contrast, the customers chose conventional home financing because of "products advantage (FK1)", "advice from third party (FK2)", and "market performance (FK3)" as factors that motivate them to choose conventional home financing.



UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

SINGKATAN

ATM	Automated Teller Machine
BIMB	Bank Islam Malaysia Berhad
BLR	Base Lending Rate
BMMB	Bank Muamalat Malaysia Berhad
BNM	Bank Negara Malaysia
KLSE	Bursa Saham Kuala Lumpur
KMO	Kaiser Meyer Olkin
PCA	Principal Component Analysis
SPI	Skim Perbankan Islam
SPSS	Statistical Packages for Social Sciences
SPTF	Sistem Perbankan Tanpa Faedah
UMT	Universiti Malaysia Terengganu
VR	Varimax rotation
IBA	Islamic Banking Act
GII	Government Investment Issue
IIMM	Islamic Interbank Money Market
NSAC	National Syariah Advisory Council on Islamic Banking and Takaful
BBMB	Bank Bumiputra Malaysia Berhad
BOCB	Bank of Commerce (Malaysia) Berhad



UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

ISI KANDUNGAN

	M/S
TAJUK	i
PENGAKUAN	ii
PENGHARGAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
SINGKATAN	vi
ISI KANDUNGAN	vii
SENARAI RAJAH	x
SENARAI JADUAL	xi
KATA KUNCI	xiii
BAB 1: PENGENALAN	1
1.1 PENDAHULUAN	1
1.2 PERNYATAAN MASALAH	2
1.3 PERSOALAN KAJIAN	3
1.4 OBJEKTIF KAJIAN	4
1.5 KEPENTINGAN KAJIAN	4
1.6 SKOP KAJIAN	5
1.7 ORGANISASI KAJIAN	5
BAB 2: LATAR BELAKANG KAJIAN	7
2.1 PERKEMBANGAN SISTEM KEWANGAN ISLAM DI MALAYSIA	7
2.2 KONSEP PERBANKAN ISLAM	10
2.2.1 WADIAH YAD DHAMANAH	11
2.2.2 MUDHARABAH	11
2.2.3 MURABAHAH	12
2.2.4 BAI' BITHAMAN AJIL	12
2.2.5 AL-IJARAH	13
2.2.6 AL-MUSYARAKAH	13
2.2.7 BAI' AL-DAYN	14
2.2.8 ISTISNA'	14
2.2.9 BAI' AL-INAH	14
2.2.10 AL-IJARAH THUMMA AL-BAI'	14
2.2.11 QARDHUL HASSAN	15
2.2.12 BAI' AS-SALAM	15
2.2.13 BAI' AL-ISTIJRAR	15
2.2.14 KAFALAH	15
2.2.15 RAHNU	16
2.2.16 WAKALAH	16
2.2.17 HIWALAH	16
2.2.18 SARF	16
2.2.19 AL-UJRAH	16
2.2.20 HIBAH	16

2.2.21	MAISIR	17
2.2.22	USURY	17
2.2.23	GHARAR	17
2.2.24	SUKUK	17
2.3	MAYBANK	23
2.3.1	PRODUK PEMBIAYAAN ISLAM	25
2.3.2	PRODUK PEMBIAYAAN PERNIAGAAN ISLAM	30
2.3.3	PRODUK TABUNGAN ISLAM	30
2.3.4	PRODUK PEMBIAYAAN KONVENSIONAL	33
2.3.5	PRODUK TABUNGAN KONVENSIONAL	37
2.4	NEGERI JOHOR DARUL TA'ZIM	40
2.4.1	BENDERA NEGERI JOHOR	40
2.4.2	LAMBANG NEGERI JOHOR	41
2.4.3	KEDUDUKAN NEGERI JOHOR DALAM PETA MALAYSIA	41
2.4.4	SEJARAH NEGERI JOHOR	41
2.4.5	KAWASAN DAERAH NEGERI JOHOR	42
2.4.6	EKONOMI NEGERI JOHOR	43
2.5	BANK-BANK YANG MENAWARKAN PERBANKAN ISLAM	45
2.5.1	SENARAI INSTITUSI YANG MENAWARKAN PERBANKAN ISLAM	46
BAB 3: SOROTAN KAJIAN LEPAS		49
3.1	PENDAHULUAN	49
3.2	SOROTAN KAJIAN LEPAS BERKAITAN PEMILIHAN BANK	50
3.3	SOROTAN KAJIAN LEPAS BERKAITAN PEMILIHAN PEMBIAYAAN PERUMAHAN	63
3.4	KESIMPULAN	67
BAB 4: METODOLOGI KAJIAN		69
4.1	PENDAHULUAN	69
4.2	REKA BENTUK KAJIAN	69
4.3	INSTRUMEN KAJIAN	70
4.3.1	BAHAGIAN A: LATAR BELAKANG RESPONDEN DAN PRODUK TERPILIH	70
4.3.2	BAHAGIAN B: FAKTOR PEMILIHAN RESPONDEN TERPILIH	71
4.4	KAEDAH PERSAMPELAN	71
4.5	PEMBENTUKAN MODEL	73
4.6	PEMBOLEHUBAH BERSANDAR	75
4.7	PEMBOLEHUBAH TIDAK BERSANDAR	75
4.7.1	KADAR BUNGA	75
4.7.2	KADAR UNTUNG	76
4.7.3	HARGA	76
4.7.4	FLEKSIBILITI TERMA DAN SYARAT	77
4.7.5	JUMLAH PEMBIAYAAN	77
4.7.6	FAKTOR AGAMA	78
4.7.7	PENDAPATAN	78
4.7.8	PENGETAHUAN	78
4.7.9	NASIHAT PIHAK BANK	79
4.7.10	PENGARUH RAKAN DAN SAUDARA	79
4.7.11	PROMOSI MEDIA PENGIKLANAN	80
4.7.12	NASIHAT @ ATURAN PIHAK PEMAJU PERUMAHAN	80
4.7.13	JANGKAAN MASA HADAPAN	81
4.7.14	TREN MASA KINI	81

4.7.15	GAYA HIDUP	82
4.8	HIPOTESIS KAJIAN	82
4.8.1	HPOTESIS PEMBIAYAAN PERUMAHAN ISLAM	83
4.8.2	HIPOTESIS PEMBIAYAAN PERUMAHAN KONVENSIONAL	85
4.9	PAKEJ STATISTIK YANG DIGUNAKAN	87
4.10	UJIAN FREKUENSI	87
4.11	UJIAN KEBOLEHPERCAYAAN	87
4.12	UJIAN MULTIKOLINEARITI	88
4.13	ANALISIS FAKTOR	88
4.14	ANALISIS REGRESIS	89
BAB 5:	DAPATAN KAJIAN	91
5.1	PENDAHULUAN	91
5.2	KEPUTUSAN PROFIL RESPONDEN	91
5.3	UJIAN MULTIKOLINEARITI	96
5.4	UJIAN ANALISIS FAKTOR	98
5.4.1	ANALISIS FAKTOR PEMBIAYAAN PERUMAHAN ISLAM	99
5.4.2	ANALISIS FAKTOR PEMBIAYAAN PERUMAHAN KONVENSIONAL	106
5.5	UJIAN KEBOLEHPERCAYAAN	110
5.5.1	MODEL 1	110
5.5.2	MODEL 2	111
5.6	UJIAN HIPOTESIS	113
5.6.1	HIPOTESIS PEMILIHAN PEMBIAYAAN PERUMAHAN ISLAM	114
5.6.2	HIPOTESIS PEMILIHAN PEMBIAYAAN PERUMAHAN KONVENSIONAL	114
5.7	ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA	115
5.7.1	FAKTOR PEMILIHAN PEMBIAYAAN PERUMAHAN ISLAM	115
5.7.2	FAKTOR PEMILIHAN PEMBIAYAAN PERUMAHAN KONVENSIONAL	117
5.8	KESIMPULAN	121
BAB 6:	RUMUSAN DAN KESIMPULAN	122
6.1	PENDAHULUAN	122
6.2	RINGKASAN KAJIAN	122
6.3	KESIMPULAN KEPUTUSAN MODEL FAKTOR ANALISIS (PEMBIAYAAN PERUMAHAN ISLAM)	123
6.4	KESIMPULAN KEPUTUSAN MODEL FAKTOR ANALISIS (PEMBIAYAAN PERUMAHAN KONVENSIONAL)	125
6.5	KESIMPULAN KEPUTUSAN HIPOTESIS	127
6.6	PERBINCANGAN KAJIAN	129
6.7	KEKUATAN KAJIAN	131
6.8	SARANAN KAJIAN PADA MASA HADAPAN	132
6.9	KESIMPULAN	133
BIBLIOGRAFI		134
LAMPIRAN		144

SENARAI RAJAH

		M/S
RAJAH 4.1	MODEL PEMILIHAN PENGGUNA TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN PERUMAHAN ISLAM YANG DITAWARKAN OLEH MAYBANK	73
RAJAH 4.2	MODEL PEMILIHAN PENGGUNA TERHADAP PRODUK PEMBIAYAAN PERUMAHAN KONVENSIONAL YANG DITAWARKAN OLEH MAYBANK	74



UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

SENARAI JADUAL

		M/S
JADUAL 2.1	PRODUK DAN KONSEP KEWANGAN ISLAM YANG DITAWARKAN DI MALAYSIA	18
JADUAL 2.2	KADAR UNTUNG HOMEFINANCING-I	25
JADUAL 2.3	KADAR UNTUNG MAXIHOME (BANGUNAN YANG SEDANG DIBINA)	26
JADUAL 2.4	KADAR UNTUNG MAXIHOME (BANGUNAN YANG SIAP DIBINA)	27
JADUAL 2.5	KADAR BUNGA PRODUK PEMBIAYAAN PERUMAHAN MAYBANK MAXIHOME	35
JADUAL 2.6	PERBEZAAN PAKEJ PRODUK MAYBANK MAXIHOME	36
JADUAL 2.7	INSENTIF TUNAI PRODUK FLEXI PLAN2	38
JADUAL 2.8	JUMLAH INSTITUSI KEWANGAN DI MALAYSIA	46
JADUAL 5.1	DEMOGRAFI RESPONDEN	95
JADUAL 5.2	UJIAN VIF (PEMBIAYAAN PERUMAHAN ISLAM)	96
JADUAL 5.3	UJIAN VIF (PEMBIAYAAN PERUMAHAN KONVENSIONAL)	97
JADUAL 5.4	KMO & BARTLETT'S TEST (PEMBIAYAAN PERUMAHAN ISLAM)	98
JADUAL 5.5	KMO & BARTLETT'S TEST (PEMBIAYAAN PERUMAHAN KONVENSIONAL)	99
JADUAL 5.6	CORRELATION MATRIX (PEMBIAYAAN PERUMAHAN ISLAM)	102
JADUAL 5.7	ROTATED COMPONENT MATRIX ^a FAKTOR PEMILIHAN KEATAS PRODUK PEMBIAYAAN PERUMAHAN ISLAM	105
JADUAL 5.8	CORRELATION MATRIX (PEMBIAYAAN PERUMAHAN KONVENSIONAL)	107
JADUAL 5.9	ROTATED COMPONENT MATRIX ^a FAKTOR PEMILIHAN KEATAS PRODUK PEMBIAYAAN PERUMAHAN KONVENSIONAL	109
JADUAL 5.10	ANALISIS KEBOLEHPERCAYAAN MODEL 1 (PEMBIAYAAN PERUMAHAN ISLAM)	112

JADUAL 5.11	ANALISIS KEBOLEHPERCAYAAN MODEL 2 (PEMBIAYAAN PERUMAHAN KONVENSIONAL)	113
JADUAL 5.12	RUMUSAN MODEL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA (ISLAM)	115
JADUAL 5.13	KEPUTUSAN ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA (ISLAM)	116
JADUAL 5.14	RUMUSAN MODEL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA (KONVENSIONAL)	117
JADUAL 5.15	KEPUTUSAN ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA (KONVENSIONAL)	118
JADUAL 5.16	KEPUTUSAN HIPOTESIS KAJIAN	118



UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

KATA KUNCI

Faktor pemilihan, Pembiayaan Perumahan, Islam, Konvensional



UMS
UNIVERSITI MALAYSIA SABAH

BAB 1

PENGENALAN

1.1 Pendahuluan

Isu pemilihan pelanggan terhadap perbankan Islam dan perbankan konvensional bukan suatu isu yang baru. Banyak kajian lepas telah dijalankan dalam mengkaji kriteria pemilihan pelanggan terhadap bank Islam dan bank konvensional. Namun begitu, Harrison (2003) menyatakan bahawa kajian mengenai faktor pemilihan pelanggan terhadap pembiayaan perumahan sangat penting kerana belum banyak kajian yang melibatkan pembiayaan perumahan dilakukan. Di Malaysia, pelanggan mempunyai pilihan untuk memilih produk pembiayaan perumahan Islam ataupun produk pembiayaan konvensional. Walaupun perbankan Islam telah 26 tahun diperkenalkan di Malaysia dan telah banyak galakan daripada kerajaan untuk menggunakan perbankan Islam, namun peratus penggunaan perbankan Islam di Malaysia masih sedikit. Pada tahun 2007, pembiayaan berasaskan *Shariah* Islam meningkat kepada 20.3 peratus berbanding pada tahun 2003 iaitu sebanyak 10.1 peratus daripada keseluruhan jumlah pembiayaan di Malaysia (Laporan Ekonomi Malaysia, 2007). Walaupun peratusan menunjukkan peningkatan, namun jumlah ini masih jauh ketinggalan berbanding pembiayaan sektor konvensional yang menguasai lebih dari 60 peratus dari pembiayaan keseluruhan. Hal ini lebih serius kerana Malaysia dinobatkan sebagai peneraju utama kewangan Islam dunia selain kawasan Timur Tengah (Alsadek & Andrew, 2007). Di Maybank, pengguna mempunyai pilihan samaada mahu melanggan pembiayaan perumahan Islam atau

konvensional. Perbezaan kedua-dua produk ini ialah pertamanya pembiayaan perumahan Islam berdasarkan kadar untung dan konvensional pula berdasarkan kadar bunga. Kadar untung yang digunakan ini menawarkan kadar tetap kepada pelanggan sepanjang pembiayaan dan kadar bunga yang pula menawarkan kadar yang berubah mengikut Base Lending Rate (BLR) yang ditentukan oleh Bank Negara Malaysia. Menurut jadual kadar untung dan kadar bunga yang dikeluarkan oleh Maybank, jika BLR tidak mengalami sebarang penurunan, di dapati kadar bunga lebih rendah dari kadar untung. Namun pengguna perbankan konvensional berhadapan dengan risiko kenaikan kadar bunga pada bila-bila masa. Kadar bunga yang diamalkan oleh perbankan konvensional inilah yang dinamakan *Riba'* (Mervyn *et al*, 2001). Namun begitu, pengguna Islam masih ramai memilih untuk menggunakan pembiayaan konvensional walaupun amalan *Riba'* ini jelas sekali diharamkan ke atas pengguna Islam (Gafoor, 2003). Pengguna produk pembiayaan perumahan di Malaysia amnya dan di Maybank khususnya pasti ada alasan yang tersendiri dalam memilih produk pembiayaan perumahan Islam atau konvensional. Walaupun ada kajian lepas yang mengkaji kriteria pemilihan pelanggan terhadap Pembiayaan Perumahan, namun semua kajian itu di luar Malaysia kecuali Hanudin (2008) di Labuan, Malaysia.

1.2 Pernyataan Masalah

Maybank merupakan salah satu bank perdagangan di Malaysia yang menjalankan sistem dwi perbankan. Maybank menawarkan pelbagai jenis produk perbankan konvensional bersama-sama dengan produk perbankan Islam seperti produk deposit, pembiayaan, dan pelaburan. Pelanggan Maybank bebas untuk memilih samaada

untuk pelanggan produk perbankan konvensional ataupun produk perbankan Islam. Oleh itu, masalah yang timbul adalah terdapat pelanggan yang memilih produk pembiayaan perumahan Islam dan terdapat juga pelanggan yang memilih produk pembiayaan perumahan konvensional. Namun tidak terdapat penentu yang khusus mengapa pelanggan akan memilih pembiayaan perumahan Islam atau pembiayaan perumahan konvensional. Oleh sebab itu, kajian ini mengfokus untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi mereka. Elemen gaya hidup seseorang individu merupakan salah satu faktor yang turut dibincangkan dalam kajian ini. Elemen seperti kekuatan pegangan agama belum tentu menentukan samaada pelanggan akan memilih pembiayaan perumahan Islam atau pembiayaan perumahan konvensional. Jika kedua-dua item ini tidak mempengaruhi pemilihan, apakah faktor-faktor lain yang mempengaruhi pemilihan pembiayaan perumahan yang ditawarkan oleh Maybank.

1.3 Persoalan Kajian

Berdasarkan pernyataan masalah, persoalan kajian ini ialah;

- i. Apakah kriteria yang mempengaruhi pelanggan dalam memilih produk pembiayaan perumahan Islam yang ditawarkan oleh Maybank di negeri Johor?
- ii. Apakah kriteria yang mempengaruhi pelanggan dalam memilih produk pembiayaan perumahan konvensional yang ditawarkan oleh Maybank di negeri Johor?

1.4 Objektif Kajian

Terdapat beberapa objektif kajian yang telah dikenalpasti dalam kajian ini. Objektif kajian ini adalah seperti yang berikut;

- i. Menentukan kriteria pemilihan pengguna terhadap produk pembiayaan perumahan Islam yang ditawarkan oleh Maybank di Negeri Johor.
- ii. Menentukan kriteria pemilihan pengguna terhadap produk pembiayaan perumahan konvensional yang ditawarkan oleh Maybank di Negeri Johor.
- iii. Membuat perbandingan gelagat pengguna produk pembiayaan perumahan di Johor dengan gelagat pengguna pembiayaan perumahan di Labuan.

1.5 Kepentingan Kajian

Terdapat beberapa kepentingan kajian ini dijalankan. Antara kepentingan kajian ini adalah sepertimana yang berikut;

- i. Kebaikan dari segi membentuk instrumen kewangan yang sesuai mengikut gaya hidup orang Johor.
- ii. Menambah maklumat kepada perbankan Islam di Malaysia berkenaan kelakuan pengguna terhadap produk pembiayaan perumahan Islam.
- iii. Meningkatkan dan meluaskan potensi produk pembiayaan perumahan Islam dan konvensional melalui kajian ini.
- iv. Sebagai rujukan terhadap kajian yang akan dilakukan pada masa akan datang

1.6 Skop Kajian

Skop kajian ini adalah terhad kepada sekitar kawasan negeri Johor sahaja. Kesemua daerah di negeri Johor iaitu Muar, Batu Pahat, Segamat, Kluang, Johor Bahru, Kota Tinggi, dan Mersing terlibat dalam kajian ini. Seramai tiga ratus lima puluh (350) orang responden telah terlibat dalam kajian ini. Responden yang terlibat dalam kajian ini dipilih berdasarkan kaedah persampelan rawak bertujuan. Responden kajian yang terlibat dalam kajian ini adalah merupakan pengguna-pengguna yang sedang melanggan produk pembiayaan perumahan yang ditawarkan oleh Maybank sahaja. Kajian ini hanya meliputi produk pembiayaan perumahan Islam dan Konvensional sahaja. Kajian ini juga hanya menggunakan data primer sebagai data utama kajian. Data primer dalam kajian ini akan diperolehi daripada borang soal selidik. Data soal selidik yang dikumpulkan akan disimpan kedalam perisian statistik (SPSS). Dengan menggunakan perisian ini, kajian ini akan menggunakan kaedah analisis faktor dan analisis regresi berbilang sebagai kaedah metodologi yang utama. Ia bertujuan untuk mendapatkan keputusan yang terbaik dan berkesan di samping memenuhi objektif kajian yang telah digariskan.

1.7 Organisasi Kajian

Kajian ini terbahagi kepada enam bahagian utama mengikut bab. Bab 1 merangkumi pernyataan masalah kajian, objektif kajian, kepentingan kajian, skop kajian, organisasi kajian, dan limitasi kajian. Bab 2 akan menerangkan latar belakang kajian ini yang merangkumi perkembangan sistem kewangan Malaysia, perkembangan sistem perbankan Islam di Malaysia, Maybank dan negeri Johor. Seterusnya dalam Bab 3 akan membincangkan secara mendalam mengenai sorotan kajian-kajian lepas

berkaitan dengan faktor pemilihan produk pembiayaan perumahan, dan faktor pemilihan bank.

Bab 4 akan memuatkan metodologi yang akan digunakan dalam kajian ini. Perkara yang dibincangkan dalam bab 3 ialah rekabentuk kajian, instrumen kajian, kaedah persampelan, batasan kajian, jadual kerja, pembentukan model, kaedah pengumpulan data dan kaedah yang digunakan untuk analisa kajian ini.

Di dalam Bab 5 pula akan mengemukakan keputusan profil responden, analisis kebolehpercayaan, analisis Min faktor pemilihan pembiayaan perumahan, ujian faktor analisis, analisis deskriptif, analisis hipotesis, dan rumusan prospek pelanggan terhadap produk pembiayaan perumahan Islam dan konvensional yang ditawarkan oleh Maybank. keputusan hasil kajian yang telah diperolehi dalam kajian ini mengikut metodologi yang digunakan. Akhir sekali, Bab 6 akan memuatkan rumusan dan kesimpulan daripada kajian ini. Antara yang akan dibincangkan dalam kajian ini ialah ringkasan kajian, kesimpulan model faktor analisis pembiayaan Islam dan konvensional, kesimpulan hipotesis, limitasi kajian, komen, dan saranan kajian pada masa akan datang.

BAB 2

LATAR BELAKANG KAJIAN

2.1 Perkembangan Sistem Kewangan Islam di Malaysia

Berdasarkan pengalaman Malaysia, fasa pertama pembinaan sistem kewangan Islam (SKI) bermula dengan penubuhan Tabung Haji sebagai institusi kewangan Islam pertama di Malaysia. Fasa kedua pula bermula dengan penubuhan Bank Islam Malaysia Berhad dan penawaran produk-produk kewangan Islam di perbankan konvensional yang dikenali sebagai Skim Perbankan Tanpa Faedah (SPTF) yang kini dikenali sebagai Skim Perbankan Islam (SPI). Fasa ini menjadikan Malaysia negara pertama di dunia yang menawarkan SPI selari dengan perbankan konvensional yang dikenali sebagai dwi-perbankan. Manakala fasa ketiga pembinaan SPI mengfokuskan kepada usaha memperkukuhkan institusi kewangan domestik dan menjadikan Malaysia sebagai pusat kewangan Islam antarabangsa di samping membuka pasaran kewangan Islam kepada institusi-institusi kewangan luar negara.

Semenjak 1970-an, perbankan Islam telah muncul sebagai sistem kewangan antarabangsa yang baru. Walaubagaimanapun, falsafah dan prinsipnya adalah tidak baru yang mana telah pun digariskan dalam Al-Quran dan sunnah Nabi Muhammad S.A.W. lebih dari 1,400 tahun yang lalu. Kemunculan perbankan Islam selalu dikaitkan dengan kebangkitan Islam dan keinginan serta permintaan umat Islam untuk hidup berlandaskan ajaran Islam dalam apa jua aspek.

Di Malaysia, pembahagian undang-undang Islam dan peraturan perbankan wujud bersama-sama dengan sistem bank konvensional. Pada 7 April 1983, *Islamic*

Banking Act (IBA) telah diwujudkan bagi membolehkan penubuhan bank Islam di Malaysia adalah sah di sisi Undang-undang. IBA diberi kuasa oleh Bank Negara Malaysia (BNM) untuk menyelia dan mengawal bank Islam. Pada masa yang sama, *Government Investment Act* 1983 diwujudkan untuk membenarkan kerajaan Malaysia menerbitkan *Government Investment Issue* (GII), yang mana sekuriti kerajaan adalah berlandaskan prinsip Syariah.

Bank berlandaskan Islam yang pertama ditubuhkan di Malaysia adalah Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB) yang bermula operasi pada 1 Julai 1983. Selaras dengan objektif penubuhannya, BIMB beroperasi berlandaskan syariah. Selepas lebih sedekad penubuhan beroperasi, BIMB telah membuktikan bahawa bank berlandaskan Islam berkebolehan untuk berjaya dengan pertumbuhan yang mendadak seluruh negara dengan pembukaan 80 cawangan dan 1,200 pekerja. Pada 17 Januari 1992, BIMB telah berjaya disenaraikan dalam Papan Utama Bursa Saham Kuala Lumpur.

Objektif jangka panjang BNM adalah untuk mencipta peroperasian sistem perbankan Islam bersama-sama dengan bank konvensional. Bagaimanapun, seperti mana sistem perbankan lain, sistem perbankan Islam memerlukan tiga elemen penting untuk melayakkan sebagai sistem yang mampu berdiri dengan sendirinya iaitu keterlibatan orang yang ramai, kepelbagaian alat @ produk, dan pasaran wang Islam. Dalam pada itu, sistem perbankan Islam mestilah membayangkan nilai-nilai sosio-ekonomi Islam.

Menyedari hakikat demikian, BNM mengambil pendekatan langkah demi langkah untuk mencapai objektifnya. Langkah pertama ialah, menyebarkan kebaikan sistem perbankan Islam ke seluruh negara sehingga seluruh rakyat Malaysia tahu

tentang perbankan Islam. Selepas pertimbangan dibuat, BNM memutuskan untuk membenarkan bank konvensional yang sedia ada untuk menawarkan produk perbankan Islam melalui infrastruktur dan cawangan yang sedia ada. Keputusan ini lebih efektif dan cekap dengan penambahan institusi kewangan yang ingin menawarkan servis perbankan Islam pada kos yang rendah. Berikutan dengan itu, pada 4 Mac 1993 BNM memperkenalkan SPTF.

Berkaitan dengan produk dan servis, lebih dari empat puluh produk dan servis berlandaskan Islam telah diperkenalkan dengan menggunakan pelbagai konsep Islam seperti *Musarakah, Murabahah, Bai' Bithaman Ajil, Ijarah, Qardhul Hasan, Istisna', dan Ijarah Thumma Al-Bai'*. Bagi menghubungkan institusi dengan instrumen yang digunakan, *Islamic Interbank Money Market (IIMM)* telah diperkenalkan pada 4 Januari 1994. Pada Oktober 1996, BNM telah memperkenalkan atau menukar SPTF kepada SPI atas dasar SPTF tidak menampakkan keuntungan pada pengguna. Sebagai usaha untuk mengukuhkan hubungan harmoni pendekatan Syariah antara bank dengan syarikat takaful, BNM menubuhkan *National Syariah Advisory Council on Islamic Banking and Takaful (NSAC)* pada 1 Mei 1997 sebagai kuasa Syariah tertinggi pada perbankan Islam dan takaful Malaysia.

Pada 1 Oktober 1999, bank berasaskan Islam kedua telah ditubuhkan iaitu Bank Muamalat Malaysia Berhad (BMMB). Penubuhan BMMB adalah kesan dari keluaran sampingan berikutan dengan penyatuan Bank Bumiputra Malaysia Berhad (BBMB) dengan Bank of Commerce (Malaysia) Berhad (BOCB). Dibawah susunan penyatuan, aset perbankan Islam dan liabiliti BBMB, BOCB, dan BMMB telah dipindahkan ke BBMB. Pada masa yang sama operasi konvensional BOCB dan BBMB