



CORAK PERBELANJAAN KAD KREDIT ISLAM OLEH PELANGGAN BANK

Kertas projek sarjana ini diserahkan kepada Kolej Perniagaan sebagai memenuhi sebahagian daripada keperluan untuk penganugerahan

Ijazah Sarjana Sains (Pengurusan)

Universiti Utara Malaysia

Disediakan oleh:

MOHD DIAH BIN MD SALEH

KEBENARAN MERUJUK PROJEK SARJANA

Kertas projek ini disediakan sebagai memenuhi sebahagian syarat daripada keperluan pengijazahan program sarjana Universiti Utara Malaysia. Saya membenarkan pihak perpustakaan mempamerkannya sebagai bahan rujukan. Saya juga bersetuju sebarang bentuk salinan sama ada secara keseluruhan atau sebahagian kertas projek ini dengan tujuan akademik adalah dibenarkan dengan persetujuan penyelia projek atau Dekan Kolej Perniagaan (COB). Sebarang bentuk salinan dan cetakan bagi tujuan-tujuan komersil dan membuat keuntungan adalah dilarang sama sekali tanpa kebenaran bertulis dari penyelidik. Perlu diingatkan, bahawa sebarang bentuk penghargaan hendaklah diberikan kepada penulis dan Universiti Utara Malaysia (UUM) di atas sebarang kegunaan yang mungkin dihasilkan dari bahan kertas projek ini. Permohonan bagi mendapatkan kebenaran untuk menyalin atau kegunaan lain dari bahan kertas projek ini, keseluruhan atau sebahagian perlulah dipohon melalui:

KOLEJ PERNIAGAAN (COB)
UNIVERSITI UTARA MALAYSIA
06010 SINTOK
KEDAH DARUL AMAN

ABSTRAK

Tujuan kajian ini dijalankan adalah untuk mengkaji corak perbelanjaan kad kredit secara Islam. Objektif kajian ini adalah untuk mengkaji tahap kepuasan pengguna terhadap corak penggunaan kad kredit Islam, mengkaji perbezaan tahap kepuasan pelanggan menggunakan kad kredit Islam berdasarkan faktor demografi dan mengkaji faktor-faktor dimensi kualiti perkhidmatan kad kredit Islam dengan tahap kepuasan pelanggan. Kaedah tinjauan telah digunakan untuk mengumpul data utama. Beberapa sampel pelanggan dari kalangan kakitangan kerajaan dan swasta di UUM, Bukit Kayu Hitam, Unimap, Kangar, dan Kuala Perlis. Data telah dikumpul melalui soal selidik dan dianalisa dengan menggunakan Pakej Statistik Sains Sosial (SPSS). Hasil dari kajian telah menunjukkan hubungan positif antara corak perbelanjaan dengan kepuasan pelanggan. Kesimpulannya, objektif penyelidikan untuk menganalisa tingkah laku dan corak perbelanjaan kad kredit Islam adalah tercapai.

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the expenditure pattern of the Islamic credit card. The objective of this study was to investigate the level of satisfaction of the Islamic credit card usage patterns, the different levels of customer satisfaction using the Islamic card based on demographic factors and study the factors of service quality dimensions of Islamic credit cards with customer satisfaction. The survey method was used to collect primary data. Some sample clients from private and government staff in UUM, Bukit Kayu Hitam, Unimap, Kangar and Kuala Perlis. Data were collected through questionnaires and analyzed using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS). The results of this study showed a positive correlation between spending patterns of customer satisfaction. In conclusion, the research objective is to analyze the behavior and spending patterns of Islamic credit card are achieved.

PENGHARGAAN

Dengan Nama Allah yang Maha Mengasihani dan Maha Penyayang

Bersyukur ke hadrat Ilahi kerana dengan izinNya penyelidik telah berjaya menyiapkan tesis ini dan ucapan terima kasih dan penghargaan yang tidak terhingga kepada penyelia utama iaitu **Dr. Azizi Bin Abu Bakar** yang telah berkorban masa dan tenaga memberi dorongan, bimbingan, tunjuk ajar dan nasihat tanpa mengira masa sehingga terhasilnya tesis ini.

Ribuan terima kasih juga ditujukan kepada rakan-rakan seperjuangan yang banyak memberi idea dan cadangan untuk penambahbaikan tesis ini terutama Puan Norashikin Ibrahim, kakitangan di Bahagian Rujukan dan Perkhidmatan Pelanggan Universiti Utara Malaysia yang banyak membantu penyelidik mencari bahan di perpustakaan Sultanah Bahiyah dan juga memberi tunjuk ajar dalam menyediakan tesis ini.

Tidak ketinggalan juga ucapan terima kasih kepada semua Pensyarah yang telah mengajar penyelidik sejak dari awal semester hinggalah tamat pengajian di dalam bidang Sarjana ini iaitu dari 2007 hingga 2010. Terima kasih juga diucapkan kepada semua responden yang sudi memberikan kerjasama dengan member maklum balas terhadap borang soal selidik yang berkaitan dengan tesis ini.

Akhir sekali, tesis ini sudah tentu tidak dapat disempurnakan tanpa sokongan padu dan kerjasama daripada ahli keluarga penyelidik sendiri iaitu; isteri Nazimah Bt Man, dan anak-anak, Nur Hazirah, Nur Adibah, Muhammad 'Alim dan Nur Hafizah. Kalian semua menjadi pendorong kepada kejayaan ini dan semoga kejayaan ini akan menjadi pendorong kepada mereka untuk berjaya pada masa hadapan. Semoga Allah memberkati segala jasa baik yang anda berikan.

MOHD DIAH BIN MD SALEH

MEI 2011

SENARAI KANDUNGAN

	Halaman
KEBENARAN MERUJUK KERTAS PROJEK	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
PENGHARGAAN	v
SENARAI KANDUNGAN	vii
SENARAI KEPENDEKAN	x
SENARAI JADUAL	xi
BAB PERTAMA: PENGENALAN	
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Pernyataan Masalah	2
1.3 Persoalan Kajian	7
1.4 Objektif Kajian	9
1.5 Kepentingan Kajian	10
1.6 Skop dan Limitasi Kajian	10
1.7 Rumusan	11
BAB KEDUA: ULASAN KARYA	
2.1 Pendahuluan	12
2.2 Definisi Kad Kredit	12
2.3 Fungsi dan Penggunaan Kad Kredit	13

2.4	Perkembangan Kad Kredit di Malaysia	14
2.4.1	Pengenalan Kad Kredit Islam	18
2.4.2	Penggunaan Kad Kredit Islam	19
2.4.3	Operasi Kad Kredit Islam di BIMB	26
2.4.3.1	Kad Bank Islam(KBI)	26
2.4.3.2	Prinsip-prinsip syariah dalam KBI	27
2.4.3.3	Faedah Penggunaan KBI	31
2.4.4	Perbezaan Antara Kad Kredit Islam dan Konvensional	32
2.5	Pembentukan Kerangka Teori	34
2.6	Hipotesis Kajian	35
2.7	Rumusan	37

BAB KETIGA: METHODOLOGI KAJIAN

3.1	Pendahuluan	39
3.2	Pembolehubah Kajian	39
3.2.1	Gelagat atau Sikap Pengguna	39
3.2.2	Kesetiaan Pengguna	41
3.2.3	Pengguna Kad Kredit	41
3.2.3.1	Keperluan	41
3.2.3.2	Kecemasan	42
3.2.3.3	Keinginan atau Kehendak	43
3.2.4	Kepuasan Pengguna	44
3.3	Data dan Kaedah Persampelan	46
3.3.1	Pengumpulan Data	47
3.3.2	Teknik Persampelan	47
3.3.3	Rekabentuk Soal Selidik	47
3.4	Insrumen Kajian	48
3.4.1	Pengguna Kad Kredit	49
3.4.2	Perubahan Gelagat Pengguna	50
3.4.3	Sebab-sebab Pengguna Berurusan Dengan Kad Kredit Islam (Kesetiaan Pengguna)	51
3.4.4	Sebab-sebab Pengguna Menggunakan Kad Kredit Islam(Pengguna Kad)	52
3.4.5	Darjah Kepuasan Pengguna Terhadap Perkhidmatan yang Ditawarkan Oleh Kad Kredit Islam(Kepuasan Pengguna)	53

BAB KEEMPAT: HASIL KAJIAN

4.1	Pendahuluan	54
4.2	Analisis Umum Pengumpulan Data	54
4.3	Analisis Kekerapan Data	55
	4.3.1 Analisis Kekerapan Demografi Responden	55
4.4	Analisis Keputusan	59
	4.4.1 Tahap Kepuasan Pelanggan Islam dan Kualiti Perkhidmatan Kad Kredit Islam	59
	4.4.2 Hubungan Korelasi antara Pembolehubah	60
	4.4.3 Demografi Responden dan Kepuasan Pelanggan	62
	a) Jantina dan Kepuasan Pelanggan	62
	b) Status Perkahwinan dan Kepuasan Pelanggan	63
	c) Umur dan Kepuasan Pelanggan	64
	d) Tahap Pendidikan dan Kepuasan Pelanggan	65
	e) Pekerjaan dan Kepuasan Pelanggan	65
	f) Pendapatan dan Kepuasan Pelanggan	66
	g) Faktor Agama dan Kepuasan Pelanggan	67
	4.4.4 Dimensi Kualiti Perkhidmatan dan Kepuasan Pelanggan	68

BAB KELIMA: KESIMPULAN DAN CADANGAN

5.1	Pendahuluan	70
5.2	Faktor-faktor Demografi dan Kepuasan Pelanggan Dalam Perkhidmatan Kad Kredit Islam	70
5.3	Hubungan Dimensi Kualiti dan Kepuasan Pelanggan Kad Kredit Islam	72
5.4	Cadangan	73
5.5	Kesimpulan	75

BIBLIOGRAFI	76
--------------------	----

SENARAI LAMPIRAN

APPENDIKS

SENARAI KEPENDEKAN

BIMB	-	BANK ISLAM (M) BERHAD
BNM	-	BANK NEGARA MALAYSIA
KBI	-	KAD BANK ISLAM
UniMAP	-	UNIVERSITI MALAYSIA PERLIS
UUM	-	UNIVERSITI UTARA MALAYSIA

SENARAI JADUAL

Jadual	Tajuk Jadual	Halaman
3.1	Taburan Soalan Berkaitan Pengguna Kad Kredit	49
3.2	Taburan Soalan Mengenai Gelagat Pengguna	50
3.3	Taburan Soalan Mengenai Kesetiaan Pengguna	51
3.4	Taburan Soalan Mengenai Pengguna Kad Kredit	52
3.5	Taburan Soalan Mengenai Kepuasan Pengguna	53
4.1	Taburan Responden Berdasarkan Demografi	55
4.2.	Ujian Min Tahap Kepuasan Pelanggan Dan Perkhidmatan Dalam Kad Kad Kredit Islam	60
4.3	Korelasi Dimensi Pengguna, Gelagat, Kesetiaan, Dan Sebab-sebab Dengan Kepuasan Pengguna	61
4.4	Ujian-T untuk Pengaruh Jantina Terhadap Perbezaan Tahap Kepuasan Pelanggan	63
4.5	Ujian Analisis Varian Sehala (ANOVA) antara Tahap Perkahwinan dan Kepuasan Pelanggan	64
4.6	Ujian Analisis Varian Sehala (ANOVA) antara Umur dan Kepuasan Pelanggan	64
4.7	Ujian Analisis Varian Sehala (ANOVA) antara Tahap Pendidikan dan Kepuasan Pelanggan	65
4.8	Ujian Analisis Varian Sehala (ANOVA) antara Pekerjaan dan Kepuasan Pelanggan	66
4.9	Ujian Analisis Varian Sehala (ANOVA) antara Pendapatan dan Kepuasan Pelanggan	67
4.10	Ujian Analisis Varian Sehala (ANOVA) antara Faktor Agama dan Kepuasan Pelanggan	67
4.11	Analisis Regrasi Antara Dimensi Pengguna, Gelagat, Kesetiaan, dan Sebab-sebab Dengan Kepuasan Pelanggan.	68

BAB PERTAMA

PENGENALAN

1.1 Pendahuluan

Kad kredit adalah antara produk institusi kewangan yang laris di pasaran. Secara umumnya kad kredit merupakan sistem pembayaran yang dinamakan kad plastik kecil yang dikeluarkan untuk seseorang pengguna. Sesebuah kad kredit berbeza dengan kad debit di mana ia tidak mengurangkan wang dari akaun pengguna sebaliknya bagi kad kredit, ia hanya meminjamkan wang kepada pelanggan atau pengguna.

Ini juga berbeza dengan kad caj walaupun namanya kadang-kadang digunakan oleh orang awam untuk menggambarkan kad kredit, di mana ia memerlukan pengguna membayar keseluruhan ke atas wang yang telah digunakan setiap akhir bulan. Sebaliknya, kad kredit membenarkan pengguna menggunakan semula baki wang tersebut dengan mengenakan sedikit caj atau dikenali sebagai faedah. Boleh dikatakan semua kad kredit mempunyai bentuk dan saiz yang sama, seperti yang ditetapkan oleh standard ISO 7810.

Kad kredit mempunyai bentuk empat persegi panjang yang mempunyai dimensi yang serupa dengan transaksi perniagaan biasa. Kad kredit banyak mendapat perhatian daripada para pengkaji, pihak bank dan pembuat dasar dengan mengemukakan beberapa alasan. Menurut kajian yang telah dijalankan oleh Sook Yee Choo(2005), terdapat tiga faktor yang mempengaruhi industri kad kredit. Pertama, kad kredit

merupakan medium utama kepada pihan bank kerana kos operasinya adalah agak rendah. Kedua, kebanyakan pasaran kad kredit di negara membangun masih lagi berkembang dan belum lagi mencapai tahap tepu. Ketiga, kad kredit juga boleh menimbulkan kekacauan dalam ekonomi jika tidak diselia dengan berkesan.

Perbankan Islam yang berdasarkan *Syariah* juga dilihat sama seperti perbankan konvensional iaitu merupakan organisasi yang mementingkan keuntungan dalam urusan niaga. Walau bagaimanapun, perbankan Islam tidak membenarkan berurusan dengan mana-mana perniagaan yang mengamalkan faedah atau bunga dan juga berurusan dengan produk-produk yang terlarang seperti arak, babi dan sebagainya. Dengan lain perkataan, banyak produk dari perbankan konvensional tidak ditawarkan oleh perbankan Islam kerana mengamalkan unsur-unsur riba atau kadar bunga.

Menurut Norudin & Zull Nikli, (2005) kad kredit atau kad caj, seperti Visa, MasterCard, Diners Club, American Express dan lain-lain termasuk Kad Affiniti, pada dasarnya adalah jenis-jenis kad yang pernah diterbitkan bergantung kepada keperluan yang membolehkan seseorang individu untuk membelanjakan wang dengan jumlah tertentu dan membayar semula jumlah wang yang telah digunakan samada secara ansuran atau sepenuhnya.

1.2 Pernyataan Masalah

Kad kredit merupakan instrument pilihan pengguna masa kini . Penggunaannya semakin popular sama ada di Malaysia atau pun di seluruh dunia. Boleh dikatakan hampir setiap individu memiliki kad kredit. Ini adalah kerana ia memberi kemudahan

berbelanja tanpa perlu membawa wang tunai (Wan Jemizan W. Deraman, 2010). Bagi sesetengah pengguna, membawa wang tunai yang banyak ketika membeli belah merupakan suatu beban. Keadaan ini amat ketara apabila suatu masa dahulu kerajaan telah mewujudkan wang yang bernilai satu ringgit dalam bentuk syiling. Kini terdapat hampir 50 peratus daripada pengguna yang membeli belah di pasaraya-pasar raya menggunakan kad kredit.

Kad kredit sekiranya digunakan dengan kaedah yang betul memang satu kemudahan yang sangat memberi manfaat kepada masyarakat. Ini adalah kerana pengguna akan merasa selesa menggunakan kad kredit daripada menggunakan wang tunai kerana kad kredit lebih ringan dan tidak mendatangkan masalah untuk digunakan apabila perlu. Walaupun penggunaan kad kredit tiada hadnya terutama di dalam dunia digital dan dunia tanpa sempadan ini, isu-isu yang berkaitan dengan penggunaan kredit kad ini juga perlu di ambilkira di mana penerimaan di kalangan orang Islam tentang penggunaan kad kredit ini dapat ditingkatkan.

1.2.1. Kawalan Ke atas Penggunaan Kad Kredit

Isu-isu keselamatan mungkin akan dihadapi sekiranya terdapat kekurangan dari segi kesahan perjanjian yang dibuat oleh pihak-pihak yang terlibat semasa menyediakan perjanjian penggunaan kad kredit ini. Sebagai contoh, sejak kebelakangan ramai yang menggunakan kad kredit untuk membuat pembelian produk atau servis secara dalam talian kerana prosesnya yang mudah. Melalui e-dagang, pihak yang terlibat di dalam urusan tersebut tidak pernah berjumpa dan tidak mengenali antara satu sama lain. Persoalan yang mungkin timbul ialah apakah

yang akan berlaku sekiranya ada urusan yang berlaku, sebagai contoh dilakukan oleh kaum keluarga pemilik kad kredit tersebut tanpa persetujuan pemilik kad tersebut? Adakah urusan tersebut dikira sah atau sebaliknya.

Mengikut keadaan biasa, urusan tersebut dikira sah sekiranya perkhidmatan tersebut telah digunakan dan pembeli telah mendapat faedah dari pembelian tersebut. Tetapi bagaimana caranya untuk kita meminimalkan perlakuan yang tidak beretika ini? Apa yang boleh dicadangkan ialah dengan mewujudkan sistem kod pin pada kad kredit tersebut. Sebagai contoh, kod pin mestilah dimasukkan sebelum sesuatu urusan berlaku. Dengan cara ini kebarangkalian untuk menyalahgunakan kad kredit tersebut oleh orang yang tidak berkenaan boleh dikurangkan ketahap yang minima (Mohd.Ma'sum Billah,2001).

1.2.2. Caj Lewat Bayar

Penggunaan kad kredit merupakan pilihan yang terakhir bagi sesetengah individu apabila tidak mempunyai wang yang cukup untuk membayar semua bil yang perlu dibayar, tetapi cara tersebut bukanlah jalan penyelesaian yang terbaik. Apabila kad kredit tersebut digunakan untuk membayar bil secara berterusan dari bulan ke bulan, sedangkan pengguna jelas tidak mempunyai wang untuk menjelaskan bil tersebut, maka secara tidak langsung akan menambahkan hutang yang sedia ada. Tanpa disedari, pengguna sebenarnya membayar hutang di sepanjang usia mereka.

Dengan bertambahnya kadar faedah yang dikenakan setiap bulan, bermakna pengguna terpaksa membayar lebih terhadap barang dan perkhidmatan yang

diperolehi. Kebiasaannya, terdapat pengguna yang memiliki lebih dari satu kad kredit di mana setiap kad mempunyai had kredit masing-masing. Sekiranya jumlah had kredit tersebut dicampurkan, jumlah semua akan mencecah ribuan ringgit. Lama kelamaan penggunaan kad kredit akan menjadi satu habit kepada pengguna semata-mata untuk berbelanja melebihi pendapatan sebenar. (Zaharuddin Abd. Rahman, 2006)

Adalah haram apabila menggunakan kad kredit konvensional kerana pihak bank akan mengenakan faedah kepada pengguna yang meminjam wang dan faedah ini merupakan yuran tahunan kepada kad kredit tersebut, termasuklah lain-lain faedah yang dikenakan yang terpaksa dibayar oleh pengguna sekiranya pengguna membayar pinjaman melepasi tarikh yang telah ditetapkan.

Kos kepada kad tersebut juga adalah merupakan Riba di mana pengguna harus membayar kepada bank samada pengguna membayar dalam tempoh yang ditetapkan atau sebaliknya. Pengguna juga dikehendaki menandatangani perjanjian di mana pengguna bertanggungjawab membayar caj lewat bayar sekiranya bayaran dibuat selepas tarikh matang. Caj lewat bayar juga adalah haram kerana orang Islam tidak dibenarkan melakukan sesuatu yang bertentangan dengan larangan Allah. Pengguna beranggapan mereka boleh membayar pinjaman tersebut mengikut tarikh yang ditetapkan, tetapi sekiranya berlaku perkara di luar jangkaan yang mana mereka tidak dapat membuat bayaran mengikut tarikh tersebut, maka mereka akhirnya melibatkan diri dengan Riba yang harus dibayar kepada pihak bank. (Zaharuddin Abd. Rahman, 2006)

Pengguna yang terlibat di dalam perjanjian ini adalah tidak dibenarkan dalam Islam kerana ia melibatkan Riba di mana pengguna terpaksa membayar harga kad tersebut dan juga pengguna yang membayar lewat dari tarikh matang juga terpaksa membayar caj lewat tarikh(Ibn.'Uthaymeen).

Dalam fatwa yang lain beliau menyatakan:

Urusniaga tersebut adalah haram, kerana mana-mana pihak yang terlibat akan menyebabkan mereka terikat untuk membayar riba sekiranya mereka tidak membayar pinjaman mengikut tarikh matang. Ini merupakan komitmen yang tidak sah, walaupun mereka percaya dan berfikir mereka mampu untuk membayar pinjaman tersebut sebelum tarikh matang. Tetapi sekiranya dalam keadaan tertentu mereka mungkin tidak dapat membayar pinjaman tersebut kerana mereka tidak mengetahui apa yang akan berlaku pada masa hadapan dan sekiranya terjadi, mereka juga akan berhadapan dengan riba.

Sekiranya berlaku pembayaran lewat, maka pengguna akan dikenakan caj lewat bayar. Persoalan yang timbul, adakah ini boleh diterima oleh pengguna? Jika mengikut kad kredit Al-tasliif dari Ambank, tiada caj dikenakan untuk pinjaman tertunggak yang tidak melebihi tempoh 30 hari bekerja Menurut Mohd Ma'sum Billah (2001) sekiranya caj yang dikenakan adalah dikira sebagai kos pengurusan yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah berkenaan kad kredit tersebut, maka ini adalah dibolehkan. Tetapi sekiranya caj tersebut sememangnya dikira caj lewat bayar, maka ia adalah haram.

Namun, persoalan yang timbul ialah kenapakah caj lewat bayar tersebut dikira dengan mengambilkira baki tertunggak dan didarabkan dengan peratusan tertentu, dan bukan dengan menetapkan kadar tetap yang tertentu. Walaupun pihak bank menyatakan caj lewat tersebut dikira sebagai kos penyelenggaraan, namun adalah tidak masuk akal kerana pengiraan tersebut dibuat dalam bentuk peratusan. Sepatutnya kos penyelenggaraan dikira sebagai tetap dan bukan mengikut baki tertunggak. Adakah terdapat perbezaan kos pengurusan sekiranya bayaran minima yang tertunggak tersebut RM1 juta atau RM200. Oleh yang demikian, beliau mencadangkan caj lewat harus dikenakan dengan satu kadar tetap tanpa mengambilkira baki minimum yang tertunggak (Mohd Ma'sum Billah, 2001).

1.3 Persoalan Kajian

Kemudahan yang disediakan oleh kad kredit dalam memberi kebenaran membuat pembelian barangan dan perkhidmatan mengikut had kredit yang dibenarkan telah menarik minat individu-individu untuk memiliki kad kredit tersebut. Ini adalah kerana walaupun mereka tiada tunai di tangan, tetapi dengan adanya kad kredit, mereka masih boleh mendapatkan barangan dan perkhidmatan yang diinginkan hanya dengan menggunakan kad plastik tersebut.

Tambahan pula, kalau suatu masa dahulu keghairahan untuk membeli belah hanya tertumpu kepada kaum wanita sahaja, kini keghairahan tersebut telah berjangkit kepada kaum Adam di mana mereka juga hebat dalam berbelanja terutama dari segi pembelian telefon bimbit, aksesori kereta dan produk wangian berbanding dengan

kaum wanita yang lebih berminat untuk membeli barangan perhiasan diri dan beg tangan. Perlakuan ini dilihat lebih ketara apabila terdapatnya pesta jualan murah dan jualan penghabisan stok akhir tahun. Mereka berpusu-pusu di pusat membeli belah untuk mendapatkan barangan dan perkhidmatan yang diinginkan tanpa menyedari bahawa mereka berbelanja menggunakan kad kredit tanpa had (Mohamad Fadil Anuar, 2009).

Bagi yang menggunakan kad kredit konvensional, mereka sudah tidak mengendahkan lagi larangan Islam mengenai riba yang terdapat di dalam kad kredit konvensional tersebut malah mereka menganggap dengan memiliki kad kredit, ia menonjolkan imej kemewahan mereka akan dilayan dengan istimewa terutama di hotel-hotel, restoran-restoran dan butik-butik yang mewah. Hasilnya terbitlah sifat-sifat negatif yang lain seperti riak, sombong, angkuh dan tamak.

Sifat berbangga-bangga sehingga menyebabkan angkuh dan sombong ini jelas bercanggah dengan ajaran Islam. Dalam hal ini Allah s.w.t merakamkan pesanan Luqman kepada anaknya dalam al-Quran yang bermaksud:

*Dan janganlah engkau memalingkan mukamu
(kerana memandang rendah) kepada manusia,
dan janganlah engkau berjalan di bumi dengan
berlagak sombong; sesungguhnya Allah tidak
suka kepada tiap-tiap orang yang sombong takbur,
lagi membanggakan diri.*

(Terjemahan Surah Luqman: 8)

Jika motif memiliki kad kredit adalah untuk berbangga-bangga, sudah pasti pengguna akan cenderung kepada membuat pembelian bukan disebabkan keperluan, tetapi untuk kepuasan dan menunjuk-nunjuk sehingga ada individu yang memiliki empat hingga lima keping kad kredit semata-mata bagi menggambarkan mereka adalah golongan elit dan berstatus tinggi.

Dengan memperkenalkan kad kredit yang berlandaskan Islam, sekurang-kurangnya individu-individu yang memilikinya terlepas dari cengkaman riba dan juga dapat menggunakan kad kredit mereka dengan lebih berhemah dan apabila perlu sahaja sebagai contoh dalam waktu kecemasan yang tidak dapat dielakkan (Wan Jemizan W.Deraman, 2010).

1.4 Objektif Kajian

Objektif umum kajian ini adalah untuk mengkaji sejauh mana gelagat pengguna berbelanja dengan menggunakan kad kredit Islam. Manakala objektif khusus kajian ini ialah:

- i. Mengkaji tahap kepuasan pengguna terhadap corak penggunaan kad kredit Islam
- ii. Mengkaji perbezaan tahap kepuasan pelanggan menggunakan kad kredit Islam berdasarkan faktor demografi
- iii. Mengkaji faktor-faktor dimensi kualiti perkhidmatan kad kredit Islam dengan tahap kepuasan pelanggan.

1.5 Kepentingan Kajian

Hasil daripada kajian ini, penyelidik berharap dapat mengenalpasti naluri pengguna kad kredit Islam dan bagaimana penggunaan kad kredit Islam ini memberi kesan terhadap demografi dan gelagat pengguna terhadap konsep hutang.

1.6 Skop dan Limitasi Kajian

Dalam menjalankan kajian ini, penyelidik memilih responden dari kalangan kakitangan kerajaan dan swasta di utara semenanjung iaitu di UUM, Changlun dan Bukit Kayu Hitam di Negeri Kedah dan di Unimap, Kangar dan Kuala Perlis di Negeri Perlis.

Penyelidik menghadapi kekangan dari segi masa untuk menyiapkan kajian ini kerana melibatkan lokasi kawasan yang agak jauh dan ini secara tidak langsung melibatkan banyak masa yang perlu diambil untuk mengumpul data-data yang diperlukan. Selain dari itu, penyelidik terpaksa menanggung sendiri kos-kos yang terlibat seperti kos menghantar dan mengutip soal selidik dari responden. Di samping itu juga penyelidik merupakan pelajar separuh masa dan terpaksa membahagikan masa yang terhad ini untuk menyiapkan kajian ini mengikut masa yang telah ditetapkan.

Dari segi keputusan yang diperolehi mungkin berbeza dengan keputusan kajian dalam kalangan pengguna yang berada di luar di kawasan kajian ini. Kajian ini

masih boleh dilakukan oleh penyelidik yang lain kerana kajian terhadap kad kredit Islam masih kurang berbanding dengan kajian mengenai kad kredit konvensional.

1.7 Rumusan

Sebagai rumusan dalam bab ini, penyelidik telah membincangkan mengenai latar belakang yang berkaitan kad kredit dan mengapa perlu bertukar kepada kad kredit Islam serta penyelidik juga turut membincangkan kepentingan kajian dan objektif kajian

BAB KEDUA

ULASAN KARYA

2.1 Pendahuluan

Bahagian ini akan membincangkan mengenai definisi kad kredit, fungsi dan penggunaan kad kredit, perkembangan kad kredit di Malaysia, pengenalan kad kredit Islam dan sejarah serta perkembangannya di Malaysia, penggunaan kad kredit Islam dan KBI serta faedah-faedah KBI

2.2 Definisi Kad Kredit

Menurut Kamus Dewan (2007), perkataan kredit bermaksud kemudahan membayar terkemudian daripada penerimaan barang atau penangguhan pembayaran bagi barang yang dibeli. Manakala kad kredit pula didefinisikan sebagai kad yang menunjukkan keterangan seperti nama, tandatangan dan nombor kod pemegangnya yang membolehkan pemegang kad itu membuat pembelian sesuatu barangan, perkhidmatan dan sebagainya secara kredit.

Di dalam bahasa Arab, perkataan kad kredit diistilahkan sebagai '*Bitaqah al-Itman*' atau '*Bitaqah al-Itimad*' (Hassan Ibrahim zayyat Mustafa Ahmad (1986). Manakala pengertian kad kredit yang dipersetujui dalam *Majma' al-Fiqh al-Islami* ialah satu akuan yang dikeluarkan oleh satu pihak pengeluar kepada seseorang individu atau badan tertentu berdasarkan akad yang dilakukan antara kedua-dua pihak tersebut

bagi membolehkan pihak kedua membeli barangan secara tunai berdasarkan jaminan dari pihak pengeluar akuan.

Mengikut seksyen 14(1), akta kredit Pelanggan 194 atau *Consumer Credit Act* 1974, kad kredit didefinisikan sebagai kad, cek, baucer, kupon, setem, buku kecil atau dokumen atau barang lain yang diberikan kepada seseorang individu iaitu pemegang kad, dengan perkara-perkara di atas, pemegangnya mempunyai kuasa untuk mendapatkan tunai, barangan atau perkhidmatan secara kredit. Manakala pihak yang memberi kemudahan kredit akan memperolehi pembayaran daripada pihak ketiga iaitu syarikat pengeluar kad yang sebelum itu telah membuat perjanjian dengan pihak pengguna atau pemegang kad.

Sebagai rumusan, kad kredit dapat difahami sebagai kad yang membolehkan pemegangnya memperolehi barangan, perkhidmatan dan wang tunai melalui kontrak dan perjanjian yang dipersetujui antara pemegang kad dan syarikat pengeluar kad berdasarkan syarat-syarat tertentu melalui pengeluar kad kredit utama seperti MasterCard atau VISA, di mana pemegang kad dibenarkan melakukan transaksi pembelian barangan atau perkhidmatan secara kredit iaitu salah satu kaedah pembayaran alternatif selain pembayaran secara tunai atau cek (Jamaiyah Mohammed Noor, 2003).

2.3 Fungsi dan Penggunaan Kad Kredit

Kad kredit merupakan satu instrumen pembayaran yang membolehkan pemegang-pemegang kad memperoleh barangan dan perkhidmatan tanpa melibatkan aliran

pengeluaran wang tunai. Kad kredit boleh digunakan di mana-mana kedai atau institusi perniagaan yang mempamerkan jenama kad kredit yang dimiliki, sama ada dalam mahupun luar negara.

Operasi kad kredit melibatkan tiga pihak utama iaitu pemegang kad, peniaga dan pengeluar kad. Pemegang kad terdiri daripada sesiapa sahaja yang memenuhi syarat yang boleh melayakkan mereka menjadi pemegang kad. Biasanya syarat utama yang ditetapkan adalah dari segi umur dan pendapatan individu. Pemegang kad akan memperolehi kemudahan kredit iaitu penangguhan bayaran kepada perkhidmatan dan barangan yang dibeli. Di samping itu, mereka boleh menggunakan kemudahan kad sebagai alternatif pembayaran selain tunai dan cek.

Manakala peniaga selaku pihak kedua yang terlibat dalam operasi kad kredit pula merupakan pihak yang menerima bayaran bagi barangan atau perkhidmatan yang dijual melalui kad kredit. Pihak ketiga pula iaitu pengeluar kad kredit adalah terdiri daripada syarikat atau bank yang akan membuat pembayaran kepada peniaga terlebih dahulu bagi pihak pemegang kad. Penyata bulanan yang mengandungi maklumat mengenai urusan kad kemudiannya akan dihantar kepada pemegang-pemegang kad. Disinilah biasanya keuntungan diperolehi iaitu caj perkhidmatan yang telah ditetapkan (Zaharudin Abd Rahman, 2006).

2.4 Perkembangan Kad Kredit di Malaysia

Di Malaysia, penggunaan kad kredit bermula dalam sekitar tahun 1980-an. Ianya dipelopori oleh bank asing seperti Standard Chartered Bank. Kemudiannya diikuti

oleh bank-bank lain seperti Bank Bumiputera yang dikenali juga Bank of Commerce, kini dikenali bank CIMB, Citibank, Maybank dan lain-lain. Pada awalnya, ianya hanya tertumpu di bandar-bandar besar seperti Kuala Lumpur, Johor Bahru dan Pulau Pinang. Kini, penerimaannya semakin meluas meliputi kawasan-kawasan bandar dan luar bandar (Fadillah Mansor, 2004).

Mengikut statistik yang dikeluarkan oleh BNM, sehingga April, 2009, sebanyak 9.7 juta kad kredit telah dikeluarkan yang mewakili kad utama manakala kad tambahan pula mencecah 1.3 juta. Ini menunjukkan kad kredit yang suatu masa dahulu dilihat begitu eksklusif dan menjadi lambang kemewahan masyarakat moden, kini bagaikan tidak bernilai lagi.

Apatah lagi operasi permohonannya kian dipermudahkan dengan hanya memohon melalui internet, telefon atau sistem pesanan ringkas (SMS) dan transaksinya pula boleh dilakukan secara faksimili sahaja. Dalam masa yang singkat tidak kurang daripada 24 jam, keputusan dan status permohonan dapat diketahui.

Namun begitu, dalam keghairahan masyarakat masa kini menggunakan kemudahan kad kredit terutamanya kad kredit yang dikeluarkan oleh bank-bank konvensional, masih ramai dalam kalangan umat Islam seakan-akan terlepas pandang terhadap hukum penggunaannya menurut perspektif Islam. Persoalan riba yang dikaitkan dengan produk kad kredit konvensional yang membelenggu pengguna-pengguna kad kredit bukanlah suatu perkara baru.

Ternyata riba adalah jelas haram dalam Islam, sebagaimana Allah s.w.t. telah berfirman dalam al- Quran yang bermaksud:

”..padahal Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Maka sesiapa yang sampai peringatan dari Tuhannya lalu ia berhenti, maka baginya apa yang diambilnya dahulu dan perkaranya terserahlah kepada Allah. Dan sesiapa yang mengulanginya lagi (mengambil riba) maka mereka itulah ahli neraka, mereka kekal di dalamnya.”

Terjemahan al-Baqarah: 275

Akibat daripada penggunaan kad kredit yang tidak beretika, tambahan pula pengguna yang menggunakan kad kredit konvensional, menyebabkan mereka tidak menyedari yang hutang mereka semakin bertambah kerana kebanyakan pengguna hanya membayar bayaran minima 5 peratus seperti yang telah ditetapkan oleh bank-bank berkenaan.

Mengikut laporan BNM, pada tahun 2006, statistik menunjukkan hanya 60 peratus daripada pemilik kad di negara ini menjelaskan pinjaman mereka mengikut masa yang ditetapkan, selebihnya gagal menjelaskan tunggakan pinjaman yang mencecah RM18.6 billion (Lokman Ismail, 2006).

Penggunaan kad kredit di Malaysia telah menunjukkan perkembangan yang signifikan sejak sedekad yang lalu. Jumlah pinjaman yang dibuat melalui kad kredit mencecah 3.5 peratus daripada jumlah keseluruhan pinjaman oleh institusi

perbankan. Daripada keseluruhan pinjaman yang dibuat melalui kad kredit yang berjumlah RM23.3 billion, 89.3 peratus atau RM20.8 billion adalah baki semasa, 8.4 peratus atau RM2 billion adalah baki tertunggak yang tidak dibayar tidak kurang dari tiga bulan, dan 2.3 peratus atau RM0.5 billion pula merupakan tunggakan yang melebihi tiga bulan yang dikategorikan sebagai pinjaman tidak berbayar (Nor Mohamed Yakcop, BERNAMA 2008). Manakala angka terkini sehingga April, 2009, rakyat Malaysia mempunyai tunggakan hutang kad kredit berjumlah RM22.4 bilion (Bank Negara Malaysia, 2009). Sementara itu pula, mengikut laporan khas yang dikeluarkan mengenai penggunaan kad kredit, sehingga Julai 2010, lebih 10 juta pengguna kad kredit di negara ini mempunyai jumlah tunggakan sehingga RM24.4 bilion tetapi hanya 30 peratus sahaja daripada mereka membayar balik baki penuh pinjaman setiap bulan. Mengikut pengiraan secara statistik menunjukkan sekiranya seseorang itu berhutang RM1,000 melalui kad kredit dan cuma membuat bayaran minimum 5 peratus sahaja setiap bulan, maka dia mengambil masa 5 tahun 8 bulan untuk melangsaikan hutangnya termasuk kadar faedah (Berita Minggu, 30/11/ 2010).

Kajian juga menunjukkan pengguna kad kredit cenderung untuk berbelanja 17 peratus lebih daripada individu yang berurusan menggunakan wang tunai. Faktor kadar faedah yang tinggi, kawalan kelulusan pengeluaran kad kredit yang terlalu longgar, sikap institusi kewangan yang lebih mengaut keuntungan serta sikap pengguna yang tidak berhemah dikenal pasti punca kenapa ramai yang jatuh mufliis kerana gagal membayar hutang kad kredit.

Ini dapat dilihat melalui laporan yang dibuat, terdapat 120 pemuda yang berusia di bawah 25 tahun diisytihar mufliis sejak tahun 2005 yang mewakili hampir 10 peratus

daripada jumlah yang diisytiharkan bangkrap setiap tahun. Terdapat kes yang dilaporkan di Johor Bahru di mana pemegang kad jenis Diners Club itu berhutang lebih RM540,000 dan tersenarai bersama 3,637 pemegang kad kredit di seluruh negara yang mufliis sejak 5 tahun lalu (Berita Harian, 28/6/2009)

Perangkaan yang dibuat dari tahun 2005 sehinggalah Mei, 2010 menunjukkan 52 peratus daripada individu yang mufliis itu adalah keturunan Cina atau seramai 1,907 orang, diikuti Melayu mewakili 36 peratus atau seramai 1,301 orang, India mewakili 11 peratus atau seramai 391 orang dan lain-lain bangsa mewakili 1 peratus atau 38 orang dari keseluruhan 3,637 pemegang kad kredit yang diisytihar mufliis tersebut (Berita Harian,28/6/2009).

2.4.1 Pengenalan Kad Kredit Islam

Menurut Fadillah Mansor (2004), terdapat banyak faktor yang boleh dikaitkan dengan kewujudan kad kredit Islam ini. Antaranya ialah desakan dan kehendak orang ramai yang memerlukan kepada alat transaksi yang menawarkan perkhidmatan kredit berasaskan kehendak syarak. Desakan ini mungkin timbul dari kesedaran orang Islam untuk mengamalkan prinsip-prinsip syariah dalam urusan yang berkaitan dengan perbankan Islam. Aspek penting bagi kad kredit Islam ini adalah penghapusan elemen riba atau kadar bunga yang menjadi mekanisme penting dalam sistem kad kredit konvensional yang diamalkan secara meluas di Malaysia.

Bagi mana-mana bank yang hendak mengeluarkan kad kredit Islam mestilah mematuhi kehendak *Syariah* iaitu bebas dari *Riba, Gharar dan Maisir*. Dalam

konsep *Riba*, seperti mana yang telah diketahui, terang dan nyata dilarang di dalam *al-Quran* dan *al-Hadis*. Oleh yang demikian, kad kredit Islam tidak boleh mengenakan faedah atau sebarang caj sekiranya pengguna lewat membayar pinjaman tersebut.

Gharar atau ketidaktentuan berlaku apabila wujudnya keadaan yang membawa kepada kesilapan dalam membuat sesuatu tafsiran, di mana kad kredit Islam tidak boleh mengenakan apa-apa caj perkhidmatan untuk bayaran balik pinjaman yang sentiasa berubah mengikut faktor-faktor tertentu. *Maisir* atau judi juga dilarang di dalam Islam, maka sekiranya terdapat apa-apa bentuk yang menjurus ke arah perjudian, kad kredit Islam perlu mencari alternatif lain untuk mengelak daripada ianya berlaku (Zaharuddin Abd. Rahman, 2006).

Kad kredit Islam tidak seharusnya terlibat di dalam perkara-perkara yang menjurus kepada perbuatan haram iaitu termasuklah apa-apa perkara dan transaksi yang tidak bersesuaian dengan kehendak Islam dan hendaklah ditolak melalui proses syariah.

2.4.2. Penggunaan Kad Kredit Islam

Setiap pengguna mempunyai tujuan yang berbeza dalam penggunaan kad kredit. Ada yang menggunakan untuk kemudahan membayar bil-bil, ada juga yang menggunakan kad kredit untuk mendapatkan wang pusingan untuk perniagaan dan ada yang bertujuan untuk membeli keperluan harian. Dengan kepelbagaian tujuan penggunaan kad kredit ini, pengguna merasa terkesan tentang apakah tujuan

sebenarnya memiliki kad kredit tersebut. Apakah jenis pembelian yang patut dilakukan melalui kad kredit tersebut, dalam keadaan yang mana paling sesuai untuk menggunakan kad tersebut dan juga apakah jenis produk atau perkhidmatan yang paling perlu dibeli dengan kad kredit tersebut.

Di dalam hal ini, penyelidik berminat di dalam mengenalpasti gelagat pengguna kad kredit di dalam konteks nasional dan bagaimana perbezaan penggunaan kad kredit ini dapat dilihat dari sudut demografi dan sosio ekonomi yang berbeza yang boleh diperolehi dari ulasan karya ini. Dengan beberapa pengecualian, terdapat bukti-bukti yang menyatakan penggunaan yang intensif adalah berkait rapat secara positif dengan pendidikan, pendapatan dan umur pengguna.

Dalam kes yang kedua, terdapat bukti yang menyatakan penggunaan secara intensif adalah paling banyak di kalangan pengguna kelas umur pertengahan berbanding dengan pengguna muda dan dewasa (Abdul Muhmin dan Yakubu A. Umar, 2007).

Antara pembolehubah lain yang boleh dikaitkan dengan penggunaan kad yang intensif ialah jumlah pemilikan kad kredit dan kecenderungan kepada berhutang. Secara logiknya, jumlah kad yang dimiliki mempunyai hubungan langsung kepada penggunaan kad secara intensif kerana semakin banyak kad yang dimiliki, maka semakin besar peluang pengguna kad membuat pembelian dengan menggunakan kad kredit. Jumlah pemilikan kad yang banyak juga berkemungkinan memberi kesan positif terhadap kecenderungan kepada kad kredit dan meningkatkan kecenderungan pengguna untuk membuat pembelian dengan kad kredit. Dari segi kesan ke atas sikap ke arah berhutang, terdapat bukti empirikal

yang menyatakan terdapat hubungan yang positif di antara kecenderungan berhutang dengan penggunaan kad secara intensif.

Mengikuti kajian oleh Soo Yee Choo (2005) menyatakan terdapat dua proses yang berbeza sama ada perlu menggunakan kad kredit atau sebaliknya dan samaada pemilik kad kredit mempunyai kad kredit yang berlandaskan Islam atau tidak. Kajian tersebut mendapati kakitangan kerajaan mempunyai kebarangkalian yang lebih tinggi memilih untuk menggunakan kad kredit berlandaskan Islam berbanding kakitangan swasta. Mereka juga mendapati terdapat kebarangkalian yang positif terhadap kekerapan menggunakan kad kredit Islam untuk membuat pembelian secara dalam talian (*online purchase*). Tetapi kajian tersebut tidak meningkatkan kemungkinan pemilikan kad kredit berasaskan Islam. Kajian itu juga mendapati kad kredit yang berlandaskan asas Islam mungkin mempunyai ciri-ciri yang menarik untuk pembelian secara dalam talian yang mendorong pengguna untuk menggunakan produk kad kredit Islam ini (Sook Yee Choo, 2005).

Terdapat beberapa isu yang diperdebatkan dan telah dibahaskan bukan sahaja jumlah kad kredit yang membanjiri ekonomi negara, tetapi jumlah urusan yang berakhir dengan kegagalan pihak pengguna kad melunaskan pembayaran pinjaman tersebut. Selain itu juga, perhatian yang serius perlu diberikan kepada penipuan kad kredit yang berleluasa seperti yang telah direkodkan di mana ia mengancam kedudukan ekonomi negara secara keseluruhannya. Tetapi disebabkan oleh kemajuan dan perubahan tabiat dalam aktiviti pembelian yang telah menyumbang secara signifikan ke atas penyebaran penggunaan kad kredit, maka mereka lebih berminat untuk mengekalkan aktiviti pembelian menggunakan kad kredit tersebut.

Menurut Norudin Mansor (2004), dalam kajiannya, beliau menyatakan terdapatnya saling kebergantungan antara faktor demografi dan penggunaan kad kredit Islam dan juga kad kredit konvensional. Berdasarkan penemuan itu juga, beliau menyatakan terdapatnya hubungan positif antara faktor penggunaan kad kredit dan pendapatan. Ini adalah disebabkan oleh fakta yang menyatakan bahawa pengeluar kad kredit memberikan had kredit yang lebih tinggi kepada kumpulan pengguna yang berpendapatan tinggi. Adalah dinyatakan bahawa pengguna yang mempunyai pendapatan yang lebih tinggi merupakan sasaran utama pengeluar kad kredit. Andaian ini dibuat dengan beranggapan bahawa apabila pengguna yang berpendapatan tinggi tidak mempunyai masalah apabila memerlukan penyelesaian ke atas masalah kad kredit mereka, tetapi bukti yang diperolehi menggambarkan sebaliknya (Norudin Mansor, 2004).

Kad kredit biasanya digunakan sebagai cara pembayaran yang penting dalam kalangan pengguna masa kini. Mereka menggunakan kad kredit untuk beberapa faktor seperti untuk memperolehi kemudahan kredit, pendahuluan tunai, pembayaran mudah, kad caj dan juga prestij. Selain itu, dengan memiliki kad kredit menggambarkan ketinggian status seseorang pengguna tersebut. Terdapat beberapa isu yang timbul apabila membandingkan kad kredit konvensional dengan kad kredit Islam antaranya kad kredit Islam menawarkan nilai wang yang lebih, kadar denda yang rendah, mata bonus percuma, lebih istimewa dan memberi pengecualian yuran tahunan. Islam membenarkan penggunaan kad kredit selagi mana ia tidak melibatkan elemen riba dan dalam masa yang sama tidak bercanggah dengan prinsip *Syariah*

Oleh yang demikian, sekiranya kad kredit yang bersifat sebagai kad caj, di mana pemegang kad hanya membayar jumlah prinsipal dan tambahan caj perkhidmatan, maka transaksi tersebut adalah dibenarkan kerana ia tidak melibatkan elemen riba. Kebaikan menggunakan kad kredit Islam dalam transaksi harian termasuklah kemudahan yang diperolehi oleh pengguna, keselamatan dan keberkesanan kos yang memberi keselesaan dan manfaat yang baik kepada pengguna (Mohd. Ma'sum Billah, 2001).

Mengikut kajian oleh Norudin Mansor dan Zull Nikli Nordin (2005) mengenai penggunaan kad kredit Islam dalam kalangan ahli akademi yang merupakan pengguna kelas pertengahan di Negeri Trengganu dan Kelantan, mendapati tujuan utama penggunaan kad kredit Islam dalam kalangan golongan tersebut adalah untuk transaksi pembelian. Memandangkan liputan kajian tersebut agak terhad dan hanya tertumpu kepada golongan ahli akademi di dua negeri tersebut sahaja, penyelidik dicadangkan untuk melakukan kajian dan penerokaan yang lebih mendalam ke atas sikap dan pendirian pengguna di dalam memilih kad kredit Islam (Nurfarahiratul Azlina, 2005).

Nurfarahiratul Azlina (2005) juga telah menggariskan aras kefahaman yang berbeza mengenai kad kredit Islam di kalangan penduduk Islam di Lembah Pantai, Kuala Lumpur di mana antara kesimpulan yang telah dibuat ialah tahap pengetahuan umat Islam di kawasan tersebut adalah di peringkat pertengahan sahaja. Dalam penemuan tersebut, beliau mendapati faktor penentu segera terhadap penduduk Islam memiliki kad kredit Islam ialah latar belakang pendidikan dan status

pendapatan mereka. Dari segi strategi pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh pengeluar kad, penyelidik mendapati sumber pengetahuan yang paling banyak mengenai kad kredit Islam yang diperolehi adalah daripada pembacaan sendiri seperti bahan-bahan bercetak, risalah-risalah, sumber dari internet, seminar dan bengkel yang berkaitan dan juga maklumat dan penerangan secara langsung daripada pegawai-pegawai bank yang berkaitan. Secara ringkasnya, penulisan beliau hanya menumpukan kepada tahap kesedaran dan kefahaman pengguna Islam terhadap kad kredit Islam.

Manakala Nuradli dan Hanifah Abdul Hamid (2007) mendapati bahawa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna kad kredit Islam iaitu membeli belah, pembelian pukal, dan pemahaman ke atas konsep kad kredit Islam. Mereka mendapati semakin meningkatnya kefahaman mengenai konsep yang digunakan oleh kad kredit tersebut, semakin bertambah rasa tidakpuas hati pemilik kad terhadap kad kredit tersebut. Walau bagaimanapun, penulis tidak menyatakan sebab-sebab pemilikan kad kredit di kalangan pengguna kad tersebut.

Terdapat beberapa hujah yang menyokong kepada penggunaan kad kredit di mana ia membenarkan membuat pembelian yang berskala besar, pengguna tidak perlu membawa tunai yang banyak dan juga berguna di dalam pembelian secara dalam talian serta jaminan sewa. Tetapi masalah yang timbul ialah perkara ini tidak boleh diterima atas dasar agama kerana ia akan melibatkan bayaran faedah kepada baki pinjaman yang tidak diselesaikan sepenuhnya. Jika dilihat dari sudut pandangan pengeluar kad, ia akan menimbulkan masalah.

Sebagai contoh, tidak hanya pihak bank menerima sedikit sahaja pendapatan dari kad kredit atau tidak mendapat langsung apa-apa hasil sekiranya pengguna membayar penuh pinjaman mereka, tetapi dalam konteks agama Islam, adalah menjadi satu kesalahan sekiranya pengguna Islam bersetuju menandatangani perjanjian yang jelas menyatakan jumlah faedah yang harus dibayar sekiranya baki pinjaman tidak dibayar penuh.

Selain dari itu, perluasan kredit yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan bukanlah pinjaman berasaskan *Qard al-Hasan* malah ia juga tidak boleh diterima dari istilah agama terutama kepada pemberi pinjaman dan juga kepada peminjam. Situasi ini sebenarnya tidak menguntungkan bagi pihak bank. Kos keahlian boleh dikenakan kepada pengguna sebagai nilai tambah kepada perkhidmatan yang disediakan berbanding dan bukan sebagai pendapatan runcit. Sebagai keputusannya, pihak bank lebih berminat untuk menawarkan kad kredit yang berfungsi sepenuhnya mengikut Islam dan juga menguntungkan berbanding kad debit secara berasingan.

Kesan daripada perbincangan mengenai penerimaan terhadap kad kredit, beberapa bank telah menawarkan kad kredit Islam seperti BIMB, dan AmBank yang menggunakan gabungan kontrak *Bay' al-'Inah* dan *Qard al-Hasan* yang mana terdapat peningkatan pasaran yang memberangsangkan beberapa tahun yang lepas. Industri ini terus berkembang dan kajian ini amat berfaedah kepada pihak bank untuk menawarkan kad kredit Islam dan menumpukan kepada beberapa faktor

yang boleh mempengaruhi pemegang kad untuk membuat pilihan kad kredit yang terbaik.

2.4.3. Operasi Kad Kredit Islam di Bank Islam

Penggunaan kad kredit secara meluas di kalangan orang ramai telah mendorong Bank Islam Malaysia Berhad (BIMB) memperkenalkan produk baru dalam perbankan Islam iaitu kad kredit Islam yang diberi nama Kad Bank Islam (KBI).

2.4.3.1. Kad Bank Islam(KBI)

Kad KBI mula diperkenalkan pada 1 Mac 1983 oleh BIMB dan ianya tertakluk di bawah Akta Bank Islam 1983. Kad ini diperkenalkan bertujuan untuk memenuhi tuntutan kewangan bagi orang ramai yang memerlukan satu produk kewangan yang menjadi sandaran alternatif kepada kemudahan kredit yang disediakan oleh kad kredit konvensional. Fungsinya adalah sama dengan kad kredit konvensional, namun dari segi konsepnya adalah berbeza disebabkan kad kredit konvensional yang sedia ada adalah bertentangan dengan prinsip *Syariah*. Oleh kerana itu jugalah, kad kredit ini dinamakan Kad Bank Islam (KBI) tanpa mengekalkan perkataan kredit bagi mengelakkan sebarang kekeliruan (Mohd Yusof Hj. Nasir, 2002).

KBI juga mengutamakan ciri keselamatan di mana KBI yang dihasilkan merupakan kad kredit pertama yang bercirikan kad pintar yang lebih praktikal dan cepat dengan kelengkapan teknologi cip terkini mengikut *Europay-MasterCard-Visa 2000 (EMV*

2000) BIMB juga merupakan bank pertama di rantau ini yang berjaya mencapai tahap piawaian EMV 2000 untuk kepelbagaian aplikasi dalam kewangan daripada *MasterCard International*. Satu lagi ciri baru yang diperkenalkan dalam kad KBI adalah *Multiple Application Operating System(MULTOS)*. Dengan ciri ini, kad tersebut boleh dipelbagaikan kegunaannya selain dari fungsinya sebagai kad kredit, ia juga boleh digunakan sebagai *e-purse* dan *e-debit* (Siti Haniza Abd. Rahman & Norsham Nor Bahrin, 2002).

Penggunaan KBI juga terselamat dari elemen *Gharar* dan *Riba* kerana ketelusan dalam penggunaannya. Ini dapat dilihat dari segi margin keuntungan maksimum yang dikenakan oleh pihak bank dikira pada peringkat awal penerimaan pelanggan sebagai pemegang KBI berbanding dengan faedah keuntungan yang dikenakan oleh kad kredit konvensional yang tidak ditentukan kepada para pelanggannya iaitu bergantung kepada urusan pembayaran kad tersebut. Selain itu, BIMB juga tidak mengenakan kadar faedah berganda terhadap pemegang KBI (Mohd Yusof Hj. Nasir, 2002).

KBI menekankan tentang keadilan yang merangkumi pelbagai aspek iaitu dari segi kemampuan dan keistimewaannya. KBI juga menekankan tentang ketelusan dalam penggunaan kad iaitu tiada kos tersembunyi yang dicaj kepada pemegang kad.

2.4.3.2. Prinsip-prinsip Syariah Dalam Kad Bank Islam

Prinsip-prinsip syariah yang digunakan dalam KBI ialah *bay' al -'Inah*, *al- Wadi'ah* dan *Qard al-Hasan*

a. Prinsip Bay' al-'Inah

Bay' al-'Inah membawa maksud seseorang itu menjual barangan dengan harga tertanggung kepada seseorang dengan suatu tempoh tertentu dan kemudiannya dia akan membeli semula barangan tersebut secara tunai dengan harga yang lebih rendah daripada harga jualan tertanggung tadi (Ab.Mumin Ab.Ghani, 1999).

Kontrak *bay' al-'Inah* ini mempunyai dua jenis akad iaitu akad pertama dan akad kedua. Akad pertama adalah apabila pihak bank bertindak menjual aset cagaran kepada pelanggan pada harga kos ditambah dengan nilai untung. Dengan ini, harga jualan akan menjadi lebih tinggi. Seterusnya pada akad yang kedua, pihak bank akan membeli semula aset tersebut daripada pelanggan hanya pada harga kos sahaja. Hasil daripada kontrak *bay' al-'Inah* ini, maka wujudlah perbezaan dari sudut harga iaitu harga jualan ditolak dari harga kos. Perbezaan harga ini merupakan keuntungan daripada pihak bank dan keuntungan ini terhasil semasa kontrak akad dijalankan (Ab.Mumin Ab.Ghani, 1999).

Hasil dari jual beli tersebut, bank akan membuat agihan wang tunai ke dalam akaun pelanggan kad bank Islam (KBI) yang diuruskan oleh BIMB berdasarkan prinsip Syariah al-Wadiah. Ini berlainan dengan kad kredit konvensional, di mana keuntungan tidak ditentukan pada awal kontak tetapi

dikenakan pada tempoh bayaran tertangguh baki tertunggak (*outstanding balance*) (Ab.Mumin Ab.Ghani, 1999).

Sebagai contoh, berdasarkan konsep *bay' al-'Inah* ini, apabila pelanggan KBI memerlukan sejumlah nilai bagi kad kreditnya maka dia boleh mengemukakan asetnya seperti tanah sebagai cagaran (*underlying asset*) kepada pihak bank. Pihak bank akan membeli tanah tersebut pada harga kos daripada pelanggan, misalnya RM10,000. Ini bermakna bank akan mengkreditkan RM10,000 dalam akaun simpanan pelanggan bagi tujuan pembelian tersebut. Seterusnya bank akan menjual semula tanah tersebut kepada pelanggan dengan harga kos ditambah kadar keuntungan, misalnya pada harga RM12,000 untuk satu tempoh bayaran balik yang tertentu secara ansuran. Oleh itu, bank akan mendapat keuntungan sebanyak RM2,000 daripada pelanggan dan pelanggan akan dapat menggunakan kad kredit bernilai RM10,000. Pembayaran balik akan dilakukan secara beransur-ansur mengikut kadar yang telah ditentukan oleh pihak bank (Ab.Mumin Ab.Ghani, 1999).

Kontrak *bay' al-'Inah* ini boleh juga digunakan sekiranya seseorang pelanggan itu tidak mempunyai cagaran, maka dia boleh meminta pihak bank menjual harta bank kepadanya pada harga kos dan ditambah dengan keuntungan dengan tempoh pembayaran balik secara ansuran misalnya RM7,000. Seterusnya bank akan membeli semula harta tersebut daripada pelanggan pada harga kos, misalnya RM5,000. Implikasinya, bank akan

mendapat keuntungan RM2,000 dan pelanggan akan mendapat had kredit dalam akaunnya sebanyak RM5,000 (Ab.Mumin Ab.Ghani, 1999).

b. Prinsip *al-Wadi'ah*

Al-Wadi'ah merupakan perjanjian antara pihak yang memiliki barang termasuk wang, untuk menyimpan barangan tersebut dengan pihak yang lain termasuk bank bagi tujuan untuk disimpan dan dijaga keselamatannya (Fadillah Mansor, 2003).

Dalam urusan KBI, pemohonnya perlu mewujudkan akaun simpanan berasaskan *al-Wadi'ah* terlebih dahulu sebelum membuat permohonan kad kredit. Akaun ini bertujuan membenarkan pemegang kad KBI menggunakan kad KBI bagi tujuan urusan runcit dan pengeluaran wang tunai. Fungsinya sama seperti kad kredit konvensional, cuma transaksi bagi pemegang kad KBI adalah terhadap kepada nilai wang tunai yang masih tinggal dalam akaun simpanannya.

c. Prinsip *Qard al-Hasan*

Qard al-Hasan adalah perjanjian antara pihak yang memberi pinjaman dan pihak yang meminjam iaitu pihak yang memberi pinjaman bersetuju untuk meminjamkan kepada pihak yang meminjam suatu jumlah wang yang tertentu bagi sesuatu tempoh yang dinyatakan dengan syarat-syarat yang telah ditetapkan bagi pembayaran balik. Pihak yang meminjam diwajibkan

membayar balik jumlah wang tersebut mengikut syarat-syarat yang telah ditetapkan.

Prinsip *Qard al-Hasan* ini merupakan pinjaman kebajikan kerana peminjam hanya perlu membayar sejumlah wang yang dipinjamkan sahaja tanpa dikenakan apa-apa bayaran tambahan. Pinjaman ini diberikan bagi tujuan selain daripada bermotifkan keuntungan. Walau bagaimanapun, peminjam boleh mengikut budi bicaranya untuk membayar lebih daripada apa yang dipinjamkan. Prinsip ini merupakan satu-satunya pinjaman yang dibenarkan oleh syariah berasaskan tujuan untuk keadilan sosial dan ekonomi semata-mata (Ab.Mumin Ab. Ghani, 1999).

Berdasarkan prinsip *Qard al-Hasan* ini, pemegang KBI diberi keistimewaan iaitu mereka tidak akan dikenakan sebarang margin keuntungan sekiranya membuat transaksi yang melebihi had pembiayaan yang dibenarkan. Walau bagaimanapun, leihan had pembiayaan yang dibenarkan kepada seseorang pemegang kad adalah tertakluk kepada budi bicara pihak bank.

2.4.3.3. Faedah Penggunaan KBI

Terdapat banyak faedah yang boleh didapati dari penggunaan kad kredit KBI.

Antaranya adalah seperti berikut:

- i. Tiada yuran penyertaan dikenakan kepada pemohon KBI;
- ii. Yuran tahunan pertama adalah dikecualikan;

- iii. Kad KBI boleh digunakan untuk urusan halal di semua tempat tanpa perlu membawa wang tunai;
- iv. Tiada keuntungan berganda dikenakan seperti kad kredit konvensional ke atas baki belum jelas (*outstanding*). Ini bermakna pemegang kad KBI akan menikmati penjimatan sebanyak 1.6 peratus;
- v. Yuran pengeluaran tunai adalah rendah. Caj yang dikenakan adalah RM12 bagi pengeluaran tunai RM1,000 atau sebahagian daripadanya;
- vi. Perlindungan takaful keluarga berkelompok diberikan secara percuma kepada pemegang kad KBI. Di samping itu, pemegang kad juga akan diberik wang khairat kematian sebanyak RM1,000;
- vii. Perkhidmatan pindah baki (*credit transfer*) cuma dikenakan caj bernilai RM6.20 bagi setiap pindahan tanpa mengira jumlah amaun. Pemegang kad KBI juga tidak akan dikenakan sebarang caj keuntungan bagi tempoh 20 hari selepas pindahan. Syarat pindahan adalah tidak melebihi had pembiayaan bagi setiap kad KBI tersebut; dan
- viii. Kad KBI diiktiraf di seluruh dunia. Kemudahan pengeluaran wang tunai juga disediakan di dalam negara melalui semua kaunter ATM Bank Islam dan pengeluaran juga boleh dibuat di luar negara.

2.4.4. Perbezaan di Antara Kad Kredit Islam dan Konvensional

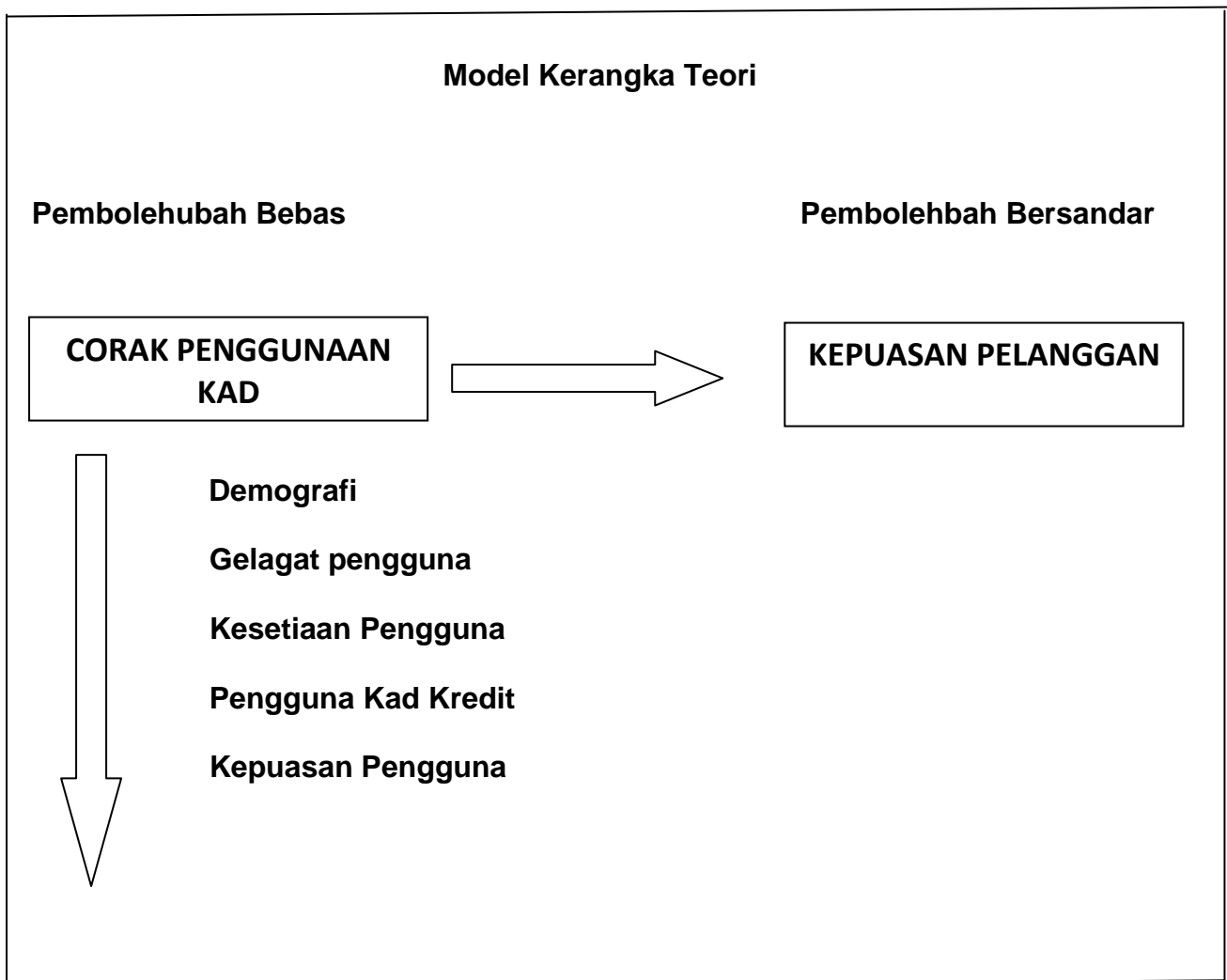
Menurut kajian yang dilakukan oleh Nuradli dan Azira (2006) menyatakan bahawa hanya dua faktor utama sahaja yang membezakan antara kad kredit Islam dan konvensional iaitu penggunaan hukum-hukum Syariah dan kad kredit tanpa faedah. Antara perbezaan yang lain ialah seperti berikut:

- 2.4.4.1. Tiada istilah pinjaman wang kerana transaksi kad kredit Islam berasaskan *bay' al-'Inah* maka tiada unsur riba seperti yang diamalkan oleh kad kredit konvensional yang mengamalkan kaedah pinjaman wang.
- 2.4.4.2. Tiada keuntungan berganda di mana kadar keuntungan yang dikenakan kepada pemegang kad telah ditetapkan semasa akad dibuat dan ianya akan kekal sehingga tamat tempoh penggunaan kad yang biasanya di antara tiga ke lima tahun bergantung kepada tawaran yang dibuat oleh pihak bank yang berkaitan. Manakala caj keuntungan dikira berasaskan kepada baki yang belum dijelaskan mengikut baki bulan semasa
- 2.4.4.3. Kawalan ke atas transaksi iaitu pengguna hanya dibenarkan membuat pembelian atau transaksi yang disahkan halal sahaja. Pihak bank akan membatalkan transaksi ke atas transaksi yang jelas haram termasuklah di bar, disko, kelab malam, pembelian segala produk minuman yang memabukkan, perkhidmatan mengurut dan judi.
- 2.4.4.4. Sesetengah kad kredit seperti Bank Islam Malaysia Berhad ada menawarkan Insuran Takaful Berkelompok Individu dan perkhidmatan pengkembumian jenazah untuk lima puluh ribu pemohon yang berjaya untuk lima tahun pertama dan juga Insuran Takaful Berkelompok untuk keluarga dan perkhidmatan pengkembumian jenazah untuk sepuluh ribu pemohon kad Emas.

2.4.4.5. Kad Kredit Islam juga mampu menarik pengguna bukan Islam berdasarkan tawaran menarik yang diberikan di mana tiada faedah berganda yang dikenakan kepada pemegang kad dan caj kewangan yang dikenakan adalah atas nilai par untuk kad-kad lain yang ditawarkan kepada pengguna.

2.5. Pembentukan Kerangka Teori

Kerangka Teori Mengenai Corak Penggunaan Kad Kredit Islam



2.6. Hipotesis Kajian

Berdasarkan kepada model kajian di atas, maka penyelidik telah membentuk hipotesis kajian seperti berikut:-

Hipotesis 1

Ho: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelanggan.

Ha: Terdapat hubungan yang signifikan antara kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelanggan.

Hipotesis 2

Ho: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara dimensi pengguna, gelagat, kesetiaan dan sebab-sebab dengan kepuasan pelanggan

Ha: Terdapat hubungan yang signifikan antara dimensi pengguna, gelagat, kesetiaan dan sebab-sebab dengan kepuasan pelanggan

Hipotesis 3

Ho: Tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara jantina dan kepuasan pelanggan

Ha: Terdapat perbezaan yang signifikan antara jantina dan kepuasan pelanggan

Hipotesis 4

Ho: Tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara tahap perkahwinan dan kepuasan pelanggan

Ha: Terdapat perbezaan yang signifikan antara tahap perkahwinan dan kepuasan pelanggan

Hipotesis 5

Ho: Tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara kumpulan umur dan kepuasan pelanggan

Ha: Terdapat perbezaan yang signifikan antara kumpulan umur dan kepuasan pelanggan

Hipotesis 6

Ho: Tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara tahap pendidikan dan kepuasan pelanggan

Ha: Terdapat perbezaan yang signifikan antara tahap pendidikan dan kepuasan pelanggan

Hipotesis 7

Ho: Tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara pekerjaan dan kepuasan pelanggan

Ha: Terdapat perbezaan yang signifikan antara pekerjaan dan kepuasan pelanggan

Hipotesis 8

Ho: Tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara pendapatan dan kepuasan pelanggan

Ha: Terdapat perbezaan yang signifikan antara pendapatan dan kepuasan pelanggan

Hipotesis 9

Ho: Tidak terdapat perbezaan yang signifikan antara faktor agama dan kepuasan pelanggan

Ha: Terdapat perbezaan yang signifikan antara faktor agama dan kepuasan pelanggan

2.7. Rumusan

Kesedaran ke atas penggunaan kad kredit semakin meningkat berbanding beberapa tahun yang lepas apabila banyak penerangan, risalah-risalah dan iklan-iklan serta maklumat daripada pihak bank sendiri. Adalah diharapkan kajian ini dapat memberi sedikit sebanyak maklumat kepada penyelidik lain supaya dapat membuat penyelidikan yang lebih jauh lagi terutama dari segi penggunaan kad kredit yang berlandaskan syariah secara keseluruhannya dan juga memberi kesedaran kepada pengguna untuk membayar hutang mereka. Mengikut Mohd Afandi Awang Hamat dari UIAM, individu yang tertarik pada gaya hidup mewah tetapi tidak mampu akan cenderung menggunakan kad kredit dengan rakus. Akhirnya mereka terlibat dengan hutang (Mohd Fadil Anuar, 2009)

Bagi mereka yang berhutang, apabila mati, sebahagian fuqaha menjelaskan bahawa nyawanya tidak diangkat ke langit. Sebaliknya ia tergantung antara langit dan bumi sekalipun mereka mati syahid. Ini menunjukkan bahawa kesan berhutang amat besar dalam hidup seseorang hingga Allah s.w.t. turut melaknat perbuatan mereka. Dalam Islam, hutang adalah perkara yang tidak digalakkan sebagai mana terkandung dalam beberapa hadis riwayat Bukhari.

Rasulullah bersabda yang bermaksud,

“Ya Allah, aku berlindung dengan-Mu daripada dilanda hutang dan kekuasaan orang lain ke atas aku.

Baginda juga bersabda yang bermaksud,

“Kerana jika seseorang itu berhutang, maka apabila bercakap, ia akan berdusta, maka apabila berjanji, ia akan mungkir.”

Rasulullah s.a.w. bersabda lagi yang bermaksud,

“Apabila seseorang itu mengambil harta orang lain dengan niat untuk membayarnya, kemungkinan Allah s.w.t. memberi kemudahan untuk membayarnya. Sebaliknya, apabila mengambil hutang tetapi tidak mahu membayarnya, maka Allah akan membinasakannya.”

BAB KETIGA

METHODOLOGI KAJIAN

3.1. Pendahuluan

Methodologi kajian ini akan menerangkan pembolehubah kajian iaitu pembolehubah bebas dan bersandar, data dan pesampelan, pengukuran data dan hipotesis.

3.2. Pembolehubah Kajian

Pembolehubah dalam kajian ini terbahagi kepada dua bahagian iaitu pembolehubah bebas dan pembolehubah bersandar. Pembolehubah bebas adalah Corak Perbelanjaan Pengguna yang terdiri daripada Demografi, Gelagat atau sikap pengguna, Kesetiaan Pengguna, Pengguna Kad Kredit dan Kepuasan Pengguna manakala pembolehubah bersandar ialah pembolehubah yang dipengaruhi oleh pembolehubah bebas iaitu Kepuasan Pelanggan

3.2.1. Gelagat atau Sikap Pengguna

Setiap pengguna mempunyai tujuan yang berbeza dalam penggunaan kad kredit. Ada yang menggunakan untuk kemudahan membayar bil-bil, ada juga yang menggunakan kad kredit untuk mendapatkan wang pusingan untuk perniagaan dan ada yang bertujuan untuk membeli keperluan harian. Dengan kepelbagaian tujuan penggunaan kad kredit ini, pengguna merasa terkesan tentang apakah tujuan sebenar memiliki kad kredit tersebut. Apakah jenis pembelian yang patut dilakukan

melalui kad kredit tersebut, dalam keadaan yang mana paling sesuai untuk menggunakan kad tersebut dan juga apakah jenis produk atau perkhidmatan yang paling perlu dibeli dengan kad kredit tersebut.

Dalam hal ini, penyelidik berminat di dalam mengenalpasti gelagat pengguna kad kredit di dalam konteks nasional dan bagaimana perbezaan penggunaan kad kredit ini dapat dilihat dari sudut demografi dan sosio ekonomi yang berbeza yang boleh diperolehi dari ulasan karya ini. Dengan beberapa pengecualian, terdapat bukti-bukti yang menyatakan penggunaan yang intensif adalah berkait rapat secara positif dengan pendidikan, pendapatan dan umur pengguna.

Antara pembolehubah lain yang boleh dikaitkan dengan penggunaan kad yang intensif ialah jumlah pemilikan kad kredit dan kecenderungan kepada berhutang. Secara logiknya, jumlah kad yang dimiliki mempunyai hubungan langsung kepada penggunaan kad secara intensif kerana semakin banyak kad yang dimiliki, maka semakin besar peluang pengguna kad membuat pembelian dengan menggunakan kad kredit. Jumlah pemilikan kad yang banyak juga berkemungkinan memberi kesan positif terhadap kecenderungan kepada kad kredit dan meningkatkan kecenderungan pengguna untuk membuat pembelian dengan kad kredit. Dari segi kesan ke atas sikap ke arah berhutang, terdapat bukti empirikal yang menyatakan terdapat hubungan yang positif di antara kecenderungan berhutang dengan penggunaan kad secara intensif.

3.2.2. Kesetiaan Pengguna

Dalam kes pengukuran kesetiaan pengguna terhadap kad kredit Islam kini tidak lagi tertumpu kepada tanggungjawab untuk memenuhi kehendak agama untuk masyarakat muslim semata-mata, tetapi secara signifikannya ia lebih kepada bagaimana caranya hendak memenangi kehendak pelanggan baru di samping mengekalkan pelanggan sedia ada (Wilson, 1995).

Apa yang perlu diberi perhatian oleh pengeluar kad kredit Islam ialah bagaimana cara untuk memahami persepsi pelanggan mereka terhadap kualiti perkhidmatan yang diberikan dan lain-lain faktor yang diperlukan oleh pelanggan mereka. Di Malaysia, untuk mengekalkan persepsi positif pelanggan terhadap kad kredit Islam adalah lebih sukar

3.2.3. Pengguna Kad kredit

3.2.3.1. Keperluan

Pengguna menggunakan kad kredit untuk membeli barang-barang runcit dan lain-lain keperluan harian kerana mereka tidak mempunyai tunai dan mereka juga tidak perlu membawa tunai yang banyak. Pembayaran bil secara automatik adalah sangat menarik kerana pengguna hanya perlu menandatangani bil automatik tersebut tetapi ini tidak bermakna mereka tidak perlu melihat penyata yang dihantar kerana mereka perlu mengesahkan sama ada bil tersebut telah dicaj dengan betul atau sebaliknya.

Ini tidak bermakna pengguna tidak perlu bimbang untuk menyemak bil yang telah dibayar. Dengan kad kredit, ia merupakan instrumen yang amat membantu pengguna apabila hendak membuat bayaran yang pantas dan berkesan.

Dengan memiliki kad kredit merupakan suatu keperluan kepada pemilik perniagaan seperti mana transaksi yang dibuat adalah membeli barangan dalam talian (*on-line purchase*), membuat tempahan kapal terbang, atau sewaan kereta. Apabila pengguna menggunakan kad kredit dalam urusan perniagaan, mereka juga dapat mengenal pasti perbelajaan yang dibuat dan mampu mengawal perbelanjaan dengan lebih efektif lagi.

3.2.3.2. Kecemasan

Pada kebiasaannya masyarakat selalu berpandangan bahawa kad kredit yang mereka miliki sebagai pembiayaan semasa kecemasan. Sekiranya berlaku kecemasan, mereka dengan segera menggunakan kad tersebut dan hanya akan menjelaskan bil tersebut kemudiannya. Boleh dikatakan, cara ini memang memberi tarikan kepada pengguna di mana ia amat mudah untuk menyelesaikan masalah kecemasan sebagai contoh apabila kereta mengalami kerosakan dan sebagainya.

Walau bagaimanapun, jumlah had kredit anda bergantung kepada ihsan syarikat syarikat kad kredit tersebut di mana mereka boleh menambah jumlah had kredit anda mengikut kuasa mereka.

3.2.3.3. Keinginan atau Kehendak

Kebanyakan pengguna menggunakan kad kredit untuk tujuan pembelian barangan yang mereka inginkan seperti barangan berjenama iaitu jam tangan dan lain-lain barangan yang berharga tanpa memikirkan tentang masalah hutang di masa hadapan. Apa yang ada dalam fikiran mereka adalah kepuasan memperolehi barangan berjenama tersebut yang bukannya satu keperluan tetapi lebih kepada keinginan atau kehendak sahaja.

Terdapat beberapa pertikaian mengenai kelebihan pada kad kredit. Kadang kala ia memberi kebenaran kepada penggunaan untuk pembelian yang berskala besar, pembelian secara dalam talian, dan juga membayar cagaran sewaan. Jika dilihat dari sudut Islam, penggunaan kad kredit ini tidak boleh diterima pakai kerana ia akan melibatkan unsur riba apabila pengguna gagal membayar keseluruhan pinjaman yang telah dibuat apabila cukup tempohnya. Dari segi kaca mata pengeluar kad, terdapat beberapa masalah yang mungkin timbul. Sebagai contoh, bukan hanya pihak bank mendapat sedikit atau tiada langsung pendapatan sekiranya pengguna melangsaikan sepenuhnya pinjaman mereka, malah dari segi agama, ia seolah-olah mengundang kepada dosa apabila pengguna menandatangani kontrak tersebut yang mana mereka bersetuju untuk membayar faedah atau bunga sekiranya terdapat baki daripada pinjaman yang tidak dijelaskan pada setiap akhir bulan. Di samping itu juga, kaedah pembiayaan ini tidak menggunakan konsep *Qard al- Hasan*, maka dari sudut agama ia tidak boleh diterima sama ada oleh pemberi pinjaman dan juga oleh peminjam.

3.2.4. Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna atau kepuasan pelanggan biasanya bermula apabila individu membuat perbandingan untuk prestasi produk atau perkhidmatan, berbanding dengan apa yang dijangkakan. Kepuasan akan diperolehi apabila apa yang dijangkakan melebihi tahap yang dijangka (Stafford and Wells, 1998).

Mengikut Solomon et al.(1986), kepuasan pengguna pula adalah perasaan atau sikap pengguna terhadap produk dan perkhidmatan selepas ia digunakan. Pada umumnya pengguna yang berpuashati akan mengulangi pembelian dan meneruskan penggunaan produk dan perkhidmatan tersebut serta menyampaikan mesej yang positif tentang perkara tersebut kepada pengguna lain.

Sebaliknya, bagi pengguna yang kecewa akan mengubah keputusan untuk menggunakan produk atau perkhidmatan yang lain bila ia memerlukannya semula pada masa akan datang. Kekecewaan tersebut juga akan disalurkan melalui perkataan dan akhirnya akan memberi kesan yang lebih buruk kepada produk atau perkhidmatan tersebut. Walau bagaimanapun, ukuran kepada kepuasan pengguna adalah proses kemanusiaan yang kompleks yang melibatkan proses kognitif dan afektif serta elemen pengaruh psikologikal dan fisiologikan (Choi dan Chu, 2000).

Kepuasan pengguna merupakan isu yang kritikal di semua industri perkhidmatan dan menjadi penting di kebanyakan industri yang berasaskan perniagaan dan perdagangan. Pengukuran kepuasan pengguna adalah sebahagian dari usaha yang

bersepadu yang boleh membaiki kualiti produk atau perkhidmatan, dan menghasilkan daya saing yang kompetitif, menggalakkan pembelian semula dan menjadi buah mulut kepada pengguna.

Teori gelagat pengguna pula menunjukkan bahawa gelagat pembelian pengguna dan paras kepuasan pengguna adalah dipengaruhi oleh latar belakang pengguna, ciri-ciri dan stimulasi luaran (Choi dan Chu, 2000) Disebabkan kepuasan pengguna dipengaruhi oleh kewujudan dan penawaran perkhidmatan pengguna, ia menjadi sesuatu yang dititikberatkan dalam semua bidang perniagaan.

Pada dasarnya kepuasan pengguna terhadap penggunaan kad kredit Islam merupakan perkara penting yang perlu diambilkira oleh pihak bank sebagai salah satu faktor utama dalam strategi pemasaran kad kredit mereka. Istilah “pemasaran selepas jualan” telah diamalkan secara meluas yang bertujuan untuk menumpukan perhatian dan usaha ke atas pengguna semasa untuk memaksimumkan kepuasan mereka dan membuatkan mereka terus bertahan untuk terus menggunakan kad kredit tersebut (Vavra, 1995).

Walau bagaimanapun menjadi suatu keperluan kepada pengeluar kad kredit untuk menguruskan aktiviti amal kepada pengguna kad kredit kerana kebiasaannya pelanggan bank akan lebih berpuashati kepada sesebuah bank yang memberikan nilai tambah ke atas produk dan perkhidmatan mereka yang membezakan mereka dari bank-bank yang lain.

3.3. Data Dan Kaedah Persampelan

Menurut Sekaran (2000), persampelan adalah suatu proses pemilihan dalam jumlah yang mencukupi daripada sesuatu populasi. Oleh yang demikian, kajian terhadap sesuatu sampel yang berkaitan dan memahami sifat atau ciri-cirinya akan membolehkan satu kesimpulan dibuat ke atas sifat atau ciri-ciri elemen populasi tersebut. Dalam kajian ini sesuatu sampel digunakan dan bukan mengumpulkan data dari seluruh populasi ialah kerana adalah mustahil untuk mengumpulkan data dari setiap populasi atau penduduk dan memeriksa setiap elemen dari populasi tersebut..

Walaupun jika hal itu mungkin berlaku, terdapat banyak penghalang yang timbul iaitu dari segi masa, kos dan juga sumber manusia yang terlibat dalam kajian tersebut. Dengan menggunakan sampel, kebiasaannya akan menghasilkan keputusan yang boleh dipercayai dan juga dapat mengurangkan kesilapan semasa pengumpulan data.

Teknik persampelan boleh dibahagi kepada dua pendekatan iaitu kebarangkalian dan bukan kebarangkalian. Dalam kajian ini, teknik persampelan akan digunakan kerana menurut Sekaran (2000) elemen dalam populasi mempunyai peluang untuk dipilih sebagai sampel dan persampelan mudah akan digunakan kerana elemen dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk termasuk dalam sampel.

3.3.1. Pengumpulan Data

Data adalah maklumat asas yang diperakui kebenarannya yang akan dianalisa di dalam kajian ini. Data yang digunakan dalam kajian ini adalah data utama. Data utama akan dikumpulkan melalui soal selidik yang diberikan kepada beberapa responden yang merupakan kakitangan kerajaan di Universiti Utara Malaysia, Sintok, Kedah, kakitangan kerajaan di Universiti Teknologi Mara Perlis serta kakitangan kerajaan dan swasta di sekitar Kangar dan Kuala Perlis

3.3.2. Teknik Persampelan

Penyelidik berminat untuk mengkaji hubungan antara Gelagat Pengguna, Kesetiaan Pengguna, Pengguna Kad Kredit dan Kepuasan Pengguna terhadap penggunaan kad kredit dalam industri perbankan.

3.3.3. Rekabentuk soal Selidik

Menurut Malhotra (1999), soal selidik, sama ada ia dipanggil jadual, temuduga atau alat pengukur adalah merupakan satu set soal selidik rasmi yang bertujuan untuk mendapatkan maklumat daripada responden. Ia merupakan suatu teknik yang dirangka untuk mengumpul data yang mengandungi beberapa siri soalan, sama ada secara lisan atau bertulis yang perlu diisi oleh responden.

3.4 Instrumen Kajian

Kajian ini menggunakan soal selidik sebagai medium pemerolehan data. Soal selidik ini dikendalikan dalam Bahasa Malaysia sebagai medium perantaraan kerana responden yang ditemui memahami dan berkomunikasi dalam bahasa Malaysia. Kandungan yang terdapat dalam soal selidik ini adalah soalan yang berkaitan dengan pembolehubah bebas iaitu Gelagat Pengguna, Pengguna Kad Kredit, sebab-sebab pengguna berurusan dengan kad kredit Islam, sebab-sebab pengguna menggunakan kad kredit Islam dan Kepuasan Pengguna dan juga pembolehubah bersandar iaitu Pengguna Kad Kredit Islam.

Pengukuran gelagat pengguna adalah dengan menggunakan skala Likert yang dibahagi kepada 5 pilihan jawapan seperti berikut:

Sangat tidak setuju	Skor 1
Tidak setuju	Skor 2
Tidak pasti	Skor 3
Setuju	Skor 4
Sangat Setuju	Skor 5

Penyelidik juga menggunakan data sekunder untuk mendapatkan maklumat mengenai kajian ini. Menurut Sekaran (2000), data sekunder merujuk kepada maklumat yang dikumpulkan oleh seseorang selain dari pengkaji yang membuat kajian semasa. Ini termasuklah rekod organisasi atau arkib, publisiti kerajaan, kajian industri, laman sesawang, internet dan lain-lain. Tidak seperti data utama, data

sekunder telah siap tersedia dan untuk mendapatkan data ini tidak memerlukan belanja yang mahal dan masa yang lama. Untuk kajian ini, penyelidik mengumpulkan maklumat daripada responden di sekitar Utara Kedah dan Perlis, laman sesawang, jurnal dan lain-lain artikel yang berkaitan untuk menyokong ulasan karya.

3.4.1 Pengguna Kad Kredit

Item-item yang dipilih diukur dengan menggunakan 5 mata skala Likert seperti jadual 3.1. di bawah.

Jadual 3.1. Taburan Soalan Berkaitan Pengguna Kad Kredit

Pembolehubah	No	Item
Pengguna Kad Kredit	1	Saya memilih kad kredit Islam
	2	Saya sentiasa menggunakan kad kredit Islam
	3	Saya menggunakan kad kredit Islam atas faktor agama
	4	Saya menggunakan kad kredit Islam kerana pengaruh keluarga

3.4.2 Perubahan Gelagat Pengguna

Item-item yang dipilih diukur dengan menggunakan 5 mata skala Likert seperti jadual 3.2. di bawah.

Jadual 3.2. Taburan Soalan Mengenai Gelagat Pengguna

Pembolehubah	No	Item
Perubahan Gelagat Pengguna	1	Pengguna selalunya menggunakan kad kredit Islam
	2	Pengguna selalunya menggunakan kad kredit Islam dan konvensional
	3	Pengguna cenderung untuk bertukar kad kredit yang lain apabila kehendak mereka tidak dapat dipenuhi dengan baik
	4	Pengguna selalu melihat kedepan mengenai keinginan dan kehendak mereka
	5	Pihak bank sentiasa mengambil berat mengenai persepsi pengguna terhadap penggunaan kad kredit Islam
	6	Pengguna bersetuju dengan perubahan dan inovasi yang dilakukan oleh bank mengenai kad kredit Islam
	7	Pengguna tidak bersetuju dengan inovasi yang dilakukan oleh pihak bank terhadap kad kredit Islam
	8	Pihak bank selalu melihat kedepan dan mengambil perhatian terhadap pengguna yang setia
	9	Pihak bank sentiasa memahami ggelagat pengguna terhadap perubahan yang telah dibuat oleh bank.

3.4.3 Sebab-sebab Pengguna Berurusan Dengan Kad Kredit Islam (Kesetiaan Pengguna)

Item-item yang dipilih diukur dengan menggunakan 5 mata skala Likert seperti jadual 3.3. di bawah.

Jadual 3.3. Taburan Soalan Mengenai Kesetiaan Pengguna

Pembolehubah	No	Pernyataan
Kesetiaan Pengguna	1	Atas sebab keuntungan sesuatu bank
	2	Memberi tambahan had kredit
	3	Menawarkan diskaun yang tinggi dan promosi
	4	Menawarkan skim mata ganjaran yang tinggi
	5	Kebaikan yang terdapat pada kad kredit Islam
	6	Kadar servis caj yang rendah
	7	Menyediakan kemudahan pengurusan hutang
	8	Kad kredit Islam dapat menyempurnakan semua transaksi secara efektif
	9	Reputasi kad kredit Islam yang membanggakan
	10	Penambahbaikan ke atas rekaan kad kredit Islam

3.4.4 Sebab-sebab Pengguna menggunakan kad kredit Islam (Pengguna Kad)

Item-item yang dipilih diukur dengan menggunakan 5 mata skala Likert seperti jadual 3.4. di bawah.

Jadual 3.4. Taburan Soalan Mengenai Pengguna Kad

Pembolehubah	No	Kenyataan
Pengguna Kad	1	Kad kredit Islam tidak menawarkan sesetengah produk/kemudahan seperti yang ditawarkan oleh kad kredit konvensional
	2	Menggunakan kad kredit Islam untuk perbelanjaan seharian
	3	Menggunakan kad kredit Islam untuk santai dan hiburan
	4	Menggunakan kad kredit Islam untuk perjalanan atau bercuti
	5	Menggunakan kad kredit Islam untuk perbelanjaan kenderaan
	6	Menggunakan kad kredit Islam untuk semua urusan
	7	Menggunakan kad kredit Islam untuk pelan bayaran ansuran
	8	Menggunakan kad kredit Islam untuk belian secara dalam talian(<i>on-line</i>)
	9	Menggunakan kad kredit Islam untuk belian barangan dengan jumlah yang besar
	10	Menggunakan kad kredit Islam untuk belian barangan mewah.

3.4.5 Darjah kepuasan Pengguna terhadap perkhidmatan yang ditawarkan oleh kad kredit Islam(Kepuasan Pengguna)

Item-item yang dipilih diukur dengan menggunakan 5 mata skala Likert seperti jadual 3.5. di bawah.

Jadual 3.5. Taburan soalan mengenai kepuasan pengguna

Pembolehubah	No	Kenyataan
Kepuasan Pengguna	1	Kemudahan pembiayaan yang mencukupi
	2	Tahap kualiti kad kredit Islam
	3	Tahap keyakinan terhadap kad kredit Islam
	4	Sentiasa menggunakan kad kredit Islam dalam urusan seharian
	5	Kadang-kadang menggunakan kad kredit Islam dalam urusan seharian
	6	Jarang-jarang menggunakan kad kredit Islam dalam urusan seharian

BAB KEEMPAT

HASIL KAJIAN

4.1 Pendahuluan

Bab ini akan membicarakan dapatan kajian dari borang soal selidik yang telah dikumpulkan dan dianalisis. Dapatan kajian ini akan memenuhi semua kriteria yang meliputi kehendak objektif dan hipotesis yang dibentuk dalam bab pertama dan bab kedua, dan seterusnya menggunakan metodologi yang telah dibincangkan dalam bab ketiga.

Untuk mempermudah dan memperincikan penerangan, bab ini akan membicarakan secara deskriptif taburan kekerapan ciri-ciri demografi responden, korelasi antara pembolehubah-pembolehubah kajian. Penganalisan menggunakan statistik inferens juga akan dilakukan untuk menentukan tahap kepuasan pelanggan ke atas pengguna kad kredit Islam dengan menggunakan ujian min. Manakala untuk mengkaji hubungan antara faktor demografi dan kepuasan pelanggan dengan menggunakan ujian-t dan analisis varian sehala (*ANOVA*).

4.2 Analisis Umum Pengumpulan Data

Penyelidik telah mengedarkan sebanyak 180 naskah borang soal selidik namun berjaya mengumpulkan sebanyak 128 naskah borang soal selidik

daripada responden untuk dianalisis bagi mewakili populasi pelanggan yang menggunakan kad kredit Islam. Responden telah dipilih secara selesa (*convenience sampling*) yang diedarkan secara sistematik oleh penyelidik sebagaimana yang dinyatakan di dalam bab ketiga.

4.3 Analisis Kekekapan Data

4.3.1 Analisa Kekekapan Demografi Responden

Dalam bahagian ini, analisis statistik deskriptif digunakan untuk meninjau keadaan ciri-ciri demografi responden dalam kajian ini. Analisis ini meliputi deskriptif mengenai jantina, umur, tahap pendidikan tertinggi, status perkahwinan, jenis perkerjaan, pendapatan bulanan responden dan agama. Keputusan deskriptif dapat dilihat pada jadual 4.1.

Jadual 4.1: Taburan Responden Berdasarkan Demografi

Faktor Demografi	Bilangan	Peratus
Jantina:		
Lelaki	36	28.2
Perempuan	92	71.9
Umur:		
21- 30tahun	28	21.9
31- 40 tahun	20	15.6
41- 50 tahun	40	31.3
51 tahun ke atas	40	31.3
Status Perkahwinan:		
Bujang	14	10.9
Berkahwin	114	89.1
Bapa tunggal	-	-
Ibu tunggal	-	-

Tahap Pendidikan:		
SPM	50	39.1
STPM	28	21.9
Diploma	14	11.1
Ijazah	18	14.1
Sarjana/PhD	18	14.1
Pekerjaan:		
Sokongan	54	42.2
Profesional	32	25.0
Swasta	32	25.0
Pensyarah/Guru	10	7.8

Jadual 4.1 (sambungan): Taburan Responden Berdasarkan Demografi

Faktor Demografi	Bilangan	Peratus
Pendapatan Bulanan:		
RM 2000 ke bawah	32	25.0
RM 2001- RM 3000	40	31.3
RM 3001- RM 4000	40	31.3
RM 4001- RM 5000	8	6.3
RM 5000 dan ke atas	8	6.3
Agama:		
Islam	124	96.9
Buddha	4	3.1

Jadual di atas juga menunjukkan bahawa pelanggan yang telah dipilih iaitu 128 orang responden bagi mewakili pengguna kad kredit Islam. Taburan jantina pada responden memperlihatkan bahawa pelanggan wanita melebihi pelanggan lelaki yang menggunakan perkhidmatan kad kredit Islam iaitu sebanyak 92 responden wanita ataupun 71.9%, manakala pelanggan lelaki pula hanya berjumlah 36 responden ataupun 28.2% daripada jumlah populasi.

Manakala untuk taburan umur pula menunjukkan jumlah terbesar adalah pelanggan yang berumur antara 41 hingga 50 tahun dengan catatan 40 responden ataupun 31.3%, didapati menyamai dengan responden yang berumur 51 tahun ke atas juga dengan jumlah 40 orang ataupun 31.3%. Manakala golongan berumur 21 hingga 30 tahun pula merupakan yang kedua terbesar dengan catatan seramai 28 responden ataupun 21.9% seterusnya golongan ketiga terbesar yang berada dalam kalangan umur 31 hingga 40 tahun dengan catatan 20 responden ataupun 15.6%.

Taburan responden berdasarkan status perkahwinan pula menunjukkan pelanggan yang berkahwin adalah yang teramai mendapatkan perkhidmatan kad kredit Islam berbanding dengan golongan bujang. Bilangan responden yang telah berkahwin adalah sebanyak 114 orang atau 89.1% manakala golongan bujang berjumlah 14 orang atau 10.9%. Manakala bagi ibu tunggal dan bapa tunggal pula tiada apa-apa statistik yang dikutip.

Untuk frekuensi tahap pendidikan pula, responden telah dibahagikan kepada beberapa peringkat bagi mengetahui latar belakang pendidikan mereka. Peringkat pendidikan dibahagikan kepada SPM, STPM, diploma, ijazah dan sarjana/PhD. Dengan berpandukan jadual 4.1, jelas menunjukkan bahawa taburan berdasarkan tahap pendidikan, jumlah terbesar pelanggan kad kredit Islam adalah terdiri daripada golongan yang berkelulusan SPM dengan catatan sebanyak 50 responden ataupun 39.1% dengan diikuti golongan kedua terbesar iaitu responden yang berpendidikan STPM seramai 28 orang

ataupun 21.9%. Manakala golongan berkelulusan ijazah dan sarjana/PhD pula mencatatkan 18 responden ataupun 14.1%. Dan yang paling sedikit menggunakan perkhidmatan kad kredit Islam pula ialah responden berpendidikan diploma iaitu 14 responden ataupun 11.1%.

Bagi taburan jenis pekerjaan pula di bahagikan kepada beberapa kategori iaitu kumpulan sokongan, professional, swasta dan pensyarah serta guru. Bagi kumpulan sokongan pula yang terdiri daripada kerani, jurutaip dan juruteknik merupakan pelanggan kad kredit Islam yang paling ramai dengan catatan 42.2% ataupun 54 responden. Kategori pekerjaan yang paling rendah menggunakan kad kredit Islam ialah golongan pensyarah dan guru iaitu sebanyak 7.8% atau 10 orang responden.

Bagi taburan responden berdasarkan pendapatan bulanan menunjukkan bahawa golongan yang berpendapatan RM 2000 – RM 4000 mempunyai kecenderungan yang tinggi untuk mendapatkan perkhidmatan kad kredit Islam dengan mencatatkan masing-masing 40 responden ataupun 31.3%. disusuli oleh golongan berpendapatan RM 2000 ke bawah dengan catatan 25.0% (32 orang). Manakala golongan yang berpendapatan RM4000 hingga RM5000 ke atas merupakan responden yang paling sedikit menggunakan perkhidmatan kad kredit Islam iaitu masing-masing 6.3% (8 orang).

Analisis yang terakhir untuk demografi ialah taburan agama responden yang menggunakan perkhidmatan kad kredit Islam. Responden beragama Islam yang paling ramai menggunakan perkhidmatan kad kredit Islam iaitu 124

orang ataupun 96.9%. Manakala responden beragama Buddha mencatatkan 4 orang responden bersamaan dengan 3.1%. Bagi agama Hindu dan Kristian tiada catatan dibuat.

4.4 Analisis Keputusan

Dalam menganalisis tahap kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan yang disediakan oleh pihak bank dan tahap kualiti perkhidmatan pelanggan dalam perkhidmatan kad kredit Islam, penyelidik telah menggunakan ujian *min* untuk menentukan tahap bagi objektif tersebut, iaitu: tahap kepuasan pelanggan dan kualiti perkhidmatan, demografi responden dan kepuasan pelanggan serta kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelanggan.

4.4.1 Tahap Kepuasan Pelanggan Islam dan Kualiti Perkhidmatan Kad Kredit Islam

Jadual 4.2 di bawah menunjukkan bahawa nilai hasil *min* dan sisihan piawai tahap kepuasan pelanggan Islam dan tahap kualiti perkhidmatan. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahawa nilai *min* dan sisihan piawai kepuasan pelanggan adalah 20.87 dan 2.17, berdasarkan tafsiran kepuasan pelanggan mendapati bahawa tahap kepuasan pelanggan adalah tinggi.

Sementara itu, dimensi lain iaitu gelagat dan sebab-sebab menunjukkan nilai *min* yang tertinggi iaitu 29.82 dan 6.58 diikuti oleh dimensi pengguna dan kesetiaan masing-masing 12.93 dan 4.29.

Jadual 4.2: Ujian Min Tahap Kepuasan Pelanggan dan Perkhidmatan Dalam Kad Kredit Islam

Pembolehubah	Nilai Min	Sisihan Piawai
Kepuasan pelanggan	20.87	2.169
Gelagat	29.82	6.584
Sebab-sebab	29.82	6.584
Pengguna	12.93	4.292
Kesetiaan	12.93	4.292

4.4.2 Hubungan Korelasi Antara Pembolehubah

Jadual 4.3, menunjukkan korelasi antara dimensi-dimensi pengguna, gelagat, kesetiaan dan sebab-sebab secara keseluruhan dengan kepuasan pelanggan. Ujian korelasi pearson digunakan bagi menguji hubungan ini iaitu untuk menguji hipotesis yang pertama. Merujuk kepada jadual di bawah, keputusan ujian korelasi pearson menunjukkan wujud hubungan yang signifikan antara pengguna, gelagat, kesetiaan dan sebab-sebab dengan kepuasan pelanggan ($p < 0.01$). Hubungan antara pembolehubah ini adalah hubungan yang positif dan kuat iaitu dengan nilai $r = 0.075$.

Oleh itu hipotesis H_0 yang menyatakan tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelanggan adalah ditolak. Keputusan yang dapat dibuat ialah dengan menerima H_a iaitu wujud hubungan yang signifikan di antara kualiti perkhidmatan dan kepuasan pelanggan.

Jadual 4.3: Korelasi dimensi pengguna, gelagat kesetiaan dan sebab-sebab dengan Kepuasan Pelanggan

P/ubah	Pengguna	Gelagat	Kesetiaan	Sebab-sebab	Kepuasan
Pengguna			1.000(**)		.468(**)
Gelagat				1.000(**)	.501(**)
Kesetiaan	1.000(**)				.468(**)
Sebab		1.000(**)			.501(**)
Kepuasan	.468(**)	.501(**)	.468(**)	.501(**)	

****p < 0.01**

Hipotesis 2 adalah untuk menguji hubungan antara dimensi-dimensi tersebut dan kepuasan pelanggan. Ujian korelasi digunakan untuk hubungan antara dimensi-dimensi tersebut dan kepuasan pelanggan.

Jadual 4.3 di atas juga menunjukkan keputusan ujian hubungan antara dimensi-dimensi pengguna, gelagat, kesetiaan dan sebab-sebab dengan kepuasan pelanggan. Hasil ujian korelasi pearson mendapati bahawa kesemua pembolehubah bebas iaitu pengguna, gelagat, kesetiaan dan sebab-sebab mempunyai hubungan yang signifikan dan berhubung secara positif dengan pembolehubah bersandar iaitu kepuasan pelanggan. ($p < 0.01$). Oleh itu H_0 adalah ditolak dan menerima H_a . Keputusan yang dibuat adalah terdapat hubungan yang signifikan antara dimensi-dimensi tersebut dengan kepuasan pelanggan.

Keputusan analisis juga menunjukkan dimensi gelagat dan sebab mempunyai hubungan yang kuat secara positif dengan kepuasan pelanggan ($r=0.501$) diikuti oleh dimensi pengguna dan kesetiaan ($r=0.468$).

4.4.3 Demografi Responden dan Kepuasan Pelanggan

Dalam mengkaji hubungan antara demografi responden dan kepuasan pelanggan, analisis statistik inferen perbandingan akan digunakan untuk menguji hipotesis. Dua kaedah ujian akan digunakan untuk menganalisis perbezaan antara pembolehubah bebas iaitu faktor demografi dengan pembolehubah bersandar iaitu kepuasan pelanggan. Ujian – t digunakan untuk menguji faktor demografi iaitu jantina. Ujian Analisis Varian Sehalu (ANOVA) pula digunakan untuk menguji faktor demografi iaitu umur, taraf perkahwinan, tahap pendidikan, pekerjaan dan pendapatan.

a) Jantina Dan Kepuasan Pelanggan

Hipotesis ketiga adalah untuk menguji perbezaan antara kepuasan pelanggan berdasarkan jantina. Merujuk kepada Jadual 4.4, hasil analisis perbezaan jantina dengan kepuasan pelanggan mendapati bahawa *min* skor perempuan iaitu 20.47 (2.24) adalah lebih rendah berbanding lelaki iaitu 21.88 (1.58).

Hasil ujian – t mendapati bahawa nilai t adalah 3.445 , pada paras signifikan 0.076 ($p>0.05$). Ini menunjukkan bahawa terdapat perbezaan yang signifikan

antara jantina dan kepuasan pelanggan. Maka, hipotesis H_0 ini adalah ditolak dan menerima H_a . Keputusan yang dibuat adalah terdapat perbezaan yang signifikan antara jantina dan kepuasan pelanggan.

Jadual 4.4: Ujian-T untuk Pengaruh Jantina Terhadap Perbezaan Tahap Kepuasan Pelanggan

Kumpulan	N	Min	Sisihan Piawai	Nilai t	Sig
Lelaki	36	21.88	1.581	3.445	0.076**
Perempuan	92	20.47	2.245		

** $p > 0.05$

b) Status Perkahwinan Dan Kepuasan Pelanggan

Hipotesis keempat adalah untuk menguji perbezaan antara kepuasan pelanggan berdasarkan taraf perkahwinan. Berdasarkan Jadual 4.5, hasil analisis perbezaan taraf perkahwinan dengan kepuasan pelanggan mendapati bahawa *min* skor pelanggan berkahwin (20.84) adalah lebih tinggi berbanding pelanggan bujang (21.14).

Berdasar Jadual 4.5, hasil ujian analisis varian sehala (*One Way Anova*) didapati bahawa nilai F adalah 0.238, pada paras sig 0.626 ($p < 0.05$). Ini menunjukkan bahawa terdapat perbezaan yang signifikan antara taraf perkahwinan dengan kepuasan pelanggan. Maka, H_0 adalah ditolak dan menerima H_a .

Jadual 4.5 : Ujian Analisis Varian Sehala (*One Way Anova*) Antara taraf Perkahwinan Dan Kepuasan Pelanggan

Umur	N	Min	Sisihan Piawai	Nilai F	sig
Bujang	14	21.142	1.0271	0.238	0.626
Berkahwin	114	20.842	2.2717		

P<0.01

c) Umur Dan Kepuasan Pelanggan

Berdasar Jadual 4.6, hasil ujian analisis varian sehala (*One Way Anova*) didapati bahawa nilai F adalah 0.765 , pada paras sig 0.516(p < 0.05). Ini menunjukkan bahawa terdapat perbezaan yang signifikan antara kumpulan umur dengan kepuasan pelanggan. Maka, Ho adalah ditolak dan menerima Ha.

Jadual 4.6 : Ujian Analisis Varian Sehala (*One Way Anova*) Antara Umur Dan Kepuasan Pelanggan

Umur	N	Min	Sisihan Piawai	Nilai F	sig
21-30	28	21.142	1.715	0.765	0.516**
31-40	20	21.100	2.881		
41-50	40	21.000	0.905		
51 ke atas	40	20.450	2.855		

P<0.01

d) Tahap Pendidikan Dan Kepuasan Pelanggan

Berdasar Jadual 4.7, hasil ujian analisis varian sehala (*One Way Anova*) mendapati bahawa nilai N, nilai *min* dan sisihan piawai berdasarkan kumpulan tahap pendidikan dengan kepuasan pelanggan. Hasil analisis mendapati bahawa nilai F adalah 3.455, pada paras sig. 0.010 ($p < 0.005$). Analisis ini menunjukkan terdapat perbezaan yang signifikan di antara tahap pendidikan dengan kepuasan pelanggan. Berdasarkan kepada nilai *min* di antara kumpulan menunjukkan perbezaan yang signifikan. Maka H_0 adalah ditolak dan menerima H_a .

Jadual 4.7: Ujian Analisis Varian Sehala (*One Way Anova*) di antara Tahap Pendidikan dan Kepuasan Pelanggan

Tahap Pendidikan	N	Min	Sisihan Piawai	Nilai F	sig
SPM	50	20.080	3.009	3.455	0.010
STPM	28	21.357	1.311		
Diploma	14	20.857	1.027		
Ijazah	18	21.333	0.970		
Sarjana/PhD	18	20.875	2.169		

$P < 0.01$

e) Pekerjaan Dan Kepuasan Pelanggan

Berdasar Jadual 4.8, hasil ujian analisis varian sehala (*One Way Anova*) mendapati bahawa nilai N, nilai *min* dan sisihan piawai berdasarkan kumpulan pekerjaan dengan kepuasan pelanggan. Hasil analisis mendapati bahawa nilai

F adalah 8.897, pada paras sig. 0.00 ($p < 0.01$). Analisis ini menunjukkan bahawa terdapat perbezaan yang signifikan antara pekerjaan dengan kepuasan pelanggan. Maka H_0 adalah ditolak dan menerima H_a .

Jadual 4.8: Ujian Analisis Varian Sehala (*One Way Anova*) antara Pekerjaan dan Kepuasan Pelanggan

Pekerjaan	N	Min	Sisihan Piawai	Nilai F	sig
Sokongan	54	19.925	2.1443	8.897	0.00
Profesional	32	22.187	1.1482		
Swasta	32	21.125	2.5871		
Pensyarah/Guru	10	21.000	0.0000		

$P < 0.01$

f) Pendapatan Dan Kepuasan Pelanggan

Berdasar Jadual 4.9, hasil ujian analisis varian sehala (*One Way Anova*) mendapati bahawa nilai N, nilai *min* dan sisihan piawai berdasarkan pendapatan dengan kepuasan pelanggan. Hasil analisis mendapati bahawa nilai F adalah 4.443, pada paras sig. 0.002 ($p < 0.01$). Analisis ini menunjukkan bahawa terdapat perbezaan yang signifikan antara pendapatan dengan kepuasan pelanggan. Maka H_0 adalah ditolak dan menerima H_a .

Jadual 4.9: Ujian Analisis Varian Sehala (*One Way Anova*) antara Pendapatan dan Kepuasan Pelanggan

Pendapatan	N	Min	Sisihan Piawai	Nilai F	sig
RM 2000 ke bawah	32	20.375	2.660	4.443	0.002
RM 2001 -RM 3000	40	21.250	1.192		
RM 3001- RM 4000	40	20.250	2.519		
RM 4001- RM 5000	8	22.000	0.000		
RM 5001 dan ke atas	8	23.000	0.000		

P<0.01

g) Faktor Agama dan Kepuasan Pelanggan

Berdasar Jadual 4.10, hasil ujian analisis varian sehala (*One Way Anova*) mendapati bahawa nilai N, nilai *min* dan sisihan piawai berdasarkan faktor agama dengan kepuasan pelanggan. Hasil analisis mendapati bahawa nilai F adalah 24.73 pada paras sig. 0.00 ($p < 0.01$). Analisis ini menunjukkan bahawa terdapat perbezaan yang signifikan antara agama dengan kepuasan pelanggan. Maka H_0 adalah ditolak dan menerima H_a .

Jadual 4.10: Ujian Analisis Varian Sehala (*One Way Anova*) antara Faktor Agama dan Kepuasan Pelanggan

Faktor Agama	N	Min	Sisihan Piawai	Nilai F	sig
Islam	124	21.032	20.015	24.73	0.00
Buddha	4	16.000	0.0000		

P<0.01

4.4.4 Dimensi Kualiti Perkhidmatan Dan Kepuasan Pelanggan

Analisa regresi akan digunakan untuk mengkaji keempat-empat dimensi-dimensi yang menerangkan varian dalam kepuasan pelanggan. Pembolehubah dimensi-dimensi tersebut yang digunakan untuk model regresi dalam kajian ini adalah terdiri dari empat dimensi iaitu pengguna, gelagat, kesetiaan dan sebab-sebab. Berdasarkan jadual 4.11 menunjukkan keputusan analisis regresi di antara keempat dimensi tersebut dan kepuasan pelanggan.

Jadual 4.11: Analisis Regresi Antara Dimensi pengguna, gelagat, kesetiaan dan sebab-sebab dengan Kepuasan Pelanggan

Model Summary

Model	Change Statistics				
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.980(a)	3064.756	2	126	.000

a Predictors: Sebab2, Kesetiaan

Coefficients(a,b)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	Kesetiaan	.512	.054	.332	9.504	.000	.960	.646	.120
	Sebab2	.462	.024	.673	19.228	.000	.983	.864	.243

a Dependent Variable: KP

b Linear Regression through the Origin

Excluded Variables(b,c)

Model	Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics Tolerance
1	Pengguna Gelagat	.(a) .(a)000 .000

a Predictors in the Model: Sebab2, Kesetiaan

b Dependent Variable: KP

c Linear Regression through the Origin

Jadual 4.11 menunjukkan analisis regrasi untuk mengkaji keempat dimensi yang menerangkan varian dalam kepuasan pelanggan. Pembolehubah dimensi yang digunakan untuk model regrasi dalam kajian ini adalah terdiri dari empat dimensi iaitu pengguna, gelagat, kesetiaan dan sebab-sebab. Hasil analisis mendapati bahawa dimensi-dimensi tersebut telah menerangkan 98.0% varian kepuasan pelanggan (adjusted R-Square: 0.980, F: 3064.756, sig 0.00). Maka Ho adalah ditolak dan menerima Ha.

Dari jadual *coefficient* pula mendapati bahawa beta dibawa *understandardized coefficient* yang tertinggi adalah beta bagi kesetiaan iaitu 0.0512 dan signifikan pada paras 0.00.

BAB KELIMA

KESIMPULAN DAN CADANGAN

5.1 Pendahuluan

Bab ini merupakan bab yang terakhir dalam penyelidikan yang telah dilakukan. Bab ini akan merumuskan keputusan terhadap kajian yang telah dijalankan terhadap faktor demografi dan hubungan antara dimensi pengguna, gelagat, kesetiaan dan sebab-sebab menggunakan kad kredit dan kepuasan pelanggan dalam penggunaan kad kredit Islam. Perbincangan tentang hasil-hasil kajian adalah seperti yang dinyatakan di bawah:

5.2 Faktor-faktor Demografi dan Kepuasan Pelanggan Dalam Penggunaan Kad Kredit Islam

Kajian ini menunjukkan bahawa terdapat perbezaan yang signifikan antara jantina dan kepuasan pelanggan. Pelanggan wanita didapati lebih berpuas hati daripada pelanggan lelaki. Perbezaan ini wujud berdasarkan catatan skor *min* perempuan iaitu 21.88, manakala skor *min* lelaki ialah 20.47. Oleh itu pelanggan perempuan didapati lebih banyak menggunakan perkhidmatan kad kredit Islam iaitu 71.9% berbanding pelanggan lelaki iaitu 28.2% dari jumlah populasi. Walau bagaimanapun, kajian oleh Alhasan (2007) menyatakan sebaliknya di mana pelanggan lelaki lebih ramai menggunakan kad kredit berbanding wanita.

Sementara itu, status perkahwinan juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil daripada kajian menunjukkan bahawa pelanggan yang berkahwin adalah lebih ramai dan lebih berpuas hati berbanding dengan pelanggan bujang. Ini adalah kerana pelanggan yang berkahwin dan berkeluarga mempunyai lebih banyak masalah kewangan misalnya untuk persediaan persekolahan anak-anak, perbelanjaan anak-anak yang mengikut kelas tuisyen, memperbaharui cukai jalan dan insuran kenderaan serta lain-lain masalah yang tidak diduga. Oleh yang demikian, golongan yang berkahwin lebih banyak menggunakan kad kredit Islam.

Bagi faktor lain seperti umur, menunjukkan terdapatnya perbezaan yang signifikan dengan keputusannya menolak H_0 dan menerima H_a . Ini dapat dilihat melalui taburan umur antara 41 tahun hingga 50 tahun dan taburan umur 51 tahun dan ke atas yang masing-masing mewakili 31.3%. Ini adalah kerana bagi responden yang berumur 41 tahun dan ke atas telah berada dalam alam pekerjaan yang agak lama dan juga telah lama menggunakan kad kredit Islam. Banyak faktor yang boleh diambil kira antaranya keadaan ekonomi yang tidak stabil dan kedudukan kewangan yang tidak berapa memberangsangkan menyebabkan mereka sering menggunakan kad kredit untuk menampung perbelanjaan seharian. Oleh yang demikian, responden yang berumur 41 tahun dan ke atas lebih berpuas hati dengan kad kredit Islam dan hasil kajian ini adalah selaras dengan kajian yang telah dilakukan oleh Alhassan (2007) dalam kajian pemilikan dan gelagat penggunaan kad kredit di Arab Saudi.

Dilihat dari segi pendapatan pula, terdapat 40 responden yang berpendapatan antara RM2001 hingga RM3000 dan juga 40 responden yang berpendapatan RM3001 hingga RM4000 yang masing-masing mewakili 31.3% dari jumlah semua responden. Kajian ini adalah hampir sama seperti yang dilakukan oleh Norudin Mansor dan Azman Che Mat (2009) di mana daripada 305 responden yang terlibat, 72.7% adalah yang berpendapatan antara RM2,000 hingga RM4,000. Ini menunjukkan responden yang berpendapatan antara RM2,000 hingga RM4,000 sering menggunakan kad kredit untuk urusan perbelanjaan mereka.

Bagi faktor-faktor lain seperti pendidikan, pekerjaan dan agama juga menunjukkan terdapat perbezaan yang signifikan dengan keputusannya menolak H_0 dan menerima H_a .

5.3 Hubungan Dimensi Kualiti dan Kepuasan Pelanggan Kad Kredit Islam

Dari segi hubungan dimensi kualiti perkhidmatan, dimensi gelagat dan sebab mempunyai hubungan yang kuat secara positif dengan kepuasan pelanggan iaitu ($r=0.501$) dan diikuti oleh dimensi pengguna dan kesetiaan iaitu ($r=0.468$) dan secara keseluruhannya hasil analisa mendapati bahawa dimensi-dimensi tersebut telah menerangkan 98.0% varian kepuasan pelanggan dan dari keputusan tersebut H_0 adalah ditolak dan diterima H_a .

5.4. Cadangan

Berdasarkan kajian yang telah dijalankan dan hasil kajian yang diperbincangkan, penyelidik berpendapat, usaha-usaha ke arah peningkatan penggunaan kad kredit Islam hendaklah diperluaskan oleh pihak bank memandangkan penggunaan tersebut masih belum meluas dalam kalangan pengguna kerana kebanyakan pengguna telah menggunakan kad kredit konvensional sejak awal lagi. Di antara cadangan tersebut ialah:

5.4.1 Cadangan Pertama

Pihak pengurusan bank hendaklah mempertingkatkan promosi ke arah penggunaan kad kredit Islam seperti iklan dalam media elektronik seperti television, *bill-board* dan internet serta membuka kaunter promosi di pusat-pusat membeli belah dan pusat-pusat pameran. Pihak bank juga boleh menyediakan hadiah promosi seperti kamera, jam tangan, tas tangan dan barang-barang lain yang boleh menarik minat pelanggan.

5.4.2 Cadangan kedua

Pihak pengurusan bank juga boleh mengedarkan risalah-risalah atau brosur-brosur mengenai kad kredit Islam kepada pelanggan di pusat-pusat membeli belah dan di tempat tumpuan ramai seperti pasar-pasar malam, gerai pameran dan lain-lain tempat yang bersesuaian.

5.4.3 Cadangan Ketiga

Pihak pengurusan bank juga perlu meningkatkan kesedaran di kalangan pengguna tentang keperluan menggunakan kad kredit Islam dan kesedaran untuk bertukar dari kad kredit konvensional kepada kad kredit Islam dengan memberi penjelasan berlandaskan *syariah*. Selain dari pelanggan yang beragama Islam, pihak bank juga hendaklah menarik lebih ramai pelanggan dari kalangan bukan Islam untuk menggunakan produk berlandaskan *syariah* ini.

5.4.4 Cadangan Keempat

Di samping itu juga, pihak pengurusan bank juga perlu meningkatkan kesedaran kepada kakitangan tentang kepentingan perkhidmatan yang mesra pelanggan kepada pelanggan-pelanggan yang berurusan dengan mereka.

Selain daripada cadangan kepada pihak bank, penyelidik juga ingin mencadangkan kepada pengguna kad kredit tentang kesedaran menggunakan kad kredit secara berhemah untuk mengawal dari membuat perbelanjaan yang tidak berfaedah seperti pengguna dinasihatkan supaya tidak membawa kad kredit setiap kali keluar rumah kecuali apabila benar-benar perlu sahaja seperti untuk mengisi minyak petrol semasa ketiadaan tunai yang mencukupi di tangan.

Selain itu, pengguna hendaklah membuat perancangan sebelum menggunakan kad kredit seperti merancang had kredit yang diperlukan semasa berbelanja, membuat perancangan tentang cara pembayaran balik, dan membuat senarai pembelian barang yang hendak dibeli menggunakan kad kredit.

Pengguna juga hendaklah meminta pendapat rakan sekerja tentang kepentingan menggunakan kad kredit sebelum membuat sebarang transaksi dan mendapatkan pandangan mereka tentang alternatif lain sebelum berbelanja menggunakan kad kredit dan pengguna juga hendaklah sentiasa mengingatkan diri sendiri tentang tanggungjawab untuk membayar ansuran kad kredit mereka sebelum tempoh matang untuk mengelak dikenakan caj lewat tarikh.

5.5 Kesimpulan

Melihat daripada tiga persoalan utama dalam objektif khusus kajian ini mendapati ianya telah terjawab di mana keputusan kajian ini membuktikan bahawa faktor demografi ialah merupakan faktor utama dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan. Ini bermakna objektif kajian ini untuk mengkaji tahap kepuasan pelanggan kad kredit Islam telah tercapai.

Di samping itu juga, penyelidik mencadangkan kajian yang lebih mendalam terhadap kepuasan pelanggan boleh dilakukan terutama responden yang tinggal dalam bandar-bandar besar kerana pelanggan yang tinggal di bandar-bandar besar mungkin mempunyai gelagat dan kepuasan yang berbeza berbanding responden yang tinggal di luar bandar.

Bibliografi

Ab.Mumin Ab. Ghani(1999), *Sistem Kewangan Islam dan Pelaksanaannya di Malaysia*. Kuala Lumpur: Jabatan Kemajuan Islam Malaysia(JAKIM) h. 421.

Adil Manzoor Bakhshi(2006), *Developing a financial model for Islamic credit card for the UK*, UK: University of Salford

Alhassan G. Abdul-Muhmin(2007), *Credit card ownership and usage behaviour in Saudi arabia:The impact of demographics and attitudes toward debt*. Journal of Financeial Services Marketing. Vol.12, 3 219-234

An Islamic Plastic Card In (Business & Finance), Retrieved March 2006 from Islami online:www.islamonline.net/iol-english/dowalia/money-30jun2000/money2.asp. Data di akses: 21 Februari, 2011

Bank Negara Malaysia(2003), *Perbankan Islam: apakah Perbankan Islam*. Kuala Lumpur: Persatuan bank Dalam Malaysia.

Choi and Chu(2000), "*Levels of satisfaction among Asian and Western travelers*". International Journal of Quality & Reliability Management.

Fadillah Mansor(2003), "*The Practices of Shariah Principles in Instrument of Islamic Financial System: an Overview*" dalam prosiding Seminar Kewangan Islam, Kuala Lumpur: Jabatan Syariah dan Pengurusan, Universiti Malaya, hh. 51-58

_____ (2004). *Produk kad Kredit Islam dan Aplikasinya di bank Islam Malaysia Berhad(BIMB)*:Akademi Pengajian Islam Universiti Malaya(APIUM)

Hassan Ibrahim Zayyat Mustafa Ahmad (1986), *al-Mu'jam al-Nasith*. Istanbul: Dar al-Da'wah, h. 128

Ibnu Hashim(2010), *Golongan Muda Muflis Kerana Kad Kredit* <http://www.ibnuhasyim.com/2010/07/golongan-muda-muflis-kerana-kad-kredit.html>. Data Akses 8 Februari, 2011

Idris Musa(2008), *Islam dan Kad Kredit.*, <http://wansalmah.blogspot.com>.
Data akses: 8 Februari,2011

_____ (2008), *Kad Diizin Tanpa Riba*. Harian Metro.18 Julai, 2008

Jamayah Mohamed Nor (2003), "*Kad kredit Islam: Satu Pengenalan*" dalam Prosiding Seminar Kewangan Islam. Kuala Lumpur: Jabatan Syariah dan Pengurusan, Universiti Malaya. h. 154-158

James F. Devlin(2006), *An analysis of main and subsidiary credit card holding and spending*

Kad Kredit Dan Budaya Hutang Bentuk Baru(2001), Dewan Masyarakat Dis,2001.
M.s 19-20

Kamus Dewan Edisi Keempat (2007),

Lokman Ismail(2007), *Beban kad Kredit Jejaskan Kesejahteraan Rakyat*.
Akses data: 8 Februari, 2011

_____ (2007), *Beban kad K Kredit Perangkap Krisis Akidah*.
<http://urusduiturusutang.blogspot.com/comments?id=7>
Akses data: 8 Februari, 2011

Lokman Mohd Hashim(2009), *Ramai Bukan Islam Manfaat Kad Kredit Berlandas Syariah*
www.mutiaraislam.wordpress.com
Akses data 8/2/2011

Mohd Aziz Ngah & Alzahrin Alias(2010), *Kad Kredit antara Punca Hutang Besar*.
Berita Minggu.

Mohammad Fadil Anuar(2009), *Konsep Penggunaan Kad Kredit Dalam Islam*.
<http://xsmmkspbq8990.blogspot.com/2009/07/konsep-penggunaan-kad-kredit-dalam.html>
Akses data 8 /2/ 2011

Mohd Sofee Razak(2007), *Perlaksanaan kad Kredit Islam di Malaysia*.
<http://mohamadsofee.blogspot.com>

Mohd Yusof Hj. Nasir (2002), "*Teks Ucapan Pelancaran Kad bank Islam*" di Majlis Pelancaran Kad Bank Islam, di Institut Kefahaman Islam Malaysia (IKIM) pada 23 Julai, 2002, h.2

Muhammad Kamal Azhari (1993), *Bank Islam Teori dan Praktik*. Kuala Lumpur: Dewan Pustaka Fajar, h.145.

Norudin Mansor & Azman Che Mat(2009), *Islamic Credit Card: Are Demographic factors a good Indicator?* Universiti Teknologi Mara (UiTM) Dungun, Trengganu.

Nuradli Ridzwan Shah Mohd Dali & Hanifah Abdul Hamid(2008), *Factor Influencing The Islamic Credit Cards Holders Satisfaction*. Kuala Lumpur: Universiti Sains Islam Malaysia

_____ (2007), *A study On Islamic Credit Cards Holders*. Kuala Lumpur. Universiti Sains Islam Malaysia.

Razli Ramli (2006), *Kad Kredit Berlandaskan Syariah*, Institut Perbankan dan Kewangan Islam Malaysia: Jabatan Penasihat dan Perundingan Perniagaan.

Sakinah Johari(2007), *Penggunaan Kad Kredit: Kebaikan dan Keburukan*

Shanmugapryia Mohan(2010), *Penggunaan Kad Kredit Lebih Merugikan Pemiliknya*.

Siti Haniza Abdul Rahman & Norshamsiah Nor Baharin(2002), *Alternatif Baru Kad Kredit*: Majalah Massa, 23-29 November,h.h.28

Syahidawati Haji Shahwan, Nuradli Ridzwan Shah Mohd Dali & Supiah Salleh(2008), *Factors Determining the Ownership of Islamic Credit Card in Malaysia: An Analytical Study*.Kuala Lumpur: Universiti Sains Islam Malaysia.

Syahidawati Haji Shahwan & Nuradli Ridzwan Shah Mohd Dali(2010), *Islamic credit Card Industry In Malaysia: Customers' Perceptions and Awareness*. Universiti Sains Islam Malaysia.

Razli Ramli(2006), *Kad kredit Berlandaskan Syariah*, Institut Perbankan dan Kewangan Islam Malaysia:Jabatan Penasihat dan Perundingan Perniagaan.

Saifufudin(2008), *Penggunaan kaedah fiqh dalam produk kad kredit AmBank al-Tasrif Visa*, Daripada <http://ustazsaifudin.wakaf.org/v1/2008/10/09/kaedah-fiqh-dalam-kad-kredit/>

Salahudin Harith(2010), *Kad Kredit Bank Islam*
<http://solaharith.blogspot.com/2010/05/kad-kredit-bank-islam.html>

Wan Jemizan W.Deraman(2010,) *Etika Mengguna Kad Kredit*
<http://bajet2u.com/?tag=etika>
Data di akses: 8 Februari, 2011

Zaharuddin Abd Rahman(2006), *Kad Kredit Dari Perspektif Islam*.
Daripada <http://muslimkaya.blogspot.com>

_____ (2006), *Riba Kontemporari Dalam Penggunaan Kad Kredit*.
Daripada <http://addakwah.wordpress.com>

Zul Yusoff(2006), *Fatwa Menggunakan Kad Kredit Islam*
Daripada <http://www.islamonline.net>

[http://www.scribd.com/doc/5565439/PENGGUNAAN -KAD-KREDIT](http://www.scribd.com/doc/5565439/PENGGUNAAN-KAD-KREDIT)

<http://bankislam.com>

<http://maybank.com>

<http://ambank.com.my>

SOAL SELIDIK



UNIVERSITI UTARA MALAYSIA

Salam sejahtera:

Saya sedang mengikuti pengajian program Sarjana di Kolej Perniagaan, Universiti Utara Malaysia. Sebagai memenuhi keperluan pengajian tersebut, satu kajian bertajuk **“Corak Perbelanjaan Kad Kredit Islam Oleh Pelanggan Bank”** dijalankan di bawah seliaan Dr. Azizi Bin Abu Bakar. Saya amat berharap agar tuan/puan dapat meluangkan sedikit masa untuk mengisi soal selidik ini.

Soal selidik ini mengandungi 7 bahagian iaitu Profil pelanggan Bank, Pengguna Kad Kredit, Perubahan Gelagat Pengguna(Sikap pengguna), Sebab-sebab Pengguna Berurusan dengan Kad Kredit Islam(Kesetiaan Pengguna), Sebab-sebab Pengguna Menggunakan kad kredit Islam(Pelanggan kad Kredit) , Darjah kepuasan terhadap perkhidmatan yang ditawarkan oleh kad kredit Islam(Kepuasan Pengguna) dan pandangan pengguna terhadap kad kredit Islam.

Segala maklumat yang anda beri akan digunakan untuk kajian ini sahaja.

Terima kasih kerana mengambil bahagian dalam kajian ini.

Yang benar,

.....

Nama : Mohd Diah Bin Md Saleh
Matrik : 86931

Bahagian A : Profil Pelanggan Bank

Tuan/Puan diminta menandakan (/) pada satu pilihan yang tepat sahaja.

1. Jantina:

Lelaki

Perempuan

2. Umur:

20 tahun dan ke bawah

21-30 tahun

31-40 tahun

41-50 tahun

51 tahun dan ke atas

3. Status perkahwinan:

Bujang

Berkahwin

Ibu Tunggal

Bapa Tunggal

4. Tahap pendidikan tertinggi:

SPM

Diploma

Sarjana/PHD

STPM

Ijazah

Lain-lain

5. Pekerjaan:

Kumpulan Sokongan

Kumpulan Profesional

Ahli perniagaan

Nyatakan.....

Kakitangan Swasta

Pensyarah/Guru

Lain-lain.Sila

6. Pendapatan bulanan:

RM 2000 ke bawah

RM 3001 – RM 4000

RM 5001 dan ke atas

RM 2001-RM 3000

RM 4001-RM 5000

7. Agama:

Islam

Hindu

Buddha

Kristian

Bahagian B: Pengguna Kad Kredit

Nyatakan Pandangan Anda Terhadap Pernyataan-pernyataan Di Bawah Berdasarkan Skala Berikut: (Sila bulatkan pilihan anda)

Sangat Tidak setuju	Tidak Setuju	Tidak Pasti	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

- | | | | | | | |
|----|--|---|---|---|---|---|
| 1. | Saya memiliki kad kredit Islam | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. | Saya sentiasa menggunakan kad kredit Islam | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. | Saya menggunakan kad kredit atas faktor Agama | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. | Saya menggunakan kad kredit Islam kerana pengaruh keluarga | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Bahagian C: Perubahan Gelagat Pengguna (Sikap Pengguna)

Nyatakan Pandangan Anda Terhadap Pernyataan-pernyataan Di Bawah Berdasarkan Skala Berikut : (Sila bulatkan pilihan anda)

Sangat Tidak setuju	Tidak Setuju	Tidak Pasti	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

- | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Pengguna selalunya menggunakan kad kredit Konvensional | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. | Pengguna selalunya menggunakan kad kredit Islam dan Konvensional | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. | Pengguna cenderung untuk bertukar kad kredit yang lain apabila kehendak mereka tidak dapat dipenuhi dengan baik . | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. | Pengguna selalu melihat ke depan mengenai keinginan dan kehendak mereka. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. | Pihak bank sentiasa mengambil berat mengenai persepsi pengguna terhadap penggunaan kad kredit Islam. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

6.	Pengguna bersetuju dengan perubahan dan Inovasi yang dilakukan oleh bank mengenai kad kredit Islam	1	2	3	4	5
7.	Pengguna tidak bersetuju dengan inovasi yang dilakukan oleh pihak bank terhadap kad kredit Islam	1	2	3	4	5
8.	Pihak bank selalu melihat kedepan dan mengambil perhatian terhadap pengguna yang setia	1	2	3	4	5
9.	Pihak bank sentiasa memahami gelagat pengguna terhadap perubahan yang telah dibuat oleh bank.	1	2	3	4	5

Bahagian D : Sebab-sebab Pengguna Berurusan dengan Kad Kredit Islam(Kesetiaan Pengguna)

Nyatakan Pandangan Anda Terhadap Pernyataan-pernyataan Di Bawah Berdasarkan Skala Berikut : (Sila bulatkan pilihan anda)

Sangat Tidak setuju	Tidak Setuju	Tidak Pasti	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

1.	Atas sebab-sebab keuntungan sesuatu bank	1	2	3	4	5
2.	Memberi tambahan had kredit	1	2	3	4	5
3.	Menawarkan diskaun yang tinggi dan promosi	1	2	3	4	5
4.	Menawarkan skim mata ganjaran yang tinggi	1	2	3	4	5
5.	Kebaikan yang terdapat pada kad kredit Islam	1	2	3	4	5
6.	Kadar servis caj yang rendah	1	2	3	4	5
7.	Menyediakan kemudahan pengurusan hutang	1	2	3	4	5
8.	Kad Kredit Islam dapat menyempurnakan semua transaksi secara efektif.	1	2	3	4	5
9.	Reputasi Kad Kredit Islam yang membanggakan	1	2	3	4	5
10.	Penambahbaikan ke atas rekaan kad kredit Islam	1	2	3	4	5

Bahagian E: Sebab-sebab Pengguna Menggunakan kad kredit Islam(Pelanggan Kad Kredit)

Nyatakan Pandangan Anda Terhadap Pernyataan-pernyataan Di Bawah Berdasarkan Skala Berikut : (Sila bulatkan pilihan anda)

Sangat Tidak setuju	Tidak Setuju	Tidak Pasti	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

- | | | | | | | |
|-----|--|---|---|---|---|---|
| 1. | Kad kredit Islam tidak menawarkan sesetengah produk/kemudahan seperti yang ditawarkan oleh kad kredit konvensional | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. | Menggunakan kad kredit Islam untuk perbelanjaan seharian | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. | Menggunakan kad kredit Islam untuk santai atau hiburan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. | Menggunakan kad kredit Islam untuk perjalanan atau bercuti | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. | Menggunakan kad kredit Islam untuk perbelanjaan kenderaan | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. | Menggunakan kad kredit Islam untuk semua urusan. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. | Menggunakan kad kredit Islam untuk pelan bayaran ansuran | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. | Menggunakan kad kredit Islam untuk belian secara dalam talian(on-line) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. | Menggunakan kad kredit Islam untuk belian barangan dengan jumlah yang besar. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. | Menggunakan kad kredit Islam untuk belian barangan mewah. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

BAHAGIAN F: Darjah kepuasan terhadap perkhidmatan yang ditawarkan oleh kad kredit Islam (Kepuasan Pengguna)

Nyatakan Pandangan Anda Terhadap Pernyataan-pernyataan Di Bawah Berdasarkan Skala Berikut : (Sila bulatkan pilihan anda)

Sangat Tidak Puas Hati	Tidak Puas Hati	Tidak Pasti	Puas Hati	Sangat Puas Hati
1	2	3	4	5

1.	Kemudahan pembiayaan yang mencukupi	1	2	3	4	5
2.	Tahap Kualiti Kad Kredit Islam	1	2	3	4	5
3.	Tahap keyakinan terhadap kad kredit Islam	1	2	3	4	5
4.	Sentiasa menggunakan kad kredit Islam dalam urusan seharian	1	2	3	4	5
5.	Kadang-kadang menggunakan kad kredit Islam dalam urusan seharian	1	2	3	4	5
6.	Jarang-jarang menggunakan kad kredit Islam Urusan seharian	1	2	3	4	5

Bahagian G: Berikan pandangan anda terhadap Kad kredit islam secara umum dan cadangan untuk meningkatkan penggunaan kad di kalangan pengguna di Malaysia.

SEKIAN TERIMA KASIH