

**PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, DAN FAKTOR
PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENJADI
NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA
DI KOTA PALANGKA RAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM PRODI PERBANKAN SYARIAH
TAHUN AJARAN 2022 M / 1444 H**

PERSETUJUAN SKRIPSI

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Faktor Pribadi Terhadap
Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia
Di Kota Palangka Raya

NAMA : Ega Febrianti

NIM : 1804110308

FAKULTAS : Ekonomi dan Bisnis Islam

JURUSAN : Ekonomi Islam

PROGRAM STUDI : Perbankan Syariah

JENJANG : Strata Satu (S1)

Palangka Raya, Juli 2022

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Ibnu Al Saudi, M.M
NIDN. 11 080266 01

Al Hujjah Asianingrum, M.Si
NIP. 199601092021112522

Menyetujui,

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam,

Ketua Jurusan
Ekonomi Islam,

Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag
NIP. 197404232001121001

Dr. Itsla Yunisva Aviva, SEL, M.E. Sv
NIP.198910102015032012

NOTA DINAS

NOTA DINAS

Hal : Mohon Diuji Skripsi
Saudari Ega Febrianti

Palangka Raya, Juli 2022

Yth. Ketua Peneliti Ujian Skripsi
FEBI IAIN Palangka Raya

Di-

Palangka Raya

Assalamu'alaikum Wr. Wb

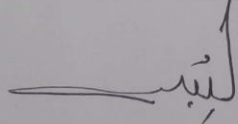
Setelah membaca, meneliti, memberi petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudari:

Nama : Ega Febrianti
NIM : 1804110308
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Palangka Raya

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Dosen Pembimbing I



Dr. Ibnu Al Saudi, M.M
NIDN. 11 080266 01

Dosen Pembimbing II



Al Hujjah Asianingrum, M.Si
NIP. 199601092021112522

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Palangka Raya" oleh Ega Febrianti NIM: 1804110308 telah *dimunqasyahkan* Tim *Munqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya Pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 24 Agustus 2022

Palangka Raya, 24 Agustus 2022

Tim Penguji

1. Sofyan Hakim, M.M., M.AP
Ketua Sidang

(.....)

2. Dr. Itsla Yunisva Aviva, SEL., M.E. Sy
Penguji Utama/I

(.....)

3. Dr. Ibnu Al Saudi, M.M
Penguji II

(.....)

4. Al Hujjah Asianingrum, M.Si
Sekretaris Sidang

(.....)

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam,



Dr. M. Ali Sibram Malisi, M.Ag
NIP.197404232001121002

**PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS DAN FAKTOR
PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENJADI
NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA
DI KOTA PALANGKA RAYA**

ABSTRAK

Oleh Ega Febrianti

NIM 1804110308

Bank Syariah Indonesia merupakan hasil merger 3 bank syariah BUMN, yakni PT Bank BRI Syariah, PT Bank Mandiri Syariah, dan PT Bank BNI Syariah. Bank Syariah Indonesia telah mampu menjadi salah satu Bank terbaik yakni masuk di 5 bank terbaik menurut majalah forbes. Meningkatnya perkembangan Bank Syariah tidak terlepas dari perilaku konsumen dan keputusan menjadi nasabah BSI sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, religiusitas dan faktor pribadi terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah BSI di kota Palangka Raya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang didapatkan melalui kuesioner yang dibagikan secara (offline) kepada mahasiswa yang menjadi nasabah BSI di kota Palangka Raya. Berdasarkan sampel yang berjumlah 98 responden.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hasil analisis yang menunjukkan bahwa variabel pengetahuan memiliki pengaruh negatif dan signifikansi dengan nilai t hitung sebesar -3,426 signifikansi 0,001, variabel religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikansi dengan nilai t hitung sebesar 2,564 signifikansi 0,012. Variabel faktor pribadi memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan nilai t hitung 6,694 signifikansi 0,000. Sedangkan secara simultan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti variabel pengetahuan, religiusitas dan faktor pribadi memiliki pengaruh signifikan secara parsial dan secara simultan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah BSI.

Kata Kunci : Faktor Pribadi, Keputusan Nasabah, Pengetahuan, Religiusitas

**THE EFFECT OF KNOWLEDGE, RELIGIUSITY AND PERSONAL
FACTORS ON THE DECISION OF STUDENTS TO BECOME A
CUSTOMER OF INDONESIAN SHARIA BANKIN THE CITY OF
PALANGKA RAYA**

ABSTRACT

By Ega Febrianti
NIM 1804110308

Bank Syariah Indonesia was the result of the merger of 3 state-owned Islamic banks, namely PT Bank BRI Syariah, PT Bank Mandiri Syariah, and PT Bank BNI Syariah. Bank Syariah Indonesia has been able to become one of the best banks by being included in the 5 best banks according to Forbes magazine. The increasing development of Islamic banks is inseparable from consumer behavior and decisions to become BSI customers, so this study aims to determine the influence of knowledge, religiosity and personal factors on students' decisions to become BSI customers in the city of Palangka Raya.

This study use a descriptive quantitative approach using purposive sampling technique. The data used in this study are primary data obtained through questionnaires distributed offline to students who are BSI customers in the city of Palangka Raya. Based on a sample of 98 respondents.

The results of this study can be concluded that the results of the analysis show that the knowledge variable has a negative and significant effect with a t-count value of -3.426, a significance of 0.001, the religiosity variable has a positive and significant influence with a t-count value of 2.564, a significance of 0.012. The personal factor variable has a positive and significant effect with a t-value of 6.694, a significance of 0.000. Meanwhile, simultaneously has a significance value of 0.000, which means that the variables of knowledge, religiosity and personal factors have a significant influence partially and simultaneously on student decisions to become BSI customers.

Keywords: Personal Factors, Customer Decisions, Knowledge, Religiosity

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, yang hanya kepada-Nya kita menyembah dan kepada-Nya pula kita memohon pertolongan, atas limpahan taufiq, rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Palangka Raya” dengan lancar. Shalawat serta salam kepada Nabi Junjungan kita yakni Nabi Muhammad SAW., Khatamun Nabiyyin, beserta para keluarga dan sahabat seluruh pengikut beliau *ila yaumul qiyamah*.

Skripsi ini dikerjakan demi melengkapi dan memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan ribuan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palangka Raya. Semoga Allah SWT membalas setiap tetes keringat dalam memajukan dan mengembangkan ilmu agama khususnya dan kampus ini pada umumnya.
2. Bapak Dr. Sadiani, M.H selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama yang telah memotivasi dan selalu memberi semangat kepada peneliti.
3. Bapak Dr. M. Ali Sibram Malisi, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya. Semoga Allah SWT membalas setiap tetes

keringat dalam memajukan dan mengembangkan ilmu agama khususnya dan kampus ini pada umumnya.

4. Ibu Dr. Itsla Yunisva Aviva, M.E. Sy. Selaku ketua jurusan Ekonomi Islam di IAIN Palangka Raya. Semoga Allah membalas setiap tetes keringat dalam memajukan, mengembangkan ilmu agama dan kampus pada umumnya.
5. Bapak Dr. Ibnu Saudi, M.M selaku dosen pembimbing I dan Ibu Al Hujjah Asianingrum, M.Si selaku pembimbing II yang telah banyak membantu, mengarahkan, dan memimbing peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir.
6. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya yang tidak bisa peneliti sebut satu persatu, yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu dalam berbagi ilmu pengetahuan kepada peneliti.
7. Ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada kedua orang tua peneliti, serta adik peneliti untuk segala do'a, dukungan, memberi semangat sampai berada di titik ini. Dan teman saya khususnya Muhammad Ali Rahim yang telah memberikan semangat, motivasi kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan sebaik-baiknya.
8. Seluruh teman-teman peneliti di IAIN Palangka Raya khususnya mahasiswa prodi Perbankan Syariah kelas C tahun angkatan 2018 yang telah membantu peneliti selama perkuliahan.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi pendorong dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Palangka Raya, Juli 2022

Peneliti

EGA FEBRIANTI

1804110308



PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Palangka Raya" benar karya ilmiah saya sendiri dan bukan hasil menjiplak dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palangka Raya, Juli 2022

Peneliti,



Ega Febrianti

NIM 1804110308

MOTTO

العمل الـ علم قبل الـ قول و

“Berilmulah sebelum kamu berbicara, beramal, atau beraktivitas.”

(H.R Bukhari)



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Kunsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	B	Be
ت	<i>Tā'</i>	T	Te
ث	<i>Śā'</i>	Ś	es tidak diatas
ج	Jim	J	Je
ح	<i>Hā'</i>	Ḥ	ha titik dibawah
خ	<i>Khā'</i>	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	<i>Żal</i>	Ż	zet titik di atas
ر	<i>Rā'</i>	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	<i>Sīn</i>	S	Es
ش	<i>Syīn</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Şād</i>	Ş	es titik bawah
ض	<i>Dād</i>	Ḍ	de titik bawah

ط	Tā'	Ṭ	te titik bawah
ظ	Zā'	Ẓ	zet titik dibawah
ع	'Ayn	...'	Koma terbalik (di atas)
غ	Gayn	G	Ge
ف	Fā'	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mīm	M	Em
ن	Nūn	N	En
و	Waw	W	We
ه	Hā'	H	Ha
ء	Hamzah	...'	Apostrof
ي	Yā	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *tasydīd* ditulis rangkap:

متعاقدين	Ditulis	<i>muta'āqqidīn</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbutah di akhir kata

1. Bila mati, ditulis h:

هبة	Ditulis	<i>Hibah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

اللهمنة	Ditulis	<i>ni'matullāh</i>
زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātulfiṭri</i>

D. Vokal pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal panjang:

Fathah + alif	Ditulis	Ā
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	Ā

يسعي	Ditulis	yas'ā
Kasrah + ya' mati	Ditulis	Ī
مجيد	Ditulis	<i>Majīd</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	Ū
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal Rangkap

Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قول	Ditulis	Qaulun

G. Vokal Pendek Yang Berurutan dalam Satu Kata, Dipisahkan Dengan Apostrof

النتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la's syakartum</i>

H. Kata sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el)nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذوى الفروض	Ditulis	<i>dzawil-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl-as-Sunnah</i>

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	x
MOTTO	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	xii
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN TEORI.....	11
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Kajian Teori dan Konsep.....	20
1. Kerangka Teori.....	20
a. Bank Syariah.....	20
b. Keputusan.....	27
2. Kerangka Konsep	30
a. Pengetahuan.....	30
b. Religiusitas	34
c. Faktor Pribadi	44
C. Kerangka Pikir	48
D. Hipotesis Penelitian.....	49

BAB III METODE PENELITIAN	52
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	52
1. Pendekatan Penelitian	52
2. Jenis Penelitian	52
B. Definisi Operasional Variabel	53
C. Waktu dan Tempat Penelitian	58
D. Populasi dan Sampel Penelitian	59
1. Populasi	59
2. Sampel	59
E. Teknik Pengumpulan Data	60
F. Uji Instrumen Penelitian	62
1. Uji Validitas	62
2. Uji Reliabilitas	63
G. Teknik Pengolahan Data	64
H. Uji Prasarat Analisis	65
I. Analisis Data	67
J. Sistematika Penulisan	70
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	72
A. Gambaran Umum Penelitian	70
B. Penyajian Data	70
1. Karakteristik Responden	70
2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	79
3. Uji Prasyarat Analisis	84
4. Analisis Data	88
5. Uji Hipotesis	90
C. Pembahasan	95
BAB V PENUTUP	98
1. Kesimpulan	98
2. Saran	98

DAFTAR PUSTAKA 110
DOKUMENTASI
LAMPIRAN

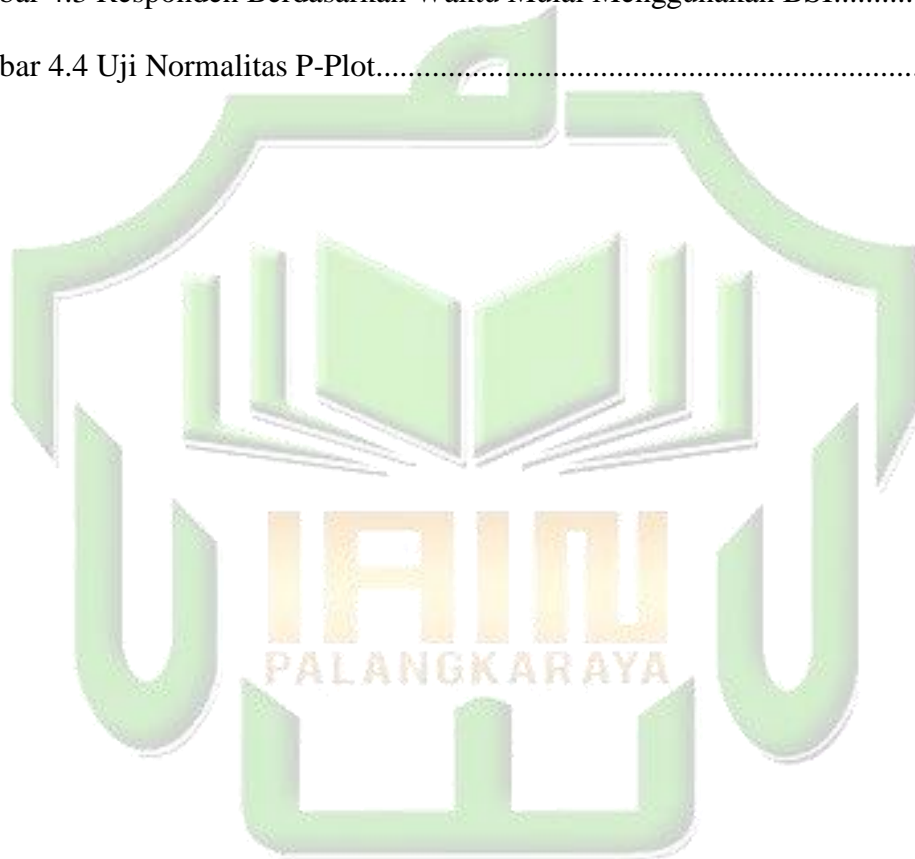


DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Pernyataan Angket	50
Tabel 3.2 Skor Alternatif Jawaban.....	55
Tabel 3.3 Tingkat Keandalan Cronbach Alpha.....	58
Tabel 4.1 Distribusi Jawaban Responden Variabel Pengetahuan	74
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Responden Variabel Religiusitas.....	75
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Variabel Faktor Pribadi.....	76
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Menjadi Nasabah BSI.....	78
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y	80
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	81
Tabel 4.7 Reliabilitas Variabel X dan Y	82
Tabel 4.8 One-Sample Kolmogorov	84
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	85
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	86
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	87
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Uji t	89
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	91
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Nasabah.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	43
Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Biaya Hidup Perbulan.....	72
Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Waktu Mulai Menggunakan BSI.....	73
Gambar 4.4 Uji Normalitas P-Plot.....	86



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

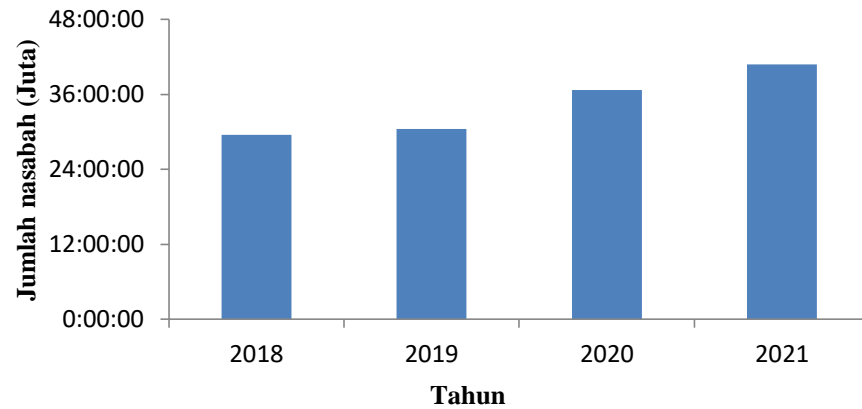
Industri keuangan syariah di Indonesia belakangan ini memiliki perkembangan yang terus meningkat. Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam, maka diperkirakan mampu mengembangkan keuangan syariah dengan potensi yang besar.¹ Bank syariah merupakan lembaga keuangan syariah yang berfungsi menghimpun dan menyalurkan dana ataupun jasa berdasarkan keadilan, transparansi dan universal serta melakukan kegiatan usaha berlandaskan AlQuran dan hadits, sehingga bank syariah mempunyai hukum yang berbeda dengan bank konvensional, baik dalam sistem operasional maupun produknya, seperti akad bagi hasil (*profit and loss sharing*) sebagai metode pemenuhan kebutuhan permodalan dan akad jual beli (*al-bai*) untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan.²

Keberadaan perbankan syariah sangat terasa bagi masyarakat di tengah suku bunga yang fluktuatif. Bank syariah pun menjadi jawaban atas segala keraguan yang dialami oleh masyarakat karena bank syariah

¹ Otoritas Jasa Keuangan, 2019:vi

² Bambang Waluyo, *Implementasi Pembiayaan Mudharabah pada Bank Syariah untuk Merealisasikan Tujuan Ekonomi Islam. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. II, No. 2, 2016, h. 187.

menerapkan prinsip keadilan dan transparansi.³ Berikut data nasabah bank syariah :



Sumber: Snapshot OJK September 2021⁴

Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Nasabah Bank Syariah

Gambar 1.1 Menunjukkan bahwa pertumbuhan jumlah nasabah bank syariah semakin meningkat, dimana jumlah nasabah pada tahun 2021 sebesar 40,46 juta, dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2020 jumlah nasabah hanya mencapai 36,43 juta. Pada tahun 2019 berjumlah 30,28 juta. Lalu pada tahun 2018 sebanyak 29,33 juta. Perkembangan jumlah nasabah yang cukup pesat dalam perbankan syariah berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi yang memberikan kontribusi dalam melakukan transformasi pada aktivitas ekonomi produktif.

Meningkatnya perkembangan industri bank syariah tidak terlepas dari perilaku konsumen. Salah satu faktor pembentuk perilaku konsumen

³ Bustaman Vebtia, *Analisis Preferensi Masyarakat Terhadap Prinsip Bagi Hasil Pada Bank Syariah Di Wilayah Banda Aceh*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA), Vol. 2, No. 1, 207, h. 98-107.

⁴ Snapshot OJK September 2021.

adalah religiusitas. Religiusitas merupakan variabel mendasar yang menentukan perilaku seseorang, karena salah satu institusi sosial yang universal dan memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap, nilai dan perilaku masyarakat.⁵

Religiusitas ditentukan dalam konteks bahwa individu berkomitmen pada agamanya dan yang mana agama tersebut tercermin dalam sikap dan perilaku, sehingga menjadi salah satu bagian dari masyarakat yang paling berpengaruh. Perbankan syariah muncul sebagai industri dengan pertumbuhan tercepat dan telah mendapat pengakuan oleh umat muslim maupun non-muslim. Sebab itulah bank syariah lebih berupaya untuk memposisikan fitur utama mereka sesuai dengan kebutuhan konsumen, yang mengharuskan bank syariah untuk memantau preferensi konsumen sehingga bank syariah dapat merancang strategi promosi yang tepat.⁶

Bank syariah merupakan perusahaan jasa keuangan syariah yang akan terus mensosialisasikan masyarakat tentang produk dan jasa agar bank syariah dapat dikenal secara luas. Informasi perbankan syariah secara tidak langsung merefleksikan pengetahuan dalam masyarakat yang menjadi preferensi keputusan oleh konsumen. Pengetahuan mengacu pada fakta-fakta dan perasaan yang diketahui oleh para konsumen bisa juga didefinisikan sebagai pengetahuan yang didapat oleh pengalaman dan

⁵ Dalia, Hassan, *The Influence of Religiosity on Egyptian Muslim Youths' Attitude Towards Fashion*, Journal of Islamic Marketing, Vol. 6, No.1, 2015. h. 96.

⁶ Hayat, Khuram, *Customers Criteria for Selecting an Islamic Bank: Evidence from Pakistan*, Journal of Islamic Marketing, Vol. 2, No. 1, 2011, h. 15.

pembelajaran. Pengetahuan dibedakan menjadi dua yaitu pengetahuan objektif dan pengetahuan subjektif. Pengetahuan objektif adalah informasi akurat tentang produk tersimpan dalam memori jangka panjang konsumen, sedangkan pengetahuan subjektif adalah persepsi orang mengenai apa dan seberapa tahu mereka mengenai suatu produk berdasarkan interpretasi subjektif mereka.⁷

Selain pengetahuan dan religiusitas ada faktor lain yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan bank syariah yaitu faktor pribadi. Menurut Kotler dan Keller faktor pribadi adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dari konsumen untuk mau membeli atau tidaknya terhadap suatu barang atau jasa.⁸ Adapun sub faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen menurut Phillip Kotler ialah usia, pekerjaan, situasi ekonomi, kepribadian dan gaya hidup.

Penelitian terkait keputusan menjadi nasabah bank syariah telah banyak dilakukan baik di Indonesia maupun di luar negeri, berdasarkan hasil penelusuran penulis terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi diantaranya religiusitas, pengetahuan, dan faktor pribadi. Penelitian yang dilakukan oleh Nurlinda⁹, Endah¹⁰, Nikmah¹¹, Ahmad¹² menyatakan

⁷ Larasati, Ajeng, Sri, Rahayu, Hijrah, *Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Sikap dan Intensi Konsumen Muslim untuk Membeli Produk Kosmetik Halal*, *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 8, No. 2, 2018, h. 105-114.

⁸ Kotler, Keller, *Marketing Management, 15/e with Indian Case Study*, India : Pearson India Education Services Pvt. Ltd. 2017.

⁹ Zuhairysyan Nurlinda, *Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah*, *Al-Amwal*, Vol.10, No.1, 2018, h. 51.

¹⁰ Endah Wulandari, *"Pengaruh Tingkat Religiusitas, Reputasi dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening"*, Skripsi.

¹¹ Ro'aina Nikmah, *"Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Wonocolo Surabaya"*, Skripsi.

bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan memilih bank syariah. Religiusitas menjadi salah satu pertimbangan beberapa orang yang disebabkan oleh kepercayaan mayoritas beragama Islam, sehingga kiranya sangat prospek untuk melakukan atau menggunakan sesuatu berlandaskan syariah. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mirna menunjukkan hasil yang berbeda bahwasannya religiusitas tidak berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan bank syariah.¹³ Dan penelitian yang dilakukan oleh Afifah¹⁴, Suratno¹⁵, Erma¹⁶, Arief¹⁷, Luthfi¹⁸, Fajar¹⁹ menyatakan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan pengetahuan terhadap keputusan menggunakan bank syariah yaitu karena dari tingkat seberapa paham konsumen mengetahui tentang produk barang/jasa yang dia akan beli maka konsumen akan lebih mudah memutuskan untuk membelinya atau tidak. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Raihana & Azhary yang menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap

¹² Faqih Wildan Hakim, *“Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah menggunakan Bank Syariah”*, Skripsi

¹³ Mirna Dilla, *“Pengaruh Religiusitas, Motivasi dan Tingkat Bagi Hasil terhadap keputusan nasabah menggunakan bank syariah di kota Banda Aceh”*, Skripsi.

¹⁴ Afifah. *“Pengaruh Pendapatan Mahasiswa dan Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah”*, 2020.

¹⁵ Suratno. *“Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah FEBI IAIN Purwokerto)”*, 2019.

¹⁶ Erma Yuliani, *Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Melalui Pemeditasi Minat dan Kesadaran*, JUBIS, Vol. 2, No. 2, 2021.

¹⁷ Arief Firdy Firmansyah, *Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah*, Jurnal ekonomi Islam, Vol. 2. No. 3, 2019.

¹⁸ Luthfi Firman Rabbani, *“Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pada Bank Syariah”*, Skripsi.

¹⁹ Fajar Razky Maulana, *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Word Of Mounth terhadap Keputusan Nasabah memilih Bank Syariah*, Global Journal of Islamic Banking and Finance, Vol. 2. No. 2, 2019.

minat masyarakat menggunakan Bank Syariah Aceh Cabang Jeuram.²⁰ Dan penelitian yang dilakukan oleh Atin²¹, Lutfiatul²², Sufitrayati²³, Rizalun²⁴, Rindi²⁵ menyatakan bahwa faktor pribadi terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Faktor pribadi merupakan perpaduan dari sifat, tempramen, kemampuan umum, dan bakat yang dalam perkembangannya dipengaruhi oleh interaksi individu dengan lingkungan. Beberapa pemasar percaya bahwa mempengaruhi jenis-jenis dan merek-merek yang ingin dibeli. Penelitian lain juga dilakukan oleh Dede menunjukkan hasil yang berbeda bahwasannya faktor pribadi tidak berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan bank syariah.²⁶

Bank Syariah Indonesia merupakan hasil merger 3 bank syariah BUMN, yakni PT Bank BRI Syariah, PT Bank Mandiri Syariah dan PT Bank BNI Syariah. Bank ini diresmikan pada tanggal 1 Februari 2021

²⁰ Siti Raihana, Riza Aulia, *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram*, JIHBIZ Glob, Jurnal Bank Islam, Vol. II. No. 2, h. 110–123, 2020.

²¹ Atin Yulaifah. *“Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Ciputat Pengguna Jasa Perbankan Syariah)”*, 2011.

²² Lutfiatul Alfiah, *“Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Nasabah memilih Bank Syariah di kecamatan Ngaliyan”*, Skripsi.

²³ Sufitrayati, *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di kota Banda Aceh, Ihtiyath*, Vol. 2, No. 1, 2018.

²⁴ M Rizalun Nashoha, *Pengaruh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan memilih bank syariah*, di kota Yogyakarta, Jurnal Studi Ekonomi, Vol. X, No. 2, 2019.

²⁵ Rindi Antika, *Pengaruh Faktor budaya, sosial personal dan psikologis mahasiswa IAIN Ponogoro terhadap keputusan menggunakan Perbankan Syariah*, Istkhlaf, Vol, 1, No. 1, 2019.

²⁶ Dede DikDik. *“Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dengan Persepsi Bunga Bank sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus : Masyarakat Kabupaten Pangandaran)”*, 2019.

pukul 13.00 WIB atau bertepatan dengan tanggal 19 Jumadil Akhir 1442 H. Meskipun usianya baru masih genap 1 tahun tapi telah mampu menjadi salah satu Bank Syariah Indonesia terbaik yakni masuk di 5 bank terbaik menurut majalah forbes. Adapun total aset BSI per kuartal 2021 mencapai Rp. 251,05. Data per oktober 2021 jumlah nasabah BSI mencapai lebih dari 16,5 juta dan ada 3,2 user BSI mobile, 1,541 outlet dan 2.589 ATM.²⁷

BSI di Palangka Raya juga hadir dengan 3 Kantor Cabang, yaitu KC Palangka Raya 1 ber alamat di JL. A. Yani No. 59, KC Palangka Raya 2 ber alamat di JL. Ahmad Yani No. 75 dan KC Palangka Raya 3 ber alamat JL. Ahmad Yani No. 56. Saat ini BSI Kantor Cabang 1 Palangka Raya tercatat sebanyak 22.000 nasabah, diantaranya 11.000 nasabah aktif dan 8.000 sisanya nasabah pasif.

Berdasarkan uraian diatas penulis merasa tertarik untuk membahas permasalahan tersebut. Maka penulis ingin melakukan penelitian mengenai perilaku konsumen dengan judul **“PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS DAN FAKTOR PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MENJADI NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA DI KOTA PALANGKA RAYA”**

B. Batasan Masalah

Batasan masalah sangat diperlukan dalam suatu penelitian dengan maksud agar masalah yang akan dipecahkan menjadi jelas ruang

²⁷ [Htpps://www.bankbsi.co.id](https://www.bankbsi.co.id). Diakses 21 April. Pukul 13.00 WIB.

lingkupnya, dalam arti tidak terlalu luas atau terlalu sempit sehingga dapat mengenai sasarannya dan tidak menyimpang.

Pembahasan tentang pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan faktor pribadi terhadap keputusan mahasiswa yang menggunakan Bank Syariah Indonesia di Kota Palangka Raya sangatlah luas. Mengingat luasnya kajian tersebut, dengan pertimbangan segala hal, mulai waktu, tenaga, dan biaya pelaksanaan penelitian, maka peneliti membatasi penelitian ini pada Subjek penelitian : Mahasiswa IAIN Palangka Raya.

C. Rumusan Masalah

Memperhatikan latar belakang di atas, agar pembahasan ini lebih terarah, penulis perlu mengidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah pengetahuan, religiusitas, dan faktor pribadi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan mahasiswa menggunakan Bank Syariah Indonesia di Kota Palangka Raya ?
2. Apakah pengetahuan, religiusitas dan faktor pribadi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan Bank Syariah Indonesia di Kota Palangka Raya ?
3. Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa menggunakan Bank Syariah Indonesia di Kota Palangka Raya ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penulisan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan faktor pribadi secara parsial terhadap keputusan mahasiswa menggunakan Bank Syariah Indonesia di Kota Palangka Raya
2. Untuk mengetahui dan memahami pengaruh pengetahuan, religiusitas dan faktor pribadi secara simultan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan Bank Syariah Indonesia di Kota Palangka Raya.
3. Untuk mengetahui dan memahami variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa menggunakan Bank Syariah Indonesia di Kota Palangka Raya.

E. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka kegunaan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengembangan ilmu pengetahuan tentang kajian Perbankan Syariah sebagai salah satu bagian dari bidang perilaku konsumen islam serta untuk menambah wawasan yang berhubungan dengan pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan faktor pribadi terhadap keputusan mahasiswa menggunakan Bank Syariah Indonesia di Kota Palangka Raya.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

Sebagai wahana potensial untuk mengembangkan wacana dan pemikiran dalam menetapkan teori-teori yang ada dengan

keadaan sebenarnya. Penelitian ini diharapkan dapat memperoleh pengalaman dan menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan penulis tentang pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan faktor pribadi terhadap keputusan mahasiswa menggunakan Bank Syariah Indonesia di Kota Palangka Raya.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai sarana informasi yang dapat digunakan perusahaan (Bank Syariah) untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk menabung pada perusahaan mereka.

c. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi dan tambahan informasi bagi peneliti yang akan datang tentunya yang meneliti dengan tema yang sama ataupun perbaikan pada penelitian dengan menambah variabel dan objek yang digunakan.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu

Keberadaan perbankan syariah sepertinya memiliki tempat tersendiri dan menarik minat sejumlah peneliti untuk meneliti topik seputar perbankan syariah. Hal ini dibuktikan dengan adanya beberapa penelitian terkait bank syariah telah dilakukan oleh peneliti–peneliti sebelumnya.

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan

No	Nama, Judul dan Tahun Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Siti Raihana “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram” (2020)	Dari hasil penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa variabel Pengetahuan memiliki pengaruh negatif terhadap minat. Sedangkan pengaruh positif dimiliki oleh variabel religiusitas, lokasi dan lingkungan sosial.	Sama-sama menggunakan variabel pengetahuan dan religiusitas dalam penelitian.	Pada penelitian ini meneliti tentang variabel lokasi dan lingkungan sosial.
2	Wawan Hari Subagyo, Urwatul Wutsqo “Faktor-faktor yang	Dari hasil penelitian tersebut didapatkan hasil S: Secara simultan	Sama-sama menggunakan variabel pribadi dalam penelitian.	Pada penelitian ini meneliti tentang variabel sosial,

	mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri cabang Cibinong” (2018)	variabel psikologi, pribadi, lokasi, produk, pelayanan, promosi mempunyai angka $> 0,05$ hingga dapat diartikan 6 variabel ini tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih BSM Cibinong. P : Secara parsial hanya variabel budaya yang berpengaruh.		budaya, psikologis, lokasi, penduduk, pelayanan, fasilitas dan promosi.
3	Zuhairsyah Nurlinda “Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah” (2018)	Dari hasil penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa variabel persepsi memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan. Sedangkan pengaruh positif dimiliki oleh variabel religiusitas.	Sama-sama menggunakan variabel religiusitas dalam penelitian.	Pada penelitian ini meneliti tentang variabel persepsi nasabah.
4	Andriano Januar “Keputusan Nasabah	Dari hasil penelitian tersebut didapatkan hasil	Sama-sama menggunakan variabel pengetahuan	Pada penelitian ini mengguna-

	Menabung di Perbankan Syariah (Studi pada Mahasiswa Univesitas Brawijaya Malang)” (2016)	bahwa variabel Karakteristik Bank dan Pengetahuan memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah sebagai tempat menabung. Sedangkan pengaruh positif dimiliki oleh dua variabel lainnya yaitu Pelayanan & Kepercayaan serta Obyek Fisik Bank.	dalam penelitian.	kan variabel karakteristik bank, pelayanan dan kepercayaan, objek fisik bank.
5	Toni Prasetyo Utomo “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Malang)” (2016)	Dari hasil penelitian tersebut di dapatkan hasil variabel pelayanan, pengetahuan, harga/biaya memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Sedangkan variabel	Sama-sama menggunakan variabel pengetahuan dalam penelitian.	Pada penelitian ini meneliti tentang variabel pelayanan, karakteristik bank Syariah, harga/biaya, faktor lokasi dan faktor promosi.

		<p>karakteristik, lokasi dan promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.</p>		
6.	<p>Alfi Mulikhah Lestari “Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang) (2015)</p>	<p>Dari hasil penelitian tersebut didapatkan hasil yang paling mempengaruhi variabel religiusitas adalah kepatuhan agama, produk bank adalah produk yang inovatif, kepercayaan adalah kemudahan bertransaksi, pengetahuan adalah pengetahuan ilmiah dan yang terakhir yaitu pelayanan yang paling kuat dipengaruhi oleh penggunaan fasilitas yang mudah.</p>	<p>Sama-sama menggunakan variabel pengetahuan, religiusitas dalam penelitian.</p>	<p>Pada penelitian ini meneliti tentang variabel produk bank, kepercayaan dan pelayanan.</p>

7.	<p>Anang gadipa Abhimantra, Andisa Rahmi Maulina dan Eka agustiningsih Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah (mahasiswa) dalam memilih menabung pada bank syariah. (2013)</p>	<p>Dari hasil penelitian tersebut didapatkan hasil S : lima variabel secara serempak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih menabung di bank syariah. P: semua variabel memiliki nilai > 0,05 sehingga terdapat pengaruh yang positif terhadap keputusan memilih.</p>	<p>Sama-sama menggunakan variabel pengetahuan dan religiusitas dalam penelitian.</p>	<p>Pada penelitian ini menggunakan variabel produk, reputasi dan pelayanan.</p>
8.	<p>Atin Yulaifah “Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Ciputat Pengguna Jasa Perbankan</p>	<p>Dari hasil penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa variabel Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan.</p>	<p>Sama-sama menggunakan variabel pribadi dalam penelitian.</p>	<p>Pada penelitian ini meneliti tentang variabel budaya, sosial dan psikologi.</p>

	Syariah)” (2011)			
--	---------------------	--	--	--

Sumber : Dibuat Oleh Peneliti, 2022

Penelitian yang dilakukan oleh Raihana tahun 2020 dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram”. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan variabel pengetahuan (X1), religiusitas (X2), lokasi (X3), dan lingkungan sosial (X4). Hasil penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa secara simultan pengetahuan, religiusitas, lokasi dan lingkungan sosial berpengaruh terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram. Secara parsial variabel pengetahuan memiliki pengaruh negatif terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram. Sedangkan pengaruh positif dimiliki oleh tiga variabel religiusitas, lokasi dan lingkungan sosial.

Penelitian yang dilakukan oleh Subagyono dan Wutsqo tahun 2018 dengan penelitian yang berjudul “Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri Cabang Cibinong”. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan variabel sosial (X1), pribadi (X2), budaya (X3), psikologis (X4), lokasi (X5), produk (X6), pelayanan (X7), dan fasilitas (X8). Hasil penelitian ini secara simultan faktor budaya, sosial, pribadi, dan fasilitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih bank BSM sedangkan faktor psikologi, lokasi, produk, pelayanan dan promosi

mempunyai nilai $> 0,05$ hingga dapat diartikan lima variabel ini tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank BSM. Sedangkan, secara parsial dapat diketahui faktor budaya dengan nilai (11,502) yang menyatakan bahwa keputusan nasabah memilih BSM benar-benar hanya antara menjadi nasabah atau nasabah yang memiliki akun lain di bank non syariah karena dipengaruhi budaya yang dimiliki. Untuk setiap daerah dalam pengambilan keputusan nasabah memilih jasa perbankan syariah, dapat disimpulkan bahwa secara umum potensi pengembangan bank syariah di wilayah Indonesia penelitian yang diambil berada pada kategori sedang walaupun secara terpisah terlihat berbeda daerah.

Penelitian yang dilakukan oleh Nurlinda tahun 2018 dengan judul “Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah” Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan variabel penelitian Religiusitas (X1), Persepsi (X2). Dari hasil penelitian tersebut didapatkan hasil secara simultan variabel religiusitas dan persepsi nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah. Sedangkan secara parsial hanya variabel religiusitas yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Januar tahun 2016 dengan judul “Keputusan Nasabah Menabung di Perbankan Syariah (Studi pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)” mengambil sampel sebanyak

200 mahasiswa yang terdiri dari 100 mahasiswa yang memiliki rekening bank syariah dan 100 mahasiswa yang memiliki rekening bank konvensional. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan variabel penelitian Karakteristik Bank (X1), Pelayanan dan Kepercayaan (X2), Pengetahuan (X3), dan Obyek Fisik Bank (X4). Dari hasil penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa variabel Karakteristik Bank dan Pengetahuan memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah sebagai tempat menabung. Sedangkan pengaruh positif dimiliki oleh dua variabel lainnya yaitu Pelayanan & Kepercayaan serta Obyek Fisik Bank.

Penelitian yang dilakukan oleh Utomo tahun 2016 dengan penelitian berjudul “Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Malang)”. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan menggunakan variabel Faktor Pelayanan Bank Syariah (X1), Faktor Pengetahuan Tentang Konsep Bank Syariah (X2), Faktor Karakteristik Bank Syariah (X3), Faktor Harga/Biaya (X4), Faktor Lokasi (X5), Faktor Promosi (X6). Hasil penelitian ini Variabel Pelayanan, pengetahuan, Harga / Biaya memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Sedangkan variabel karakteristik, lokasi dan promosi tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Lestari tahun 2015 dengan penelitian berjudul “Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan variabel penelitian religiusitas (X1), produk bank (X2), kepercayaan (X3), pengetahuan (X4), pelayanan (X5). Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan yang paling mempengaruhi variabel religiusitas adalah kepatuhan agama, produk bank adalah produk yang inovatif, kepercayaan adalah kemudahan bertransaksi, pengetahuan adalah pengetahuan ilmiah dan yang terakhir yaitu pelayanan yang paling kuat dipengaruhi oleh penggunaan fasilitas yang mudah.

Penelitian yang dilakukan oleh Abimantra, Mauliana dan Agustianingsih tahun 2013 dengan penelitian berjudul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah (mahasiswa) dalam memilih menabung pada bank syariah”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan variabel penelitian Pengetahuan (X1), religius (X2), produk (X3), reputasi (X4), pelayanan (X5). Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan secara simultan bahwa 5 (lima) variabel ini dengan serempak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih menabung di bank syariah. Secara parsial, terdapat pengetahuan memiliki nilai signifikan (0,643), religius (0,169), produk (0,065), reputasi (0,309) dan nilai pelayanan sebesar (0,05)

sehingga terdapat pengaruh positif terhadap keputusan mahasiswa memilih menabung di bank syariah.

Penelitian yang dilakukan oleh Yulaifah tahun 2011 dengan judul “Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Ciputat Pengguna Jasa Perbankan Syariah)”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan variabel penelitian Budaya (X1), Sosial (X2), Pribadi (X3), dan Psikologi (X4). Dari hasil penelitian tersebut didapatkan hasil secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah. Sedangkan secara parsial hanya variabel budaya, sosial, pribadi dan psikologi yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.

B. Kajian Teori dan Konsep

1. Kerangka Teori

a. Perbankan Syariah

Bank syariah adalah bank yang dalam aktivitasnya, baik penghimpun dana maupun dalam rangka penyaluran dananya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil. Prinsip utama operasional bank yang berlandaskan prinsip syariah adalah hukum islam yang bersumber dari AlQuran dan Al-Hadits. Kegiatan operasional bank harus memperhatikan perintah dan larangan dalam AlQuran dan Sunnah

Rasulullah SAW. Larangan terutama berkaitan dengan kegiatan bank yang dapat diklasifikasikan sebagai riba.²⁸

Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah.

Bank syariah merupakan lembaga intermediasi dan penyedia jasa keuangan yang bekerja berdasarkan etika dan sistem nilai Islam, khususnya yang bebas dari bunga (riba), bebas dari kegiatan spekulatif yang non produktif seperti perjudian (*maysir*), bebas dari hal-hal yang tidak jelas dan meragukan (*gharar*), bebas dari hal-hal yang rusak atau tidak sah (*bathil*), hanya membiayai kegiatan yang halal. Bank Syariah sering dipersamakan bank tanpa bunga yang merupakan konsep yang lebih sempit dari bank syariah, ketika sejumlah instrumen atau operasinya bebas dari bunga. Bank syariah selain menghindari bunga, secara aktif turut berpartisipasi dalam mencapai sasaran dan tujuan ekonomi islam yang berorientasi pada kesejahteraan sosial.²⁹

Menurut Sudarsono Bank Syariah mempunyai beberapa tujuan sebagai berikut :

²⁸ Susilo, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta : Salemba Empat, 2000, h. 58.

²⁹ Ascarya, Diana Yunita, *Bank Syariah Gambaran Umum*, PPSK BI, 2005. h. 3.

- 1) Menciptakan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalah secara syariah dengan tidak mengandung Maghrib (*maysir, gharar, riba*).
- 2) Untuk menciptakan suatu keadilan di bidang ekonomi dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan yang amat besar antar pemilik modal dengan pihak yang membutuhkan dana.
- 3) Untuk meningkatkan kualitas hidup umat dengan jalan membuka peluang usaha yang lebih besar terutama kelompok miskin, yang diarahkan kepada kegiatan usaha yang produktif menuju terciptanya kemandirian usaha.
- 4) Untuk menanggulangi masalah kemiskinan yang pada umumnya merupakan program utama dari negara-negara yang sedang berkembang.
- 5) Untuk menjaga kestabilan ekonomi dan moneter dengan aktivitas bank syariah akan mampu menghindari pemanasan ekonomi diakibatkan karena adanya inflasi.
- 6) Untuk membuat masyarakat tidak bergantung ke bank konvensional.

Peran Bank Syariah menurut Sudarsono yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*) sebagai berikut:

- 1) Manajer investasi, yaitu dengan mengelola dana nasabah.
- 2) Investor yang melakukan penyaluran dana menggunakan kegiatan investasi dengan prinsip bagi hasil jual beli atau sewa.
- 3) Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran.
- 4) Pelaksanaan kegiatan sosial.³⁰

Prinsip operasional Bank Syariah kegiatan operasional bank syariah harus berlandaskan pada AlQuran dan Hadist. Menurut YUSDANI, bank syariah menganut prinsip-prinsip sebagai berikut:

- 1) Prinsip keadilan yaitu prinsip yang didasarkan pada imbalan dan bagi hasil dimana keuntungan dilakukan sesuai kesepakatan antara nasabah dan bank.
- 2) Prinsip kesederajatan yaitu bank syariah menempatkan posisi nasabah menyimpan dana, pengguna dana. Hal ini menjadi cerminan dalam hak, kewajiban, resiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, dan nasabah pengguna dana.

³⁰ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta : Ekonisia, Cet Ke-2, 2012. h. 45.

- 3) Prinsip ketentraman yaitu produk bank syariah harus sesuai dengan prinsip dan kaidah muamalah Islam, antara lain tidak ada unsur riba serta penerapan zakat harta.³¹

Akad atau perjanjian atau kesepakatan atau transaksi dapat diartikan sebagai komitmen yang terbingkai dengan nilai-nilai syariah. Dalam istilah fiqh, secara umum akad berarti sesuatu yang menjadi tekad seseorang untuk melaksanakan, baik yang muncul dari satu pihak, seperti wakaf, talak, dan sumpah, maupun yang muncul dari kedua belah pihak, seperti jual beli, sewa wakalah, dan gadai. Secara khusus akad berarti keterkaitan antar ijab dan qabul dalam lingkup yang disyariatkan dan berpengaruh terhadap sesuatu.

Secara umum, setiap bank syariah dalam menjalankan usahanya minimal mempunyai prinsip operasional, yaitu sebagai berikut:

- 1) Prinsip simpanan giro, yaitu fasilitas yang diberikan oleh Bank untuk memberikan kesempatan kepada pihak yang kelebihan dana untuk menyimpan dananya dalam bentuk *al-wadiah*, yang diberikan untuk tujuan keamanan dan pemindah bukuan, bukan untuk tujuan

³¹ Yusdani, *Perbankan Syariah Berbasis Floating Market*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol IV, No. 2, 2005, h.5.

investasi guna mendapatkan keuntungan seperti halnya tabungan atau deposito.

- 2) Prinsip bagi hasil, yaitu meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara pemilik dana (*shahibul mal*) dan pengelola dana (*mudharib*). Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara Bank dengan penyimpan dana maupun antara Bank dengan nasabah penerima dana. Prinsip ini dapat digunakan sebagai dasar untuk produksi pendanaan (tabungan dan deposito) maupun pembiayaan.
- 3) Prinsip jual beli dan mark-up, yaitu pembiayaan Bank yang diperhitungkan secara *lump-sum* dalam bentuk nominal di atas nilai kredit yang diterima nasabah penerima kredit dari bank. Biaya Bank tersebut ditetapkan sesuai dengan kesepakatan antara Bank dengan nasabah.
- 4) Prinsip sewa, terdiri dari dua macam, yaitu sewa murni (*operating lease/ijarah*) dan sewa beli (*financial lease/bai" al ta"jir*).
- 5) Prinsip jasa (*fee*), meliputi seluruh kekayaan non-pembiayaan yang diberikan bank seperti kliring, inkaso, transfer, dan sebagainya.³²

³² Amir Machmud, Rukmana, *Bank Syariah*, Jakarta : Erlangga, 2010, h. 27.

Dengan demikian yang menjadi daya tarik Bank Islam dalam mengerahkan dana masyarakat karena Bank Islam tidak memberikan imbalan bunga kepada penyimpan dana, maka daya tarik bank Islam bagi penyandang dana (*shohibul maal*) adalah bank islam dapat memberikan kembalian (*return on investment*) yang memadai. Perbedaan prinsip manajemen antara Bank Islam dengan Bank Konvensional dalam mengharmonisasikan kepentingan penyandang dana, pemegang saham, dan pemakai dana yaitu:

- 1) Pada bank konvensional, kepentingan penyandang dana adalah diperolehnya imbalan berupa bunga simpanan yang tinggi, sedang kepentingan pemegang saham adalah diperolehnya *spread* yang optimal antara suku bunga simpanan dan suku bunga pinjaman (mengoptimalkan *interest difference*). Di lain pihak kepentingan pemakai dana adalah biaya yang lebih murah berupa tingkat bunga yang rendah. Dengan demikian terhadap ketiga kepentingan tersebut sulit di harmonisasikan.
- 2) Pada bank syariah kepentingan penyandang dana pemegang saham, dan pemakai dana dapat diharmonisasikan karena dengan sistem bagi hasil kepentingan ketiga pihak tersebut paralel yaitu

memperoleh imbalan bagi hasil sesuai dengan keadaan yang benar-benar terjadi. Untuk itu manajemen bank akan berusaha mengoptimalkan keuntungan pemakai dana.³³

b. Keputusan

Schiffman dan Kanuk menyatakan bahwa *“A decision is a selection on action from two or more alternative choice”*. Artinya apabila seseorang mengambil keputusan, maka terdapat beberapa alternatif seperti dalam melakukan pembelian atau tidak juga dalam pemilihan suatu proyek”.³⁴

Menurut Kotler dan Keller, “keputusan pembelian adalah konsumen membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai”.³⁵

Menurut Kotler dan Armstrong, *“Consumer buyer behavior refers to the buying behavior of final consumers – individuals and households that buy goods and services for personal consumption”*, pengertian tersebut dapat diartikan bahwa perilaku keputusan pembelian mengacu pada perilaku pembelian akhir dari

³³ Karnaen, Antonio, *Apa dan Bagaimna Bank Islam*. Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf. 1992, h. 7.

³⁴ Schiffman, Kanuk, *Perilaku Konsumen.edisi kedua*, Jakarta . PT .Indeks, 2007, h. 625.

³⁵ Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Edisi Ke-13, Terjemahan Bob Sabran, MM, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009, h. 240.

konsumen, baik individual, maupun rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.³⁶

Berdasarkan definisi tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa keputusan pembelian adalah perilaku konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang mereka sukai.

1) Proses pengambilan keputusan pembelian proses keputusan pembelian, konsumen melalui lima tahap diantaranya :³⁷

a) Pengenalan masalah proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal. Dengan rangsangan internal, salah satu dari kebutuhan normal seseorang (rasa lapar, haus, seks) naik ke tingkat maksimum dan menjadi dorongan atau kebutuhan bisa timbul akibat rangsangan eksternal.

b) Pencarian informasi sumber informasi utama di mana konsumen dibagi menjadi empat kelompok:

(1) Pribadi (keluarga, teman, tetangga, rekan)

(2) Komersial (iklan, situs web, wiraniaga, penyalur, kemasan, tampilan)

(3) Publik (media masa, organisasi pemeringkat konsumen)

³⁶ Kotler, Gary, Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi Ke-13, Jilid 1, Jakarta. Erlangga, 2012, h. 157.

³⁷ Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Edisi Ke-13, Terjemahan Bob Sabran, MM, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009, h. 184-190.

- (4) Eksperimental (penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk)
- c) Evaluasi alternatif beberapa konsep dasar yang akan membantu untuk memahami proses evaluasi. Pertama, konsumen berusaha memuaskan sebuah kebutuhan. Kedua, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen melihat masing-masing produk sebagai sekelompok atribut dengan berbagai kemampuan untuk menghantarkan manfaat yang diperlukan untuk memuaskan kebutuhan ini atribut minat pembeli bervariasi sesuai produk.
- d) Keputusan pembelian dalam tahap evaluasi, konsumen membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling disukai.
- e) Perilaku pasca pembelian setelah pembelian, konsumen mungkin mengalami konflik dikarenakan melihat fitur mengkhawatirkan tertentu atau mendengar hal-hal menyenangkan tentang merek lain dan waspada terhadap informasi yang mendukung keputusannya.

2. Kerangka Konsep

a. Definisi Pengetahuan

Pengetahuan merupakan informasi yang telah diinterpretasikan oleh seseorang dengan menggunakan sejarah, pengalaman dan skema interpretasi yang dimilikinya.³⁸ Adapun menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui; kepandaian. Pengetahuan konsumen merupakan semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut.³⁹ Tahap pengetahuan dimulai ketika konsumen menerima stimulus fisik atau sosial yang memberikan pemaparan dan perhatian pada produk baru dan cara kerjanya. Dalam tahap ini konsumen sadar akan produk bersangkutan, tetapi tidak membuat keputusan apapun sehubungan dengan relevansi produk dengan suatu masalah atau kebutuhan yang dikenali.⁴⁰ Selain itu berkaitanya dengan pengetahuan, di Al-Qur'an dijelaskan tentang pentingnya pengetahuan :

اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا

يَرْفَعُ

³⁸ Nurul Indarti, *Manajemen Pengetahuan : Teori dan Praktik*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press, 2014, h. 14.

³⁹Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011, h.147.

⁴⁰Engel Blackwell, Miniard, *Perilaku Konsumen*, Tangerang: Binarupa Aksara Publisher, 2011, h. 391.

خَيْرٌ

تَعْمَلُونَ

Artinya : “Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.” (QS Al Mujadalah : 11).

1) Kriteria Pengetahuan

Menurut Sumarwan, para ahli psikologi kognitif membagi pengetahuan ke dalam pengetahuan deklaratif (*declarative knowledge*) dan pengetahuan prosedur (*procedural knowledge*). Pengetahuan deklaratif adalah fakta subyektif yang diketahui oleh seseorang. Arti subyektif di sini adalah pengetahuan seseorang tersebut mungkin tidak selalu harus sesuai dengan realita yang sebenarnya. Misalnya, besi adalah bahan baku untuk membuat pagar. Pengetahuan prosedur adalah pengetahuan mengenai bagaimana fakta-fakta tersebut digunakan. Misalnya, pengetahuan bagaimana cara membuat besi menjadi pagar; ini merupakan pembagian pengetahuan secara umum. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan Blackwell dan Miniard 1995.⁴¹

a) Pengetahuan Produk

⁴¹ Engel Blackwell, Miniard, *Consumer Behavior*, 8th d, Orlando: The Dryden Press, 1995, h. 317.

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminologi produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk. Ada tiga jenis pengetahuan produk yaitu pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk, dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen.

b) Pengetahuan Pembelian

Pengetahuan pembelian meliputi berbagai informasi yang diproses oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang di mana membeli produk dan kapan membeli produk.

c) Pengetahuan Pemakaian

Suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut dengan benar.

2) Pengukuran pengetahuan

Menurut Soekidjo seperti yang dikutip oleh Maskur,⁴² menjelaskan bahwa pengukuran pengetahuan dapat dilakukan dengan wawancara atau angket yang menanyakan tentang isi materi yang ingin diukur dari subyek penelitian atau responden. Adapun pengetahuan dibedakan menjadi 3 yaitu:

- a) Pengetahuan Faktual, meliputi aspek-aspek pengetahuan istilah pengetahuan khusus dan elemen-elemennya yang berkenaan dengan pengetahuan tentang peristiwa, lokasi, orang, tanggal, sumber informasi dan sebagainya.
- b) Pengetahuan Konseptual, memuat ide (gagasan) dalam suatu disiplin ilmu yang memungkinkan orang untuk mengklasifikasikan sesuatu objek dan mengelompokkan (mengkategorikan) berbagai objek. Pengetahuan konseptual meliputi prinsip (kaidah), hukum, teorema, atau rumus yang saling berkaitan, pengetahuan klasifikasi dan kategori,

⁴² Maskur Rosyid, Halimatu Saidah, *Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri dan Guru*. Jurnal Islaminomic, Vol. VII, No. 2, 2016, h. 41.

pengetahuan dasar dan umum, pengetahuan teori, model, dan struktur.

- c) Pengetahuan Prosedural adalah pengetahuan tentang bagaimana urutan langkah-langkah dalam melakukan sesuatu tindakan. Pengetahuan prosedural meliputi pengetahuan dari umum ke khusus dan algoritma, pengetahuan metode dan teknik khusus dan pengetahuan kriteria untuk menentukan penggunaan prosedur yang tepat.

b. Religiusitas

1) Pengertian Religiusitas

Kata religi merupakan bahasa serapan dari kata *religion* (Inggris) dan *religie* (Belanda). Kedua kata tersebut memiliki kata induk dari bahasa latin "*religio*" dari asal kata "*relegare*" yang berarti mengikat. Istilah agama ini muncul apa yang dinamakan religiusitas.⁴³ Religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tapi juga ketika melakukan aktifitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural. Bukan hanya yang

⁴³ Nurul Khatimah, *Pengaruh Religius, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik)*, Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen, Vol. V, No. 1, h. 40, 2018.

berkaitan dengan aktivitas yang tampak dan dapat dilihat mata, tapi juga aktivitas yang tak tampak dan terjadi dalam hati seseorang. Sikap religiusitas merupakan integrasi secara kompleks antara pengetahuan agama, perasaan serta tindakan keagamaan dalam diri seseorang.⁴⁴ Menurut Harun Nasution seperti yang dikutip oleh Afiyanti, menyebut religiusitas sebagai internalisasi nilai-nilai ajaran agama yang diyakini tidak mustahil dan tidak bertentangan dengan logika yang kemudian diekspresikan dalam kehidupan sosial kemasyarakatan. Religiusitas mencakup keadaan yang terdapat dalam diri seseorang yang mendorongnya berpikir, bersikap, bertingkah laku dan bertindak sesuai dengan ajaran agamanya.⁴⁵

Agama merumuskan salah satu norma yang sangat berpengaruh di masyarakat. Ajaran-ajaran agama yang menjadi wacana keseharian manusia secara sadar maupun di bawah sadar menjadi dorongan teologis untuk melakukan berbagai aktivitas, termasuk kegiatan ekonomi. Aktifitas beragama tidak terjadi hanya ketika seseorang melakukan perilaku ibadah saja. Akan tetapi diapresiasi ke dalam kehidupan sosial

⁴⁴ Wahyudin, *Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi Tentang Labelisasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Kemasan)*, JEBA, Vol. 13, No. 1, h. 1-2, 2011.

⁴⁵ Fifi Afiyanti, *Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung di Bank Syariah*. *Jurnal Masharif alSyariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. IV, No. 2, h. 57, 2019.

kemasyarakatan, termasuk praktek perbankan sebagai bagian dari muamalah ekonomi. Religiusitas ditentukan dalam konteks bahwa individu berkomitmen pada agamanya dan yang mana agama tersebut tercermin dalam sikap dan perilaku individu.⁴⁶

Agama Islam berpandangan bahwa menetapkan bunga adalah riba yang berlipat ganda sebagaimana yang dibahas dalam Al-quran banyak membahas tentang riba, firman Allah Swt.

الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً

يَا أَيُّهَا

اللَّهُ لَعَلَّكُمْ تَفْلِحُونَ

وَاتَّقُوا

Artinya : “Agama Islam berpandangan bahwa menetapkan bunga adalah riba yang berlipat ganda sebagaimana yang dibahas dalam Al-quran banyak membahas tentang riba, firman Allah Swt”. (QS. Ali-Imron : 130).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ

إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ

إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

⁴⁶ Rahman, Asrarhaghighi, Rahman, *Consumers and Halal Cosmetic Products: Knowledge, Religiosity, Attitude and Intention*, Journal of Islamic Marketing, Vol. VI. No. 1, 2016.

Artinya: *“Hai orang-orang beriman! Janganlah kalian saling memakan (mengambil) harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan sukarela diantara kalian.”* (An-Nisa : 29)

Religiusitas pada dasarnya merupakan perbuatan seseorang yang berhubungan dengan masyarakat luas dalam rangka mengembangkan kreativitas pengabdian (ibadah) kepada Allah semata. Dari pengertian dan dimensi religiusitas di atas, maka sesungguhnya religiusitas bisa digambarkan adanya konsistensi antara kepercayaan terhadap agama sebagai unsur kognitif, perasaan agama sebagai unsur efektif dan perilaku terhadap agama sebagai unsur psikomotorik. Jadi Religiusitas merupakan integrasi secara kompleks antara pengetahuan agama, perasaan serta tindakan keagamaan dalam diri seseorang.⁴⁷

2) Dimensi Religiusitas

Menurut Glock dan Stark terdapat lima dimensi religiusitas, yaitu:⁴⁸

a) Dimensi keyakinan/ ideologi

Dimensi ini menunjuk pada seberapa tingkat keyakinan umat muslim terhadap kebenaran ajaran

⁴⁷ Nurlinda, *Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah*, Al-Amwal, Vol.10, No.1, h. 51, 2018.

⁴⁸ Glock, Charles, *Religion and Society in Tension*, USA: Rand MSNally & Company, 1965.

agama, terutama yang bersifat fundamental dan dogmatik. Dimensi ini berkaitan rukun iman yang berisi enam kepercayaan, yaitu percaya dengan keberadaan dan ke-Esaan Allah SWT, percaya terhadap malaikat, percaya terhadap Rasul-Nya, percaya terhadap Kitab -Nya, percaya akan adanya hari kiamat, dan percaya kepada qadha serta qadhar dari Allah SWT. Konsep tauhid atau pengakuan akan keEsaan Allah SWT menjadi dasar dari dimensi ini.

رَبُّ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَمَا بَيْنَهُمَا فَاعْبُدْهُ وَاصْطَبِرْ

لِعِبَادَتِهِ ۚ هَلْ تَعْلَمُ لَهُ سَمِيًّا

Artinya : “(Dialah) Tuhan (yang menguasai) langit dan bumi dan segala yang ada di antara keduanya, maka sembahlah Dia dan berteguhhatilah dalam beribadah kepada-Nya. Apakah engkau mengetahui ada sesuatu yang sama dengan-Nya?”. (Q.S Maryam : 65)

Ayat ini menunjukkan betapa besarnya kekuasaan Allah dengan segala yang amat seksama atas alam raya.

b) Dimensi Praktik Agama

Dimensi ini berkaitan dengan komitmen dan ketaatan umat terhadap suatu ajaran agama yang

dianutnya, yang diwujudkan dalam ritual atau peribadatan. Dimensi ini dibagi menjadi dua, yaitu:

(1) Ritual

Ritual merupakan kegiatan keagamaan formal dan praktikpraktik suci yang dilakukan umat beragama. Dalam Islam, bentuk ritual yang dimaksud antara lain: shalat, puasa, zakat, pergi haji bagi yang mampu, membaca dan mengamalkan al-Quran, berkurban dan lainnya.

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya : *“Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan agar mereka beribadah kepada-Ku”*. (QS. Adz-Zariyat : 56)

Ayat ini menjelaskan bahwa semua makhluk Allah, termasuk jin dan manusia diciptakan Allah SWT agar mereka mau taat serta menyembah kepada Allah SWT.

(2) Ketaatan

Ketaatan merupakan sebuah refleksi dari keimanan seseorang. Ketika seseorang telah mengamalkan nilai-nilai agama dengan taat, maka ibadah merupakan hal yang harus dilakukan semaksimal mungkin.

c) Dimensi Pengalaman

Dimensi ini berkaitan dengan seberapa besar tingkat seseorang dalam merasakan pengalaman religinya. Dimensi ini terwujud dalam perasaan bersyukur kepada Allah dan percaya kepada Allah akan mengabulkan doa-doa kita.

فِيمَا أَنْتَكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ
وَابْتَغِ
مِنَ الدُّنْيَا كَمَا وَآخِسِينَ أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ
نَصِيحَتَكَ
الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
وَلَا تَبْغِ
الْمُفْسِدِينَ

Artinya : “Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan”. (QS. Qhashash : 77).

Ayat diatas menjelaskan bahwa hidup duniawi dan ukhrawi merupakan satu kesatuan.

d) Dimensi Pengetahuan Agama

Dimensi ini menunjuk pada tingkat pengetahuan dan pemahaman individu pada ajaran-ajaran agamanya, terutama ajaran-ajaran pokok yang termuat dalam kitab suci. Pemahaman agama dapat dicapai melalui aktivitas rasional empiris maupun tekstual normatif. Pengetahuan agama dapat diperoleh dari membaca buku-buku agama, mendatangi majlis ta‘lim atau pengajian, mendengarkan acara keagamaan di radio, melihat tayangan keagamaan di TV dan sebagainya.

إِقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ
خَلَقَ مِنَ الْإِنْسَانِ عَلَقٍ
إِقْرَأْ الْآكْرَمُونَ رَبُّكَ
الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ
عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ

Artinya : *“Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu yang menciptakan. Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah, dan Tuhanmulah yang Maha pemurah, yang mengajar (manusia) dengan perantara kalam. Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya”*. (QS. Al-Alaq : 1-5).

e) Dimensi Konsekuensi/Penerapan Agama

Dimensi ini menunjuk pada seberapa besar perilaku umat muslim yang dipengaruhi oleh ajaran-ajaran agama. Dimensi ini tercermin dalam perilaku seseorang

yang bertaqwa (menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya), yang meliputi: perilaku suka menolong, bersedekah, berlaku adil pada orang lain, jujur, tidak melakukan korupsi, tidak minum minuman keras dan tidak berjudi.

ا مِنَ الطَّيِّبَاتِ صَالِحًا وَعَمَلُوا إِنِّي بِمَا
يَأْتِيهَا كُؤَالرُّسُلُ

تَعْمَلُونَ ۗ عَلِيمٌ

Artinya : Allah berfirman, “Wahai para rasul! Makanlah dari (makanan) yang baik-baik, dan kerjakanlah kebajikan. Sungguh, Aku Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”. (QS. Al-Mu'minin : 51).

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah SWT menjanjikan kepada orang-orang beriman pertolongan dan kemenangan menghadapi musuh-musuh mereka.

3) Kriteria Religiusitas

Agama mewarnai setiap aspek kehidupan masyarakat, sehingga produsen atau perusahaan harus memperhatikan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen. Berbeda dengan dimensi lainnya, agama cenderung stabil dan statis. Hal ini dikarenakan Islam mengajarkan bahwa selama keinginan mereka diintegrasikan dengan prinsip-prinsip moral seperti

kedermawanan, berbagi, memberi kepada orang miskin, keadilan, jujur, memenuhi komitmen, dan mencari kebajikan.⁴⁹

Menurut Wahib, terdapat empat kriteria orang yang mampu menerapkan aspek religiusitas yaitu:⁵⁰

a) Kemampuan Melakukan Diferensiasi

Artinya kemampuan individu dalam membedakan antara sikap yang baik dan buruk, sehingga mampu berperilaku secara obyektif, kritis dan berfikir secara terbuka.

b) Berkarakter Dinamis

Apabila individu telah berkarakter dinamis, maka individu tersebut mampu mengontrol dan mengarahkan motif-motif dan aktivitasnya. Aktivitas tersebut dilakukan demi kepentingan agama itu sendiri.

c) Integral

Keberagaman yang matang akan mampu mengintegrasikan atau menyatukan sisi religiusitasnya dengan segenap aspek kehidupan termasuk sosial ekonomi.

d) Sikap Berimbang antara Dunia dan Akhirat

Sikap religiusitas dalam hal perilaku konsumtif berdasarkan kepada akhlak seseorang sehingga diharapkan

⁴⁹ Dalia, Hassan, *The Influence of Religiosity on Egyptian Muslim Youths' Attitude Towards Fashion*. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. VI, No.1, h. 96, 2015.

⁵⁰ Wahib, *Psikologi Agama Pengantar Memahami Perilaku Agama*, Semarang: Karya Abadi Jaya, h. 112, 2015.

akan mampu menempatkan diri antara batas kecukupan dan batas kelebihan.

c. Faktor Pribadi

Keputusan membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi : usia dan tahap dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta nilai dan gaya hidup pembeli. Karena banyak karakteristik ini memiliki dampak sangat langsung pada perilaku konsumen penting bagi pemasar untuk mengikuti mereka secara dekat.

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya. Kepribadian konsumen sangat ditentukan oleh faktor internal dirinya (motif, IQ, emosi, cara berpikir, persepsi) dan faktor eksternal dirinya (lingkungan fisik, keluarga, masyarakat, sekolah, lingkungan alam). Kepribadian konsumen akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan dalam membeli.⁵¹

Keputusan membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur, daur hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup serta kepribadian konsep diri pembeli.⁵²

⁵¹ Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen Sumber daya Manusia Perusahaan*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya, h. 46, 2005.

⁵² Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta, 2007, h. 222-225.

- 1) Usia dan Tahap Siklus Hidup orang merubah barang dan jasa yang mereka beli selama masa hidupnya. Selera akan makanan, pakaian, perabotan berhubungan dengan umur, selalu berbeda dalam rentang usia. Membeli juga dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaannya. Pemasok sering kali menentukan sasaran pasar dalam bentuk tahap daur hidup dan mengembangkan produk yang sesuai serta rencana pemasaran untuk setiap tahap. Tahap-tahap daur hidup keluarga meliputi pasangan yang tidak menikah, pasangan yang menikah dikemudian hari, pasangan tanpa anak , orang tua tunggal dll.
- 2) Pekerjaan, pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Pekerja kasar cenderung membeli lebih banyak pakaian untuk bekerja, sedangkan pekerja kantor lebih banyak membeli jas dan dasi. Pemasar berusaha mengenali kelompok pekerjaan yang mempunyai minat di atas rata-rata akan produk dan jasa mereka.
- 3) Situasi Ekonomi, Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang: penghasilan yang dapat dibelanjakan (level, kestabilan, dan pola waktunya), tabungan dan aktiva termasuk presentasi aktiva yang lancar/ liquid, utang, kemampuan untuk meminjam, dan sikap

terhadap kegiatan berbelanja atau menabung. Para pemasar barang yang peka terhadap harga terus- menerus memperhatikan kecenderungan penghasilan pribadi, tabungan, dan tingkat suku bunga. Jika indikator ekonomi menandakan adanya resesi, para pemasar dapat mengambil langkah- langkah untuk merancang ulang, melakukan penempatan ulang, menetapkan kembali harga produk mereka sehingga mereka dapat terus- menawarkan nilai kepada para pelanggan sasaran.

4) Kepribadian dan Konsep Diri

Masing-masing diri memiliki karakteristik kepribadian yang berbeda yang mempengaruhi perilaku pembeliannya. Yang dimaksud kepribadian adalah ciri bawaan psikologis manusia (human psychological traits) yang khas yang menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Kepribadian dapat menjadi variabel yang sangat berguna dalam menganalisis pilihan merek konsumen. Gagasannya adalah bahwa merek juga mempunyai kepribadian, bahwa konsumen mungkin memilih merek yang kepribadiannya cocok dengan kepribadian dirinya.

Para konsumen sering memilih dan menggunakan merek yang memiliki kepribadian merek yang konsisten dengan konsep diri aktual mereka sendiri walaupun percecokan mungkin didasarkan pada konsep diri ideal (memandang dirinya ingin seperti apa) atau bahkan konsep diri orang lain (memandang dirinya ingin seperti apa) dan bukannya citra diri aktual.

5) Gaya Hidup dan Nilai

Orang-orang yang berasal dari sub-budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat dan opininya.

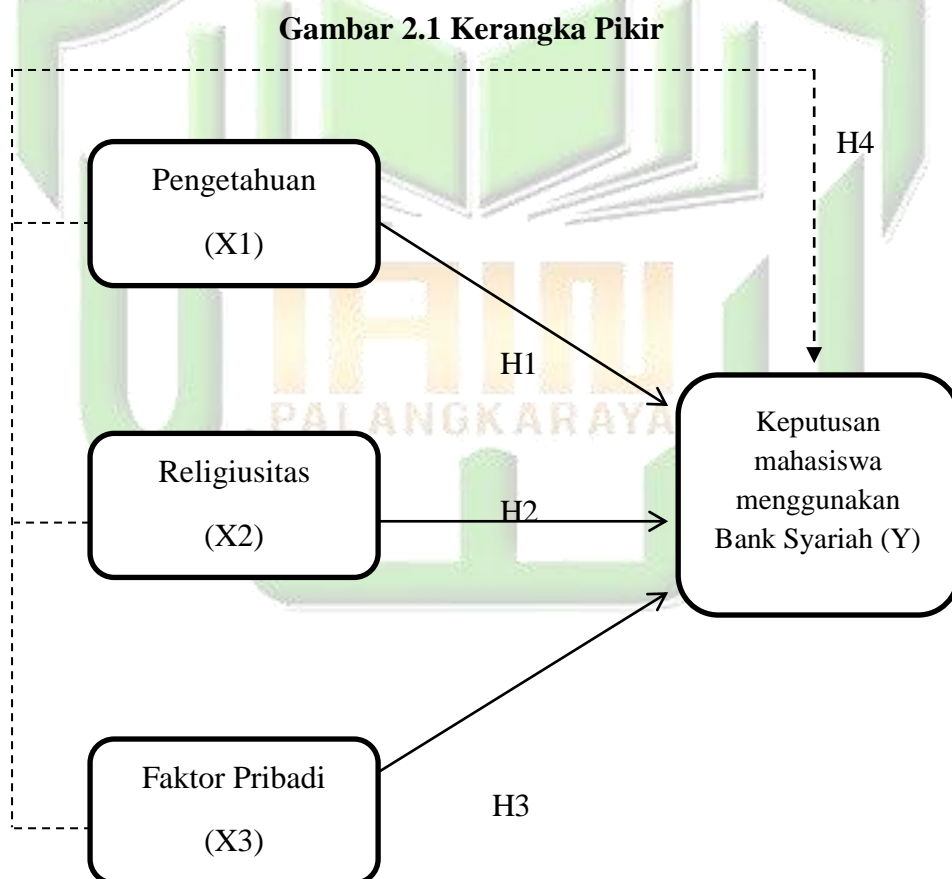
Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya. Para pemasar mencari hubungan antara produk mereka dan kelompok gaya hidup.

Keputusan konsumen juga dipengaruhi oleh nilai inti yaitu sistem kepercayaan yang melandasi sikap dan perilaku konsumen. Nilai inti itu jauh lebih dalam daripada perilaku atau sikap, dan pada dasarnya menentukan pilihan dan keinginan orang dalam jangka panjang. Pemasar juga menargetkan konsumen berdasarkan pada keyakinan nilai

mereka dengan menarik bagi *inner selves* mereka- perilaku pembelian mereka.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini difokuskan pada pengaruh faktor pengetahuan produk, religiusitas, dan faktor pribadi terhadap keputusan mahasiswa menggunakan bank syariah. Maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, dapat digambarkan sebagai berikut :



Keterangan :

—————> = Secara parsial

-----> = Secara simultan

X1 = Pengetahuan

X2 = Religiusitas

X3 = Faktor Pribadi

Y = Keputusan mahasiswa menggunakan bank syariah indonesia di kota palangka raya

H1 = Pengaruh pengetahuan mahasiswa terhadap keputusan menggunakan bank syariah indonesia di kota palangka raya

H2 = Pengaruh religiusitas mahasiswa terhadap keputusan menggunakan bank syariah indonesia di kota palangka raya

H3 = Pengaruh faktor pribadi mahasiswa terhadap keputusan menggunakan bank syariah indonesia di kota palangka raya

H4 = Pengaruh pengetahuan, religiusitas dan faktor pribadi terhadap keputusan mahasiswa menggunakan bank syariah indonesia di kota palangka raya

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban atas dugaan sementara yang harus diuji kebenarannya dengan penelitian ilmiah. Sudjana menyatakan bahwa hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu yang sering dituntut untuk melakukan pengecekan.

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.⁵³

Berdasarkan kerangka berfikir, maka dalam penelitian ini dapat dibuat hipotesisnya sebagai berikut :

1. Ho.1 : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara pengetahuan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan bank syariah indonesia di kota palangka raya.

Ha.1 : Terdapat pengaruh signifikan antara pengetahuan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan bank syariah indonesia di kota palangka raya.

2. Ho.2 : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara religiusitas terhadap keputusan mahasiswa menggunakan bank syariah indonesia di kota palangka raya.

Ha.2 : Terdapat pengaruh signifikan antara religiusitas terhadap keputusan mahasiswa menggunakan bank syariah indonesia di kota palangka raya.

3. Ho.3 : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara faktor pribadi terhadap keputusan mahasiswa menggunakan bank syariah indonesia di kota palangka raya.

Ha.3 : Terdapat pengaruh signifikan antara faktor pribadi terhadap keputusan mahasiswa menggunakan bank syariah indonesia di kota palangka raya.

⁵³ Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana, 2006, h. 75.

4. Ho.4 : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara pengetahuan, religiusitas dan faktor pribadi terhadap keputusan mahasiswa menggunakan bank syariah indonesia di kota palangka raya.

Ha.4 : Terdapat pengaruh signifikan antara pengetahuan, religiusitas dan faktor pribadi terhadap keputusan mahasiswa menggunakan bank syariah indonesia di kota palangka raya.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Penelitian kuantitatif menekankan pada variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.⁵⁴

Pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan faktor pribadi terhadap keputusan mahasiswa menggunakan bank syariah Indonesia di kota Palangka Raya.

2. Jenis Penelitian

Adapun metode yang peneliti gunakan adalah metode survei. Penelitian survei merupakan suatu penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur/sistematis yang sama kepada banyak orang, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah, dan dianalisis. Pertanyaan terstruktur/sistematis tersebut dikenal dengan istilah kuesioner.⁵⁵

Penelitian survei, umumnya dibatasi pada penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atas populasi untuk mewakili seluruh

⁵⁴ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung : Alfabeta, 2006, h. 11.

⁵⁵ Bambang Prasetyo, Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*, Cet ke-12, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012, h. 143.

populasi. Ini berbeda dengan sensus yang informasi dikumpulkan dari seluruh populasi.⁵⁶

B. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah penjelasan dari masing-masing variabel terhadap indikator-indikator yang membentuknya, adapun penelitian ini menggunakan jenis variabel bebas dan variabel terikat.

Variabel merupakan suatu istilah yang berasal dari kata bahasa Inggris *variable* yang berarti faktor tak tetap dan berubah-ubah. Jadi, variabel yaitu suatu fenomena (yang berubah-ubah) dengan demikian maka biasa jadi tidak ada satu peristiwa di alam ini yang tidak dapat disebut variabel, tinggal tergantung bagaimana kualitas variabelnya, yaitu bagaimana bentuk variasi fenomena tersebut.⁵⁷ Adapun penelitian ini menggunakan jenis variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel Independen

Variabel independen atau bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat.⁵⁸ Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah pengetahuan (X1), religiusitas (X2), dan faktor pribadi (X3).

⁵⁶ Masri Singarimbun, Sofian Efendi (ed.), *Metode Penelitian Survei*, Cet ke-2, Jakarta: LP3ES, 1995, h. 3.

⁵⁷ Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana Putra Grafika, 2011, h. 69.

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2016, h. 39.

- a. Variabel Pengetahuan (X1) merupakan faktor penentu utama dari perilaku konsumen. Apa yang konsumen beli, di mana mereka membeli, dan kapan mereka membeli akan bergantung pada pengetahuan yang relevan dengan keputusan. Pengetahuan di bagi menjadi tiga yaitu, pengetahuan produk, pembelian dan pemakaian. Untuk mengukur variabel pengetahuan menggunakan instrumen yang telah dikembangkan oleh Blackwell dan Miniard 1995⁵⁹
- b. Variabel Religiusitas (X2) merupakan keseluruhan dari fungsi jiwa individu mencakup keyakinan, perasaan, dan perilaku yang diarahkan secara sadar dan sungguh-sungguh pada ajaran agamanya dengan mengerjakan lima dimensi keagamaan yang didalamnya mencakup tata cara ibadah wajib maupun sunat. Terdapat lima dimensi religiusitas yaitu, dimensi keyakinan/ideologi, praktik agama, pengalaman, pengetahuan agama, dan konsekuensi/penerapan agama. Untuk mengukur variabel religiusitas menggunakan instrumen yang telah dikembangkan oleh Glock, Charles Y., Rodney Stark 1965.⁶⁰
- c. Variabel Faktor Pribadi (X3) merupakan karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan

⁵⁹ Engel Blackwell, Miniard, *Consumer Behavior*, 8th d, Orlando: The Dryden Press, 1995, h. 317.

⁶⁰ Glock, Charles, *Religion and Society in Tension*, USA: Rand MSNally & Company, 1965.

bertahan lama terhadap lingkungan. Faktor pribadi dipengaruhi oleh usia dan tahap hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Untuk mengukur variabel faktor pribadi menggunakan instrumen yang telah dikembangkan oleh Kotler, dan Keller 2007.⁶¹

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas.⁶² Yang menjadi variabel dependen pada penelitian ini yaitu keputusan. Keputusan pembelian adalah konsumen membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai”. Proses pengambilan keputusan pembelian melalui lima tahap yaitu, pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan memilih dan perilaku pasca pembelian. Untuk mengukur variabel keputusan menggunakan instrumen yang telah dikembangkan oleh Kotler, dan Keller.⁶³

Pada dasarnya penentuan variabel penelitian merupakan operasional konstrak supaya dapat diukur. Dalam penelitian ini operasional variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel.

⁶¹ Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta, 2007, h. 222-225.

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2016, h. 39.

⁶³ Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Edisi Ke-13, Terjemahan Bob Sabran, MM, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2009, h. 184-190.

Tabel 3.1
Kisi-kisi Pertanyaan yang digunakan dalam Angket

Variabel	Dimensi/ Kriteria	Indikator	Referensi
Pengetahuan (X₁)	Pengetahuan tentang produk	1. Mengetahui tentang produk bank syariah indonesia 2. Mengetahui tentang fitur produk bank syariah	Engel Blackwell dan Miniard, 1995.
	Pengetahuan pembelian	1. Mengetahui prosedur untuk memiliki rekening bank syariah indonesia	
	Pengetahuan pemakaian	1. Mengetahui manfaat dalam menggunakan produk bank syariah indonesia 2. Mengetahui kriteria untuk menentukan menggunakan produk bank syariah indonesia	
Religiusitas (X₂)	Keyakinan/ Ideologi	1. Keyakinan kepada Allah 2. Keyakinan pada kitab Allah	Glock, Charles Y., Rodney Stark, 1965.
	Praktik Agama	3. Melaksanakan ibadah seperti sholat, zakat,	

		puasa	
	Pengalaman	4. Merasa hidup bahagia	
	Pengetahuan Agama	5. Mengetahui hukum riba dan memahami kaidah-kaidah perbankan syariah/ekonomi syariah	
	Konsekuensi/Penerapan agama	6. Suka menolong sesama, menegakkan keadilan dan kebenaran, serta berlaku jujur	
Faktor Pribadi (X₃)	Usia dan tahap dalam siklus hidup	1. Selera 2. Kebutuhan materil	Kotler, dan Keller, 2007.
	Pekerjaan	1. Penghasilan	
	Situasi ekonomi	1. Konsumsi	
	Kepribadian dan konsep diri	1. Kepercayaan Diri 2. Dominasi 3. Kehormatan	
	Gaya hidup	1. Aktivitas 2. Minat 3. Opini	
Keputusan menggunakan	Pengenalan kebutuhan	1. Mengetahui 2. kebutuhan produk	Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2009.

Bank Syariah Indonesia (Y)	Pencarian informasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pencarian informasi dari sumber pribadi 2. Pencarian informasi dari sumber komersial 3. Pencarian informasi dari sumber non komersial atau umum
	Evaluasi alternatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari solusi atau alternatif atas kebutuhan
	Keputusan memilih	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengambil keputusan memilih bank syariah
	Perilaku pasca pembelian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat puas 2. Tidak puas

C. Waktu Penelitian

Penelitian ini di laksanakan dalam rentang waktu terhitung dalam kurun waktu Juni-Juli tahun 2022, 1 bulan pengumpulan data dan 1 bulan pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung.

D. Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di IAIN Palangka Raya. Lokasi dipilih karena memiliki semua aspek yang mendukung penelitian ini. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2022.

E. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi.⁶⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menempuh pendidikan di Institusi berbasis Islam di Palangka Raya. Dari Institusi yang ada, dipilih satu yang mana mahasiswa dari Institusi tersebut akan dijadikan populasi dalam penelitian ini yaitu Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya kurang lebih sebanyak 6.320 mahasiswa.⁶⁵

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi, hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi merupakan sampel.⁶⁶

Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Pengambilan sampel bertujuan (*purposive sampling*) mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dapat berdasarkan pertimbangan (*judgement*) tertentu atau jatah (*quota*) tertentu.⁶⁷ Kriteria dalam pengambilan sampel ini adalah mahasiswa yang berkuliah di IAIN Palangka Raya

⁶⁴ Suharsimi Arinkunto, *Prosedur Penelitian : suatu pendekatan praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1992, h.108.

⁶⁵ <https://pddikti.kemendikbud.go.id>. Diakses 12 Maret. Pukul 16.00 WIB.

⁶⁶ Sudaryono, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017, h.167.

⁶⁷ Hartono, Jogiyanto, *Metode Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*, Yogyakarta: BPFE, 2013.

dan memiliki rekening bank syariah Indonesia. Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus slovin : ⁶⁸

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

1 = Konstanta

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e^2 = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat di toleri yakni 10% dengan tingkat kepercayaan 90%

Jadi hasil sampel yang diperoleh menggunakan rumus slovin yaitu :

$$n = \frac{6.320}{1+6.320 (0,1)^2} = \frac{6.320}{1+ 63,2} = \frac{6.320}{64,2} = 98 \text{ Responden}$$

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Umumnya cara mengumpulkan data dapat menggunakan teknik Dalam penulisan ini teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (Angket) adalah teknik

⁶⁸ Riduwan, *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, Bandung: PT Alfabet, 2010, h. 71.

pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis pada responden untuk dijawabnya.⁶⁹

Dalam penelitian ini penulis melakukan kuisisioner pada mahasiswa tentang pengetahuan, religiusitas dan faktor pribadi terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah dalam memilih bank syariah indonesia di kota palangka raya. Alternatif jawaban untuk setiap pertanyaan dalam lembaran kuisisioner, peneliti menggunakan skala Likert. Metode ini menggunakan skala yang bergerak dari 1-5 untuk setiap alternatif jawaban mempunyai nilai atau skor masing-masing yaitu sebagai berikut :

Tabel 3.2
Skor Alternatif Jawaban

Alternatif Jawaban	Skor Pertanyaan
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Hal ini digunakan sebagai patokan untuk menyusun instrument yang berupa pertanyaan yang nantinya dijawab oleh responden. Teknik ini sangat efektif digunakan dan lebih baik jika pertanyaan-pertanyaan terarah dengan baik dan efektif. Teknik ini berbentuk pengisian kuisisioner. Teknik ini merupakan bentuk alat pengumpulan data dalam bentuk pertanyaan-

⁶⁹ Sugiyono, *Metodelogi Penelitian Pendidikan*, Bandung : Alfabeta, 2010, h. 199.

pertanyaan. Diharapkan dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada setiap responden, peneliti dapat menghimpun data yang relevan sesuai dengan tujuan penelitian.

G. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas yaitu kemampuan dari indikator-indikator untuk mengukur tingkat keakuratan sebuah konsep. Maksudnya apakah konsep yang telah dibangun tersebut sudah valid atau belum. Dikatakan valid jika nilai korelasi diatas 0,50.⁷⁰ Uji validasi digunakan untuk valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Jadi, uji validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuisisioner yang sudah betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur.⁷¹

Uji validitas yang digunakan uji faktor atau R kritis, syarat yang digunakan adalah *pearson correlation* lebih besar dari r kritis 0,3, jika kurang dari 0,3 maka poin instrumen r *correlation*nya dianggap gugur atau tidak dipakai.⁷² Peneliti menghitung dengan bantuan program IBM SPSS Versi 22.

Sedangkan untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria statistik sebagai berikut :

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi, Dilengkapi Dengan Metode, R & D*, Edisi Revisi Cet Ke-17, Bandung: Alfabeta, 2009, h. 101.

⁷¹ Imam Gozali, *Aplikasi Analisis Multiverval Dengan Program Spss*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006, h. 49-50.

⁷² Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung : Alfabeta, 2010, h. 153.

- a. Jika r hitung $>$ r tabel dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.
- b. Jika r hitung $<$ r tabel, maka variabel tersebut tidak valid.
- c. Jika r hitung $>$ r tabel tetapi bertanda negatif, maka H_0 akan tetap ditolak dan H_a diterima.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah apakah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (*reliabel*). Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrumen dapat memberi hasil. Pengukuran angka konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang-ulang terhadap gejala yang sama dengan alat pengukuran yang sama. Uji reliabilitas ini hanya dilakukan pada data yang valid. Untuk menguji reliabilitas digunakan teknik *cronbach alfa* $>$ 0,60.⁷³ Metode Cronbach Alpha mempunyai nilai yang harus dicapai atau nilai yang dikatakan reliabel yaitu:

Tabel 3.3
Tingkat Keandalan Cronbach Alpha

Nilai Cronbach's Alpha	Tingkat Keandalan
0,0 – 0,20	Kurang Andal
$>$ 0,20 – 0,40	Agak Andal

⁷³ Edwin Mustafa, Hardius Usman, *Proses Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2007, h. 116.

>0,40 - 0,60	Cukup Andal
>0,60 – 0,80	Andal
>0,80 – 1.00	Sangat Andal

Sumber Data : Johannes

H. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data-data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini diolah dalam beberapa tahapan, seperti yang di kemukakan Marzuki:

1. *Editing*, yaitu memeriksa ulang terhadap kemungkinan adanya kesalahan-kesalahan tentang data yang telah diperoleh sehingga data yang diperoleh menjadi data yang valid dan akurat serta dapat dipertanggung jawabkan.
2. *Coding*, yaitu memberikan kode-kode tertentu untuk mempermudah pengolahan data, dalam hal ini kode yang diberikan berupa angka yang berlaku sebagai skala pengukuran yang selanjutnya disebut skor.
3. *Tabulating*, yaitu pengelompokan jawaban atau data dalam bentuk table.
4. *Analizing*, yaitu kegiatan membuat analisa sebagaimana dasar dari penarikan kesimpulan.⁷⁴

⁷⁴ Marzuki, *Metodologi Riset*, Yogyakarta:BPFE UII, 2002, h.79-82.

I. Uji Prasarat Analisis

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residu yang diteliti berdistribusi normal atau tidak.⁷⁵ Jika distribusi sampel adalah normal maka bisa dikatakan sampel yang diambil mewakili populasi. Dalam penelitian ini pengujian normalitas menggunakan pendekatan *One Simple Kolmogorof Smirnow*. Adapun kriteria pengujian yaitu data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila signifikan atau nilai probabilitas $\geq 0,05$.⁷⁶ Jika nilai signifikan dari pengujian *One Simple Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05 berarti data normal, jika tidak maka data tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (*independent*). Jika variabel bebas (*independent*) saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas (*independent*) yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas (*independent*) sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

⁷⁵ Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta: Rajawali Press, 2010, h. 190.

⁷⁶ Imam gunawan, *Pengantar Statistika Inferensial*, 2016, h. 92-93.

- a. Nilai R^2 yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel bebas (*independent*) banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat (*dependent*).
- b. Menganalisis matriks korelasi variabel-variabel bebas (*independent*). Jika antar variabel bebas (*independent*) ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya di atas 0.90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolonieritas.
- c. Multikolonieritas dapat juga dilihat dari nilai tolerance dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas (*independent*) manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas (*independent*) lainnya. Untuk menemukan terdapat atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF).

Nilai *Tolerance* mengukur variabilitas dari variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* rendah sama dengan nilai VIF tinggi, dikarenakan $VIF = 1/\text{tolerance}$, dan menunjukkan terdapat kolinearitas yang tinggi. Nilai *cut off* yang digunakan adalah untuk nilai tolerance 0,10 atau nilai VIF diatas angka 10.⁷⁷

⁷⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2016, h. 103.

3. Uji Heterokedasitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas. Macam-macam uji heteroskedastisitas adalah dengan uji koefisien Spearman's rho.

Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi rank Spearman yaitu korelasi antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas. Namun apabila signifikansi hasil korelasi lebih besar dari 0,05 maka persamaan regresi tersebut tidak mengandung heteroskedastisitas.⁷⁸

J. Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan *variable dependen*/terikat dengan satu atau lebih *variable independen*/bebas, dengan tujuan untuk mengistemasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata populasi atau nilai rata-rata *variable dependen* berdasarkan nilai *variable independen*

⁷⁸ *Ibid*, h.134.

yang diketahui. Regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variable independen. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variable dependen dengan suatu persamaan. Koefisien regresi dihitung dengan dua tujuan sekaligus : pertama, meminimkan penyimpangan antara nilai *actual*, kedua nilai estimasi variable dependen berdasarkan data yang ada.⁷⁹ Dengan demikian model analisis dapat dinyatakan sebagai berikut:

Analisis data terhadap data yang diperoleh dari pengamatan yang berbentuk angka yang dapat diukur dan diperoleh dari daftar pertanyaan.

$$\text{Rumus : } Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

a = Konstanta

$b_{1,2,3}$ = Koefisien Regresi

Y = Keputusan

X1 = Pengetahuan

X2 = Religiusitas

X3 = Faktor Pribadi

e = error

⁷⁹ *Ibid*, h. 93.

2. Uji t (Parsial)

Uji t (parsial) pada dasarnya digunakan untuk menguji seberapa jauh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji t digunakan untuk menguji apakah setiap variabel independen secara parsial atau masing-masing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen pada tingkat signifikansi 0,05 (5%) dengan menganggap variabel bebas bersifat konstan. Uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung terhadap t tabel. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.⁸⁰

3. Uji F (Simultan)

Uji statistic F pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Uji F ini akan diuji dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Menerima dan menolak

⁸⁰ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Prohram IBM SPSS 20*, Cet. Ke-IV, Semarang: UNDIP, 2012, h. 98.

hipotesis juga dapat dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikansi dengan nilai alpha. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya.

4. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.⁸¹

K. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah susunan yang teratur dan terperinci dari pembahasan yang ada dalam suatu karya ilmiah. Adapun dalam penelitian skripsi ini terdiri dari lima bab yang disusun secara sistematis sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

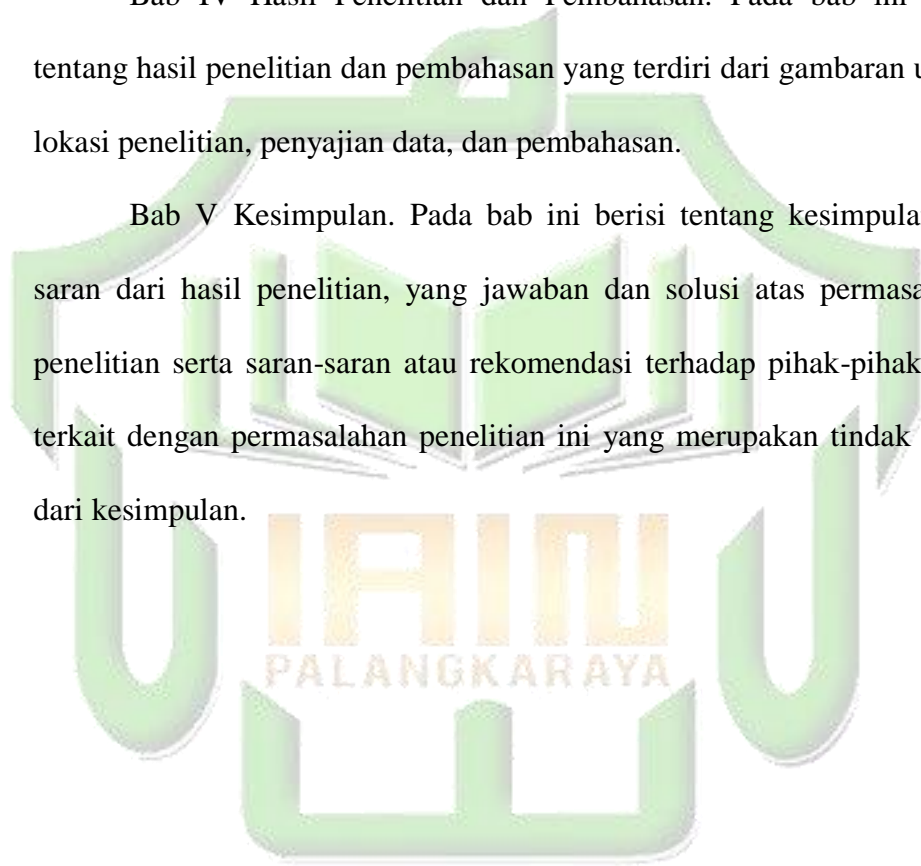
Bab II Kajian Teori. Pada bab ini berisi Penelitian terdahulu, kerangka teori, kerangka konsep, kerangka pikir, dan hipotesis penelitian.

⁸¹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2016, h. 95.

Bab III Metode Penelitian. Pada bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, definisi operasional, waktu penelitian, tempat penelitian, populasi penelitian, sampel penelitian, teknik pengumpulan data, uji instrumen penelitian, teknik pengolahan data, uji prasyarat analisis, dan teknik analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan. Pada bab ini berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari gambaran umum lokasi penelitian, penyajian data, dan pembahasan.

Bab V Kesimpulan. Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian, yang jawaban dan solusi atas permasalahan penelitian serta saran-saran atau rekomendasi terhadap pihak-pihak yang terkait dengan permasalahan penelitian ini yang merupakan tindak lanjut dari kesimpulan.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kota Palangka Raya merupakan ibu kota provinsi Kalimantan Tengah yang terletak pada $113^{\circ}30'$ – $114^{\circ}04'$ Bujur Timur dan $1^{\circ}30'$ – $2^{\circ}30'$ Lintang Selatan. Luas wilayah Kota Palangka Raya secara keseluruhan adalah 284.250 Ha atau 2.842,5 km². Kota Palangka Raya terdiri atas 5 kecamatan yaitu Pahandut, Jekan Raya, Bukit Batu, Sabangau, dan Rakumpit dan memiliki 30 kelurahan. Terdapat beberapa universitas/Institusi yang berada di kota Palangka Raya yaitu salah satunya IAIN Palangka Raya yang dijadikan sebagai objek penelitian oleh peneliti. Berikut penjelasan IAIN Palangka Raya :

Sejarah awal IAIN Palangka Raya dimulai dari sebuah lembaga bernama Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya yang diresmikan Rektor IAIN Antasari Banjarmasin, H. Mastur Jahri, MA pada tahun 1972. Fakultas ini didirikan sebagai upaya memenuhi kebutuhan tenaga guru Agama Islam di Kalimantan Tengah. Pada tanggal 13 November 1975 Fakultas ini memperoleh status terdaftar berdasarkan surat keputusan Dirjen Binbaga Islam Depag RI Nomor: Kep/D.V218/1975. Pada periode 1975-1980, Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya belum mengalami kemajuan yang berarti. Ketika itu jumlah mahasiswa yang mampu menyelesaikan studi hanya 6 orang pada jenjang sarjana muda.

Kemudian pada tahun 1985, Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya bergabung dalam Badan Kerja Sama Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta (BKS-PTAIS) se Indonesia. Berdasarkan surat BKSPTAIS dengan Nomor: 008/104/0/BKS-PTAIS/1985 tertanggal 19 Januari 1985 Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya secara resmi diterima menjadi anggota Kopertis IV Surabaya.⁸²

Selanjutnya, berdasarkan Surat Keputusan Presiden RI Nomor 9 tahun 1988 dan Keputusan Menteri Agama RI tertanggal 9 Juli 1988, Fakultas Tarbiyah Al-Jami'ah Palangka Raya menjadi Fakultas Tarbiyah Negeri yang merupakan bagian dari Fakultas Tarbiyah IAIN Antasari Banjarmasin. Kemudian untuk lebih mengembangkan lembaga pendidikan Islam ini, berdasarkan Keputusan Presiden RI Nomor 11 tahun 1997 serta Keputusan Menteri Agama RI Nomor 301 tahun 1997, Fakultas Tarbiyah IAIN Antasari Palangka Raya berubah status menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Perubahan status tersebut memberikan peluang lembaga untuk menerapkan manajemen sendiri, mengembangkan kelembagaan, jurusan dan program studi sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan zaman.

Perubahan STAIN menjadi IAIN Palangka Raya ditandai dengan penandatanganan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 144 Tahun 2014 tentang Perubahan Status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya menjadi Institut Agama Islam Negeri

⁸² <https://www.iain-palangkaraya.ac.id/data/profil-kampus/profil/> Diakses pada tanggal 30 Juni 2022. Pukul 12.50 WIB.

Palangka Raya oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (2004-2014) pada Jum'at, 17 Oktober 2014 atau 3 hari sebelum peralihan kekuasaan, 20 Oktober 2014 kepada Presiden baru terpilih, Joko Widodo. IAIN Palangka Raya berada di ibukota provinsi Kalimantan Tengah meliputi 15.356.495 Ha atau satu setengah kali (1,5X) lipat luas Pulau Jawa. Provinsi ini juga menawarkan potensi ekonomi besar terpendam. Berada tepat di perlintasan darat seluruh provinsi di pulau Kalimantan, Provinsi ini terdiri atas 13 kabupaten dan 1 kota. Provinsi Kalimantan Tengah merupakan daerah yang memiliki kemajemukan agama, suku dan kekhasan budaya yang unik. Penduduk yang bersuku Dayak mendominasi sebesar 50, 43% dari keseluruhan jumlah penduduk Kalimantan Tengah. Selain suku Dayak, ada suku-suku lain seperti Banjar, Jawa dan Melayu. Mayoritas penduduk Kalimantan Tengah beragama Islam (74,42%), kemudian Kristen (16,03%), Katolik (16,03%), Hindu (1,59%), dan Budha (0,11%). Walaupun terdapat berbagai agama dan suku bangsa, masing-masing bisa berdampingan secara damai dan hidup secara damai. Dalam kehidupan masyarakat lokal ada falsafah hidup "Huma Betang" atau "Rumah Panjang" yang menggambarkan toleransi kehidupan sesama antar umat beragama.

Mengingat mayoritas penduduk Kalimantan Tengah adalah Muslim, maka IAIN Palangka Raya mempunyai peranan penting sebagai pusat kajian keislaman, pencetak sarjana Muslim, pemelihara nilai-nilai keislaman, dan pembawa cahaya pesan-pesan Islam bagi alumni yang

nantinya tidak hanya menduduki posisi formal pemerintahan tetapi juga di posisi non formal seperti bidang pendidikan, politik, wirausaha, dakwah dan sebagainya. Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya memiliki lahan seluas 573.678 m² yang terdiri dari bangunan seluas 8.258 m² dan tanah yang belum memiliki bahan bangunan seluas 565.412 m². Lokasi Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya cukup strategis karena berdampingan dengan Islamic Centre yang merupakan pusat pengembangan, penyiaran Islam dan wisata religius di Kalimantan Tengah. Sebagai sebuah perguruan tinggi Islam, IAIN Palangka Raya terus berusaha mengembangkan diri dari sisi kualitas sumber daya manusia, sarana prasarana dan menjalin kerjasama dalam skala regional, nasional maupun internasional.⁸³

1. Visi

Menjadi perguruan Tinggi yang Unggul, Berkarakter Islami Terpercaya di kawasan Asia pada Tahun 2039.

2. Misi

- a. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang unggul dalam berbagai disiplin ilmu-ilmu keislaman yang terintegrasi dengan kebangsaan, berbasis karakter dan kearifan lokal serta berwawasan global;
- b. Mengembangkan riset ilmu-ilmu keislaman yang relevan dengan kebutuhan masyarakat, berdampak kepada pengembangan Islam

⁸³ <https://www.iain-palangkaraya.ac.id/data/profil-kampus/profil/> Diakses pada tanggal 30 Juni 2022. Pukul 12.50 WIB.

Moderat, kearifan lokal dan kelestarian lingkungan; kepentingan akademisi dan sosial kemasyarakatan;

- c. Mengembangkan pola pengabdian masyarakat yang relevan dengan kebutuhan masyarakat, bernuansa Islam Moderat dan kelestarian lingkungan;
- d. Memperluas jaringan kerja sama yang saling menguntungkan dengan lembaga regional, nasional, dan internasional.
- e. Menyelenggarakan manajemen modern dalam memberikan kepuasan kepada sivitas akademika dan stakeholder.⁸⁴

B. Penyajian Data

1. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 98 mahasiswa IAIN Palangka Raya di kota Palangka Raya, maka dapat diambil beberapa gambaran tentang karakteristik responden yang diteliti meliputi jenis kelamin, biaya hidup perbulan dan kapan menggunakan BSI. Adapun karakteristik responden tersebut sebagai berikut:

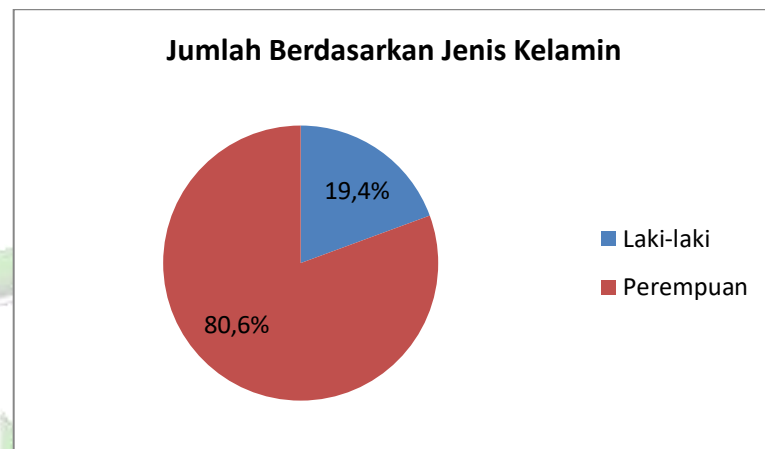
⁸⁴ <https://www.iain-palangkaraya.ac.id/site/#services> Diakses pada tanggal 30 Juni 2022. Pukul 14.00 WIB.

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Keragaman responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada gambar 4.1 berikut ini:

Gambar 4.1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

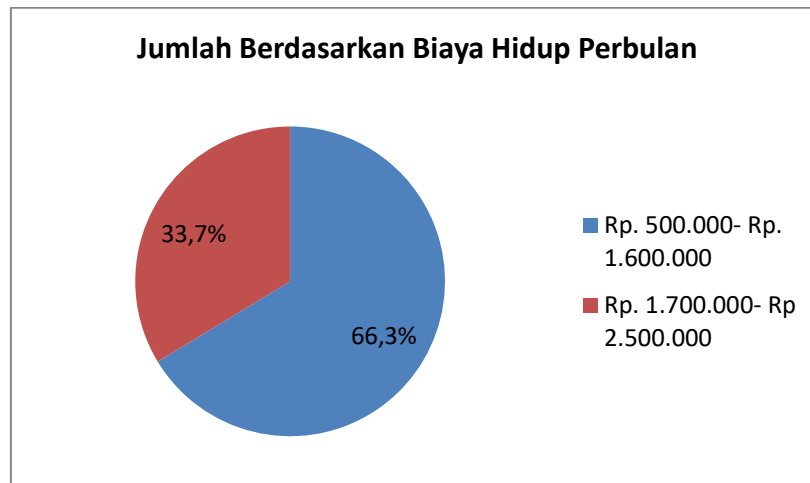


Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2022

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada gambar 4.1 tersebut, terlihat bahwa responden laki-laki sebanyak 19 orang dengan presentase sebesar 19,4% dan responden perempuan yaitu sebanyak 79 orang dengan presentasi sebesar 80,6%. Sebagian besar responden yang ada adalah responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebesar 80,6%.

b. Berdasarkan Biaya Hidup Perbulan

Keragaman responden berdasarkan biaya hidup perbulan dapat ditunjukkan pada gambar 4.2 berikut ini:

Gambar 4.2**Responden Berdasarkan Biaya Hidup Perbulan**

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2022

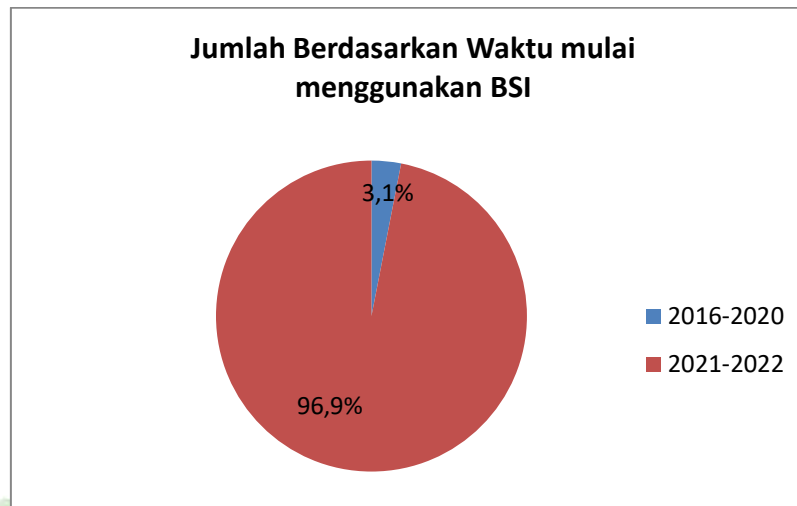
Berdasarkan karakteristik biaya hidup perbulan responden pada gambar 4.2 tersebut, menunjukkan bahwa responden dengan biaya hidup Rp.500.000-Rp.1.600.000 sebanyak 55 orang dengan presentase sebesar 66,3%, responden dengan biaya hidup Rp.1.700.000-Rp.2.500.000 sebanyak 33 orang dengan presentase sebesar 33,7%. Berdasarkan karakteristik biaya hidup perbulan responden sebagian besar responden biaya Rp.500.000- Rp.1.600.000 yaitu sebesar 66,3%.

c. Berdasarkan Waktu Mulai Menggunakan BSI

Keragaman responden berdasarkan waktu penggunaan BSI dapat ditunjukkan pada gambar 4.3 berikut ini:

Gambar 4.3

Responden Berdasarkan Waktu Mulai Menggunakan BSI



Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2022

Berdasarkan karakteristik waktu mulai menggunakan BSI responden pada gambar 4.3 tersebut, menunjukkan bahwa responden dengan waktu penggunaan BSI pada tahun 2016-2020 sebanyak 3 orang dengan presentase sebesar 3,1%, responden dengan waktu penggunaan BSI tahun 2021-2022 sebanyak 95 orang dengan presentase sebesar 96,9%. Berdasarkan karakteristik waktu penggunaan BSI sebagian besar responden pada tahun 2021-2022 yaitu sebesar 96,9%.

d. Hasil Tanggapan Responden

1) Variabel Pengetahuan (X1)

Dalam penelitian ini variabel pengetahuan terdapat 7 pertanyaan yang diajukan kepada responden. Hasil kuesioner responden terhadap variabel pengetahuan (X1) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1**Distribusi Jawaban Responden Dalam Variabel Pengetahuan (%)**

No	SS		S		RG		TS		STS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	3	3,1	77	78,6	18	18,4	0	0	0	0	98	100
2	18	18,4	59	60,2	21	21,4	0	0	0	0	98	100
3	3	3,1	51	52,0	43	43,9	1	1,0	0	0	98	100
4	51	52,0	35	35,7	12	12,2	0	0	0	0	98	100
5	46	46,9	41	41,8	11	11,2	0	0	0	0	98	100
6	5	5,1	65	66,3	27	27,6	1	1,0	0	0	98	100
7	57	58,2	41	41,8	0	10	0	0	0	0	98	100

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2022

Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap butir pertanyaan tentang variabel pengetahuan (item 1) dengan pertanyaan “Saya mengetahui produk-produk yang ada pada BSI” menunjukkan bahwa sebagian besar dari 98 responden yakni sebanyak 77 mahasiswa atau 78,6% menyatakan setuju. Jawaban sangat setuju terbanyak terdapat pada pertanyaan (item 7) yakni 57 mahasiswa atau 58,2%. Jawaban ragu-ragu terbanyak terdapat pada pertanyaan (item 3) yakni 43 mahasiswa atau 43,9%. Jawaban tidak setuju terendah terdapat pada (item 3 dan 6) yakni 1 mahasiswa atau 1,0%.

2) Variabel Religiusitas (X2)

Dalam penelitian ini variabel religiusitas terdapat 9 pertanyaan yang diajukan kepada responden. Hasil kuesioner responden terhadap variabel religiusitas (X2) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Distribusi Jawaban Responden Dalam Variabel Religiusitas (%)

No	SS		S		RG		TS		STS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	87	88,8	11	11,2	0	0	0	0	0	0	98	100
2	80	81,6	18	18,4	0	0	0	0	0	0	98	100
3	44	44,9	54	55,1	0	0	0	0	0	0	98	100
4	30	30,6	65	66,3	3	3,1	0	0	0	0	98	100
5	46	46,9	50	51,0	2	2,0	0	0	0	0	98	100
6	14	14,3	63	64,4	19	19,4	1	1,0	1	1,0	98	100
7	63	64,3	28	28,6	7	7,1	0	0	0	0	98	100
8	47	48,0	51	52,0	0	0	0	0	0	0	98	100
9	60	61,2	35	35,7	3	3,1	0	0	0	0	98	100

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2022

Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap butir pertanyaan tentang variabel religiusitas (item 1) dengan pertanyaan “Saya percaya tidak ada tuhan selain Allah dan Muhammad Nabi terakhir Allah” menunjukkan bahwa sebagian besar dari 98

responden yakni sebanyak 87 mahasiswa atau 88,8% menyatakan sangat setuju. Jawaban setuju terbanyak terdapat pada pertanyaan (item 6) yakni 65 mahasiswa atau 66,3%. Jawaban ragu-ragu terbanyak terdapat pada pertanyaan (item 6) yakni 19 mahasiswa atau 19,4%. Jawaban tidak setuju terendah terdapat pada (item 6) yakni 1 mahasiswa atau 1,0%. Jawaban sangat tidak setuju terendah terdapat pada (item 6) yakni 1 mahasiswa atau 1,0%.

3) Variabel Faktor Pribadi (X3)

Dalam penelitian ini variabel faktor pribadi terdapat 10 pertanyaan yang diajukan kepada responden. Hasil kuesioner responden terhadap variabel faktor pribadi (X3) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3

Distribusi Jawaban Responden Dalam Variabel Faktor Pribadi (%)

No	SS		S		RG		TS		STS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	11	11,2	60	61,2	27	27,6	0	0	0	0	98	100
2	12	12,2	32	32,7	47	48,0	7	7,1	0	0	98	100
3	5	5,1	83	84,7	6	6,1	4	4,1	0	0	98	100
4	68	69,4	29	29,6	1	1,0	0	0	0	0	98	100
5	9	9,2	34	34,7	24	24,5	31	31,6	0	0	98	100
6	9	9,2	53	54,1	11	11,2	25	25,5	0	0	98	100

7	4	4,1	17	17,3	25	25,5	50	51,0	2	2,0	98	100
8	6	6,1	67	68,4	13	13,3	12	12,2	0	0	98	100
9	27	27,6	70	71,4	1	1,0	0	0	0	0	98	100
10	5	5,1	22	22,4	17	17,3	54	55,1	0	0	98	100

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2022

Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap butir pertanyaan tentang variabel faktor pribadi (item 3) dengan pertanyaan “Saya memilih BSI karena sesuai dengan biaya hidup perbulan” menunjukkan bahwa sebagian besar dari 98 responden yakni sebanyak 83 mahasiswa atau 84,7 menyatakan setuju. Jawaban sangat setuju terbanyak terdapat pada pertanyaan (item 4) yakni 68 mahasiswa atau 69,4%. Jawaban tidak setuju terbanyak terdapat pada pertanyaan (item 7) yakni 50 mahasiswa atau 51,0%. Jawaban ragu-ragu terbanyak terdapat pada (item 2) yakni 47 mahasiswa atau 48,0%. Jawaban sangat tidak setuju terendah terdapat pada (item 7) yakni 2 mahasiswa atau 2,0%.

4) Variabel Keputusan menjadi Nasabah BSI (Y)

Dalam penelitian ini variabel keputusan menjadi nasabah BSI terdapat 10 pernyataan yang diajukan kepada responden. Hasil kuesioner responden terhadap variabel keputusan menjadi nasabah BSI (Y) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4**Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan menjadi nasabah BSI (%)**

No	SS		S		RG		TS		STS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	22	22,4	44	44,9	30	30,6	2	2,0	0	0	98	100
2	24	24,5	70	71,4	3	3,1	1	1,0	0	0	98	100
3	9	9,2	62	63,3	1	1,0	26	26,5	0	0	98	100
4	0	0	22	22,4	2	2,0	73	74,5	1	1,0	98	100
5	3	3,1	52	53,1	0	0	42	42,9	1	1,0	98	100
6	6	6,1	79	80,6	12	12,2	1	1,0	0	0	98	100
7	3	3,1	74	75,5	21	21,4	0	0	0	0	98	100
8	26	26,5	69	70,4	3	3,1	0	0	0	0	98	100
9	25	25,5	69	70,4	4	4,1	0	0	0	0	98	100
10	25	25,5	70	71,4	3	3,1	0	0	0	0	98	100

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2022

Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap butir pertanyaan tentang variabel keputusan menjadi nasabah BSI (item 6) dengan pertanyaan “BSI memberikan solusi atau alternatif atas kebutuhan saya” menunjukkan bahwa sebagian besar dari 98 responden yakni sebanyak 79 mahasiswa atau 80,6% menyatakan setuju. Jawaban tidak setuju terbanyak terdapat pada pertanyaan (item 4) yakni 73 mahasiswa atau 74,5%. Jawaban ragu-ragu terbanyak terdapat pada pertanyaan (item 1) yakni 30 mahasiswa

atau 30,6%. Jawaban sangat setuju terbanyak terdapat pada (item 8) yakni 26 mahasiswa atau 26,5%. Jawaban sangat tidak setuju terendah terdapat pada (item 4 dan 5) yakni 1 mahasiswa atau 1,0%.

2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk melihat sejauh mana keakuratan instrumen penelitian melalui kuesioner. Nilai r hitung untuk pengujian ini didapatkan melalui hasil pengolahan data melalui SPSS (terlampir). Sedangkan nilai r -tabel untuk $n=98$ dan taraf kesalahan 5 % (0,05) adalah sebesar 0,1986 didapatkan dari $df = (N-2) = 98-2$ ($df = 96$). Berdasarkan hasil dari uji validitas, maka disimpulkan dalam tabel berikut ini:

Pengambilan keputusan pada uji validitas:

- 1) Bila nilai r -hitung $>$ r -tabel, maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
- 2) Bila nilai r -hitung $<$ r -tabel, maka item pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas X dan Y

Variabel	Item	r -hitung	r -tabel	Keterangan
Pengetahuan	X1.1	0,340	0,1986	Valid
	X1.2	0,619	0,1986	Valid

	X1.3	0,580	0,1986	Valid
	X1.4	0,733	0,1986	Valid
	X1.5	0,783	0,1986	Valid
	X1.6	0,365	0,1986	Valid
	X1.7	0,510	0,1986	Valid
Religiusitas	X2.1	0,526	0,1986	Valid
	X2.2	0,658	0,1986	Valid
	X2.3	0,623	0,1986	Valid
	X2.4	0,757	0,1986	Valid
	X2.5	0,708	0,1986	Valid
	X2.6	0,505	0,1986	Valid
	X2.7	0,659	0,1986	Valid
	X2.8	0,582	0,1986	Valid
	X2.9	0,670	0,1986	Valid
Faktor Pribadi	X3.1	0,648	0,1986	Valid
	X3.2	0,762	0,1986	Valid
	X3.3	0,321	0,1986	Valid
	X3.4	0,063	0,1986	Valid
	X3.5	0,757	0,1986	Valid
	X3.6	0,567	0,1986	Valid
	X3.7	0,756	0,1986	Valid
	X3.8	0,573	0,1986	Valid

	X3.9	0,295	0,1986	Valid
	X3.10	0,651	0,1986	Valid
Keputusan menjadi nasabah BSI	Y.1	0,765	0,1986	Valid
	Y.2	0,721	0,1986	Valid
	Y.3	0,340	0,1986	Valid
	Y.4	0,742	0,1986	Valid
	Y.5	0,324	0,1986	Valid
	Y.6	0,468	0,1986	Valid
	Y.7	0,383	0,1986	Valid
	Y.8	0,403	0,1986	Valid
	Y.9	0,410	0,1986	Valid
	Y.10	0,412	0,1986	Valid

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2022

Dari hasil data tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai variabel pengetahuan, religiusitas, faktor pribadi dan keputusan menjadi nasabah BSI dengan pertanyaan sebanyak 36 butir pertanyaan yang diajukan bahwa r-hitung lebih besar dari r-tabel (0,1986), maka hal tersebut dapat dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dari suatu variabel dalam pertanyaan. Variabel dapat dikatakan reliabel atau terpercaya apabila jawaban responden stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai

cronbatch alpha > 0,60. Adapun hasilnya dapat dilihat dari tabel 4.6 di bawah ini :

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Cronbatch's Alpha	Keterangan
Pengetahuan (X1)	0,660	Reliabel
Religiusitas (X2)	0,802	Reliabel
Faktor Pribadi (X2)	0,765	Reliabel
Keputusan menjadi nasabah BSI (Y)	0,611	Reliabel

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel diatas hasil uji reliabilitas masing-masing variabel berdasarkan perhitungan melalui program SPSS 22 maka diperoleh nilai koefisien realibilitas pada variabel X1 sebesar 0,660, X2 sebesar 0,802, X3 sebesar 0,765 dari 0,60, dan variabel Y memperoleh nilai koefisien 0,611 dari > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pertanyaan tersebut reliabel.

Tabel 4.7
Reliabilitas Variabel X dan Y

Cronbach's Alpha	N of Items
,823	36

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2022

Uji reliabilitas pada variabel X dan Y (Pengetahuan Religiusitas, Faktor Pribadi dan Keputusan menjadi nasabah BSI) diketahui sebesar 0,823. Dan hal ini menunjukkan bahwa variabel X dan Y dikatakan “sangat andal” menurut tingkat keandalan pada *cronbach alpha*.

3. Uji Prasyarat Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas disini bertujuan untuk memastikan bahwa tidak adanya pada skor variabel yang dianalisis antara sampel dan populasi, dan untuk mengetahui bahwa data yang diolah berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan teknik *one sample kolmogorov smirnov* dan grafik histogram. Kriteria data dinyatakan berdistribusi normal yaitu pada taraf signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05 dan sebaliknya jika signifikansi lebih kecil dari 5% atau 0,05 data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.8

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

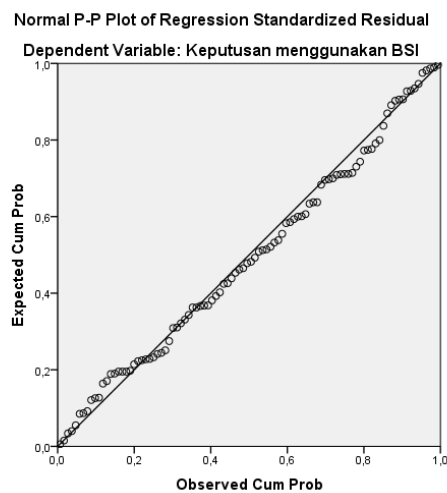
Taraf sig. Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	Nilai Signifikasi
0,05	0,200

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki distribusi data normal.

Gambar 4.4

Uji Normalitas P-Plot



Berdasarkan gambar 4.4 di atas, terlihat bahwa penyebaran titik data (titik) menyebar disekitar garis dan mengikuti arah garis diagonal yang berarti bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik. Model regresi yang baik mencatatkan tidak adanya multikolinieritas atau tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan

melihat nilai VIF atau *Variance Inflation Factor* dan besarnya *tolerance*. Apabila besarnya *Variance Inflation Factor* (VIF) ≤ 10 maka data tersebut terbebas dari multikolinearitas dan apabila besarnya *tolerance* $\geq 0,10$ maka terbebas dari multikolinearitas dengan pengujian sebagai berikut:

Tabel 4. 9

Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pengetahuan (X1)	0,881	1,136	Non Multikolinearitas
Religiusitas (X2)	0,855	1,169	Non Multikolinearitas
Faktor Pribadi (X3)	0,922	1,085	Non Multikolinearitas

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2022

Berdasarkan pengujian tabel 4.9 di atas, terlihat bahwa nilai *tolerance* pengetahuan sebesar 0,881, religiusitas sebesar 0,855, dan faktor pribadi sebesar 0,922. Selain itu nilai VIF untuk pengetahuan sebesar 1,136, religiusitas sebesar 1,169 dan faktor pribadi sebesar 1,085. Maka dapat dinyatakan model regresi tidak terdapat multikolinieritas antara variabel independen sehingga dapat dilakukan dalam penelitian.. Maka dapat dinyatakan model regresi tidak terdapat multikolinieritas antara variabel independen sehingga dapat dilakukan penelitian.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat tabel koefisien pada nilai signifikan lebih dari 0,05 berikut ini:

Tabel 4.10

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
X1	0,79	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
X2	0,871	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
X3	0,093	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, ketiga variabel independen (pengetahuan, religiusitas dan faktor pribadi) diperoleh hasil nilai sig. > 0,05. Maka dikatakan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dan hasil uji penelitian dapat dilanjutkan.

4. Analisis Data

a. Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda bertujuan menghitung besarnya pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel

terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas. Berikut tabel regresi linear berganda:

Tabel 4.11

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel Independen	Koefisien B
(Contant)	24,092
X1	-0,404
X2	0,250
X3	0,415

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, maka dapat dibuat suatu persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 24,092 - 0,404 X_1 + 0,250 X_2 + 0,415 X_3 + e$$

Keterangan:

X1 : Pengetahuan

β_1 : Koefisien arah regresi variabel X1

X2 : Religiusitas

β_2 : Koefisien arah regresi variabel X2

X3 : Faktor Pribadi

β_3 : Koefisien arah regresi variabel X3

Y : Keputusan menjadi nasabah BSI

e : Residual Error dari masing-masing variabel

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta persamaan linear menunjukkan angka 24,092, hal ini berarti apabila nilai variabel bebas yaitu pengetahuan, religiusitas dan faktor pribadi mempunyai nilai nol, maka variabel keputusan menjadi nasabah BSI akan tetap sebesar 24,092. Karena nilai konstanta menunjukkan nilai 24,092.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan (X1) sebesar - 0,404 yang menunjukkan bahwa apabila variabel pengetahuan (X1) meningkat sebesar satu satuan maka keputusan menjadi nasabah BSI akan menurun sebesar 0,404. Dan sebaliknya jika pengetahuan menurun, maka keputusan menjadi nasabah BSI meningkat.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel religiusitas (X2) sebesar 0,250 menunjukkan bahwa apabila variabel religiusitas (X2) meningkat sebesar satu satuan maka keputusan menjadi nasabah BSI akan meningkat sebesar 0,250. Dan sebaliknya jika religiusitas menurun, maka keputusan menjadi nasabah BSI menurun.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel faktor pribadi (X3) sebesar 0,415 menunjukkan bahwa apabila variabel faktor pribadi (X3) meningkat sebesar satu satuan maka keputusan menjadi nasabah BSI akan meningkat sebesar 0,415. Dan sebaliknya

jika faktor pribadi menurun, maka keputusan menjadi nasabah BSI menurun.

5. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas yaitu pengetahuan (X1), religiusitas (X2), dan faktor pribadi (X3) secara parsial terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan menjadi nasabah BSI. Adapun pedoman yang digunakan :

1) Jika $|t \text{ hitung}| > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

2) Jika $|t \text{ hitung}| < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Artinya tidak ada pengaruh signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

$$\begin{aligned} T \text{ tabel} &= t (a/2; n-k-1) \\ &= t (0,025 ; 98-3-1) \\ &= t (0,025 ; 94) \\ &= 1,98552 \end{aligned}$$

Tabel 4.12

Hasil Koefisiensi Uji t

Variabel Independen	T hitung	T Tabel	Sig
Pengetahuan (X1)	-3,426	1,98552	0,001
Religiusitas (X2)	2,564	1,98552	0,012

Faktor Pribadi (X3)	6,694	1,98552	0,000
---------------------	-------	---------	-------

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, maka dapat diketahui besarnya pengaruh variabel pengetahuan (X1) terhadap variabel dependen (Y) bahwa t hitung variabel pengetahuan sebesar $|-3,426|$. Sedangkan, t tabel didapatkan pada tabel t -test, dengan $\alpha = 0,05$ dan df 94 didapatkan t tabel sebesar 1,98552. Maka t hitung $>$ t tabel ($|-3,426| > 1,98552$) sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel pengetahuan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BSI.

Dapat diketahui besarnya bahwa t hitung variabel religiusitas sebesar 2,564. Sedangkan t tabel didapatkan pada tabel t -test, dengan $\alpha = 0,05$ dan df 94 didapatkan t tabel sebesar 1,985. Maka t hitung $>$ t tabel ($2,564 > 1,98552$) sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BSI.

Dapat diketahui besarnya bahwa t hitung variabel faktor pribadi sebesar 6,694. Sedangkan, t tabel didapatkan pada tabel t -test, dengan $\alpha = 0,05$ dan df 94 didapatkan t tabel sebesar 1,985. Maka t hitung $>$ t tabel ($6,694 > 1,98552$) sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel

faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BSI.

b. Uji f

Uji f ini menggunakan suatu tabel yang disebut dengan tabel ANOVA atau *Analisis of Variance* apakah secara simultan variabel pengetahuan, religiusitas dan faktor pribadi memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap keputusan menjadi nasabah BSI. Jika nilai signifikan lebih kecil 0,05 maka H_0 ditolak. Berikut adalah hasil uji F :

Tabel 4.13

Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	421,049	3	140,350	21,017	,000 ^b
Residual	627,726	94	6,678		
Total	1048,776	97			

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, diketahui besar f hitung sebesar 21,017. Sedangkan, f tabel didapatkan pada tabel f dengan $\alpha = 0,05$, $df_1 = 3$ dan $df_2 = 94$ dengan begitu nilai f tabel sebesar 3,09. Maka f hitung > f tabel ($21,017 > 3,09$). Nilai signifikan pada tabel diatas sebesar 0,000. Karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 (0,000). Maka dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel pengetahuan, religiusitas dan faktor pribadi

berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menjadi nasabah BSI.

c. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi (R^2) ini digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel bebas dalam menerangkan secara keseluruhan terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini menggunakan Adjusted R Square. Jika R^2 semakin besar (mendekati satu), maka sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat semakin besar. Sebaliknya apabila R^2 semakin kecil (mendekati nol), maka sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kecil. Jadi besarnya R^2 diantara 0 – 1 atau $0 < R^2 < 1.0$. Berikut tabel uji koefisien determinasi :

Tabel 4.14
Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,634 ^a	,401	,382	2,58417

Sumber : Diolah Oleh Peneliti, 2022

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,382 atau 38,2%. Hal ini menjelaskan bahwa variabel-variabel indenpenden yaitu pengetahuan, religiusitas dan faktor pribadi mampu mempengaruhi keputusan menjadi nasabah BSI sebesar 38,2% dan selebihnya $(100-38,2) \% = 61,8\%$

ditentukan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

Berdasarkan pengujian hipotesis hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, religiusitas dan faktor pribadi terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah BSI di kota Palangka Raya akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Faktor Pribadi Secara Parsial Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah BSI

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif dan signifikan variabel pengetahuan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah BSI secara parsial. Diperoleh nilai signifikan yaitu $0,001 < 0,05$ dan dibuktikan dengan uji t dimana t hitung $|-3,426| > t$ tabel yaitu 1,985 sehingga dapat disimpulkan H_a dalam penelitian ini diterima dan H_0 ditolak.

Variabel pengetahuan nasabah ini berpengaruh negatif dengan nilai -0,404 terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah BSI. Hal ini mungkin disebabkan karena rasa kurang perhatian nasabah dalam mencari informasi perbankan dapat dilihat pada tabel 4.1 dalam butir pertanyaan variabel pengetahuan (item 3) responden menjawab sebanyak 43 mahasiswa atau 43,9% menyatakan ragu-ragu. Selain itu responden mahasiswa dalam menentukan jasa perbankan apa yang

dipilih cenderung berdasarkan rekomendasi keluarga, orang tua, ataupun pihak terkait sebagai sumber pendapatan.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan Januar yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel pengetahuan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Perbankan Syariah (Studi pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang).⁸⁵ Penelitian yang dilakukan oleh Raihana juga menunjukkan pengaruh negatif terhadap Minat Menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram.⁸⁶

Sedangkan Penelitian terkait pengaruh religiusitas menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah BSI secara parsial. Diperoleh nilai signifikan yaitu $0,012 < 0,05$ dan dibuktikan dengan uji t dimana t hitung $2,564 > t$ tabel yaitu $1,985$ sehingga dapat disimpulkan H_a dalam penelitian ini diterima dan H_0 ditolak.

Pilihan mahasiswa menggunakan BSI tidak lepas dari kepatuhan agama karena mahasiswa melihat karena adanya kandungan unsur masalah yaitu manfaat dan berkah dalam menggunakan jasa BSI. Manfaat yang diterima oleh mahasiswa dapat berupa terpenuhinya kebutuhan – kebutuhan jangka pendek maupun jangka panjang dan

⁸⁵ Andriano Januar, *Keputusan Nasabah Menabung di Perbankan Syariah (Studi pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang)*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya, Vol. IV, No. 2, 2016.

⁸⁶ Siti Raihana, Riza Aulia, *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram*, JIHBIZ Glob, Jurnal Bank Islam, Vol. II. No. 2, h. 110–123, 2020.

berkah yang diyakini akan didapatkan saat menjadi nasabah BSI sehingga pilihan mahasiswa tersebut berhubungan dengan kepatuhan agama.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan Lestari yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang).⁸⁷ Penelitian yang dilakukan oleh Nurlinda juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah.⁸⁸

Kemudian Penelitian terkait pengaruh faktor pribadi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah BSI secara prasional. Diperoleh nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$ dan dibuktikan dengan uji t dimana t hitung $6,694 > t$ tabel yaitu $1,985$ sehingga dapat disimpulkan H_a dalam penelitian ini diterima dan H_0 ditolak.

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai sesuatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya, kepribadian konsumen di tentukan oleh faktor internal dan eksternal dirinya seperti usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan keadaan

⁸⁷ Lestari, Alfi Mulikhah, *Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya, Vol. III, No. 1, 2015.

⁸⁸ Zuhairsyah Nurlinda, *Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah*, Al-Amwal, Vol.10, No.1, 2018, h. 51.

ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai. Kepribadian konsumen akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan dalam membeli atau menggunakan produk. Faktor pribadi yang memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan mahasiswa memilih BSI. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan selera, sesuai dengan penghasilan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan gaya hidup nasabah dalam memilih bank syariah. Karena banyaknya karakteristik pada faktor pribadi yang memiliki dampak secara langsung terhadap perilaku konsumen sehingga semakin tinggi pula keputusan nasabah dalam memilih BSI.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan Subagyo, Wutsqo yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri cabang Cibinong.⁸⁹ Penelitian yang dilakukan oleh Yulaifah juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah.⁹⁰

2. Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Faktor Pribadi Secara Simultan Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah BSI

Berdasarkan hasil uji F, nilai yang diperoleh yaitu sebesar 21,017, sedangkan nilai F tabel yakni sebesar 3,09. Maka, dapat diketahui nilai F hitung ($21,017 > F \text{ tabel } (3,09)$) dengan tingkat signifikansi 0,000

⁸⁹ Subagyo, Wutsqo, *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri cabang Cibinong*, Jurnal Ilmiah Ekonomi, Vol. XII, No. 1, 2018.

⁹⁰ Atin Yulaifah. "Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Ciputat Pengguna Jasa Perbankan Syariah)", 2011.

lebih kecil dari 0,05. Dengan meningkatnya pengetahuan, semakin tinggi religiusitas seseorang, dan kepribadian semakin meningkat maka akan mendorong keputusan menjadi nasabah BSI semakin meningkat. Hal ini didukung dengan jawaban responden terhadap kuesioner pada variabel keputusan menjadi nasabah BSI dominan menjawab setuju pada pernyataan “BSI memberikan solusi atau alternatif atas kebutuhan saya” bahwa keputusan menjadi nasabah BSI termasuk tinggi.

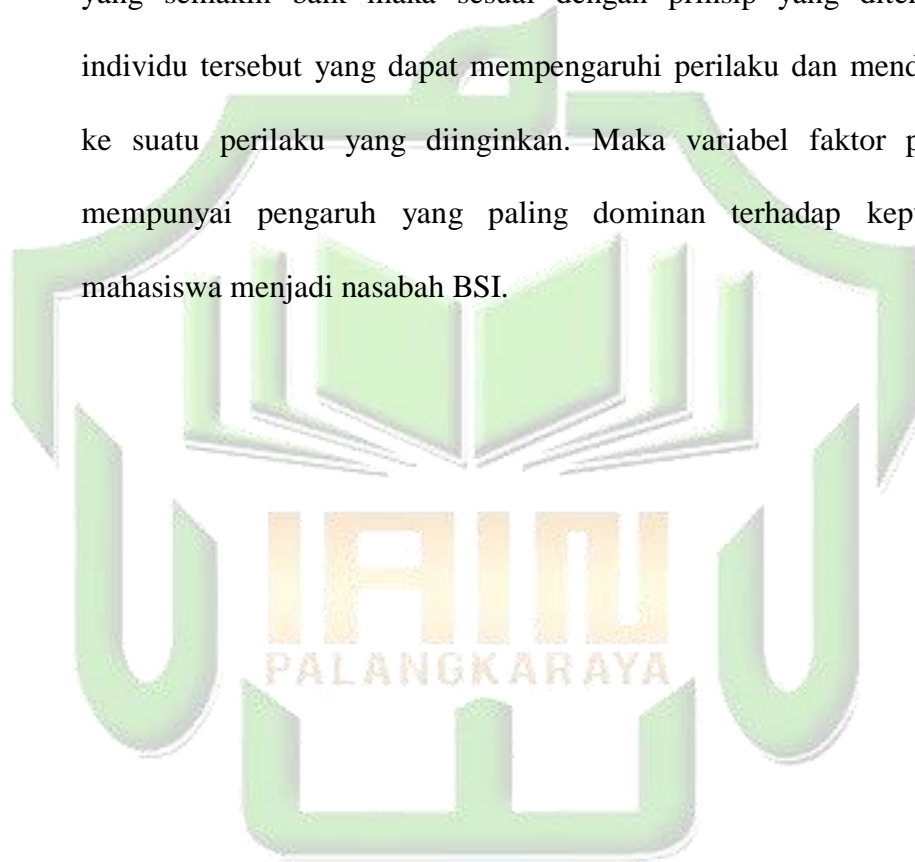
Dengan demikian dapat disimpulkan bahwasanya BSI di Kota palangka Raya telah mencapai strateginya untuk memenuhi kebutuhan nasabah serta mempertahankan nasabah. Oleh sebab itu, variabel pengetahuan, religiusitas dan faktor pribadi secara simultan atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah BSI.

3. Variabel Paling Dominan Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah BSI

Dari ketiga variabel bebas di atas, variabel faktor pribadi memiliki koefisien b yang paling besar yaitu sebesar 0,415. menunjukkan bahwa apabila variabel faktor pribadi (X3) meningkat sebesar satu satuan maka keputusan menjadi nasabah BSI akan meningkat sebesar 0,415. Dan sebaliknya jika faktor pribadi menurun, maka keputusan menjadi nasabah BSI menurun. Kepribadian seseorang terbentuk disebabkan oleh bermacam-macam indikator salah satunya yang paling dominan

yaitu kepribadian dan konsep diri. Ditunjukkan dengan responden yang dominan menyatakan sangat setuju pada pernyataan “Saya memilih BSI karena ingin mengonsumsi segala sesuatu yang halal” dan “Saya memilih BSI karena prinsip kejujuran dan transparan”.

Dengan demikian disimpulkan bahwa kepribadian dan konsep diri yang semakin baik maka sesuai dengan prinsip yang diterapkan individu tersebut yang dapat mempengaruhi perilaku dan mendorong ke suatu perilaku yang diinginkan. Maka variabel faktor pribadi mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah BSI.



BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan interpretasi Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Faktor Pribadi Terhadap Terhadap Keputusan Mahasiswa Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Kota Palangka Raya maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel pengetahuan (X1) secara parsial berpengaruh negatif yakni sebesar -0,404 dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah BSI. Hal ini disebabkan karena rasa kurang perhatian nasabah dalam mencari informasi perbankan. Ditunjukkan dengan responden yang dominan menyatakan ragu-ragu pada pernyataan “saya mengetahui menggunakan BSI memiliki banyak manfaat dari suatu produk atau jasa BSI yang saya gunakan”. Selain itu responden mahasiswa dalam menentukan jasa perbankan apa yang dipilih cenderung berdasarkan rekomendasi keluarga, orang tua, teman ataupun pihak terkait sebagai sumber pendapatan.

Variabel religiusitas (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah BSI. Karena pilihan mahasiswa menggunakan BSI tidak lepas dari kepatuhan agama karena mahasiswa melihat karena adanya kandungan unsur masalah yaitu manfaat dan berkah dalam menggunakan jasa BSI. Manfaat yang diterima oleh mahasiswa dapat

berupa terpenuhinya kebutuhan – kebutuhan jangka pendek maupun jangka panjang dan berkah yang diyakini akan didapatkan saat menjadi nasabah BSI sehingga pilihan mahasiswa tersebut berhubungan dengan kepatuhan agama.

Variabel faktor pribadi (X3) secara parsial berpengaruh positif dan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah BSI. Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya, kepribadian konsumen di tentukan oleh faktor internal dan eksternal dirinya seperti usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai. Kepribadian konsumen akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan dalam membeli atau menggunakan produk. Faktor pribadi yang memiliki pengaruh yang paling besar terhadap keputusan mahasiswa memilih BSI. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan sesuai dengan selera, sesuai dengan penghasilan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan gaya hidup nasabah dalam memilih bank syariah. Karena banyaknya karakteristik pada faktor pribadi yang memiliki dampak secara langsung terhadap perilaku konsumen sehingga semakin tinggi pula keputusan nasabah dalam memilih BSI.

2. Variabel pengetahuan, religiusitas dan faktor pribadi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah BSI. Dengan meningkatnya pengetahuan, semakin tinggi religiusitas seseorang, dan kepribadian semakin meningkat maka akan mendorong keputusan menjadi nasabah BSI semakin meningkat. Hal ini didukung dengan jawaban responden terhadap kuesioner pada variabel keputusan menjadi nasabah BSI dominan menjawab setuju pada pernyataan “BSI memberikan solusi atau alternatif atas kebutuhan saya” bahwa keputusan menjadi nasabah BSI termasuk tinggi.

Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya BSI di Kota Palangka Raya telah mencapai strateginya untuk memenuhi kebutuhan nasabah serta mempertahankan nasabah. Oleh sebab itu, variabel pengetahuan, religiusitas dan faktor pribadi secara simultan atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah BSI.

3. Variabel faktor pribadi (X3) mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah BSI. Diperoleh nilai koefisien b yang paling besar yaitu sebesar 0,415. Menunjukkan bahwa apabila variabel faktor pribadi (X3) meningkat sebesar satu satuan maka keputusan menjadi nasabah BSI akan meningkat sebesar 0,415. Kepribadian seseorang terbentuk disebabkan oleh bermacam-macam indikator salah

satunya yang paling dominan yaitu kepribadian dan konsep diri. Ditunjukkan dengan responden yang dominan menyatakan sangat setuju pada pernyataan “Saya memilih BSI karena ingin mengonsumsi segala sesuatu yang halal” dan “Saya memilih BSI karena prinsip kejujuran dan transparan”.

Dengan demikian disimpulkan bahwa kepribadian dan konsep diri yang semakin baik maka sesuai dengan prinsip yang diterapkan individu tersebut yang dapat mempengaruhi perilaku dan mendorong ke suatu perilaku yang diinginkan. Maka variabel faktor pribadi mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan mahasiswa menjadi nasabah BSI.

B. Saran

Berdasarkan penulisan penelitian ini, peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan di dalamnya. Untuk itu, peneliti memberikan saran agar mendapat gambaran sebagai bahan pertimbangan dan penyempurna penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian serupa. Maka penulis menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Bagi Lembaga Perbankan Syariah

- a. Kepada pihak BSI agar semakin gencar mensosialisasikan produk dan jasa bank syariah kepada masyarakat, kantor dan lembaga lain agar produk dan jasa bank syariah lebih diketahui oleh masyarakat.
- b. Kepada pihak BSI agar terus berpartisipasi dalam kegiatan sosial atau keagamaan agar bank syariah lebih dikenal oleh masyarakat.

- c. Kepada pihak BSI agar mengenalkan produk atau jasa bank syariah dengan menjelaskan hukum syariah yang dijalankan bank syariah kepada masyarakat. Dengan demikian, orientasi nasabah dalam menggunakan produk dan jasa bank syariah adalah sebuah ibadah.

2. Bagi Akademisi

- a. Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu referensi mengenai keputusan menjadi nasabah BSI.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat diperluas dan dikembangkan terkait pengetahuan, religiusitas, dan faktor pribadi oleh peneliti selanjutnya sehingga sumber daya manusia perbankan syariah dapat terus meningkat.
- c. Penelitian terkait keputusan mahasiswa menjadi nasabah BSI diharapkan menambahkan variabel lain seperti pelayanan, promosi.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Ancok, Djamaluddin dan Fuad Nashori Suroso. *Psikologi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Belajar. 2001.
- _____. *Psikologi islam: solusi Islam atas problem-problem psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2011.
- Arinkunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian : suatu pendekatan praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. 1992.
- Ascarya dan Diana Yunita. *Bank Syariah Gambaran Umum*. PPSK BI, 2005.
- Blackwell, Engel dan Miniard. *Perilaku Konsumen*. Tangerang: Binarupa Aksara Publisher. 2011.
- _____. *Consumer Behavior*. 8th d. Orlando: The Dryden Press. 1995.
- Bungin, M Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana. 2006.
- _____. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Putra Grafika. 2011.
- Fandy Tjiptono, dan Anastasia Diana. *Pemasaran Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta : Andi. 2016.
- Fuad, Nashori. *Agenda Psikologi Islami*. Yogyakarta: Pustaka pelajar. 2002.

- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multiverval Dengan Program Spss*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2006.
- _____. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Prohram IBM SPSS 20*. Cet. Ke-IV. Semarang: UNDIP. 2012.
- _____. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang. 2016.
- Glock, Charles Y., Rodney Stark. *Religion and Society in Tension*. USA: Rand MSNally & Company. 1965.
- Gunawan, Imam. *Pengantar Statistika Inferensial*. 2016.
- Hartono, Jogyanto. *Metode Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*. Yogyakarta: BPF. 2013.
- Indarti, Nurul. *Manajemen Pengetahuan : Teori dan Praktik*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press. 2014.
- Indrawati, dkk.. *Perilaku Konsumen Individu dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung : Refika Aditama. 2017.
- Kotler, Philip dan dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke-12. Jakarta : PT. Indeks.. 2007.
- _____. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*, Edisi Ke-13. Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga. 2009.
- _____. *Marketing Management*. 15/e with Indian Case Study. India: Peason india Education Services Pvt. Ltd. 2017.

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi Ke-13. Jilid 1. Jakarta. Erlangga. 2012.
- Machmud, Amir dan Rukmana. *Bank Syariah*. Jakarta : Erlangga. 2010
- Mangkunegara, Anwar Prabu. *Manajemen Sumber daya Manusia Perusahaan, Bandung : PT Remaja Rosdakarya*. 2005.
- Marzuki. *Metodologi Riset*. Yogyakarta:BPFE UII. 2002.
- Mustafa, Edwin Dan Hardius Usman. *Proses Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. 2007.
- Notoatmodjo. *Pendidikan & Perilaku kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta. 2003.
- _____. *Metodelogi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta. 2012.
- Perwataatmadja, Karnaen dan Muhammad Syafi'i Antonio. *Apa dan Bagaimana Bank Islam*. Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf. 1992.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Cet ke-12, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada. 2012.
- Rakhmat, Jalaludin. *Psikologi Agama*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001.
- _____. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2010.
- Riduwan. *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: PT Alfabet. 2010.

- Schiffman dan Kanuk. *Perilaku Konsumen*. Edisi kedua. Jakarta . PT .Indeks. 2007.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Efendi (ed.). *Metode Penelitian Survai*. Cet ke-2. Jakarta: LP3ES. 1995.
- Sudarsono, Heri, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Yogyakarta : Ekonisia, Cet Ke-2. 2012.
- Sudaryono. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2017.
- Sudijono, Anas. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Press. 2010.
- Sugiyono. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta. 2006.
- _____. *Metode Penelitian Administrasi Dilengkapi Dengan Metode R & D*. Edisi Revisi Cet Ke-17. Bandung: Alfabeta. 2009.
- _____. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung : Alfabeta. 2009.
- _____. *Metodelogi Penelitian Pendidikan*. Bandung : Alfabeta. 2010.
- _____. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet. 2014.
- _____. *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2016.
- Sumarni, Murti. *Manajemen Pemasaran Bank*. Edisi Revisi. Yogyakarta : Liberty Yogyakarta. 2002.

Susilo Y, dkk.. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta : Salemba Empat. 2000.

Wahib, Abdul. *Psikologi Agama Pengantar Memahami Perilaku Agama*. Semarang: Karya Abadi Jaya. 2015.

B. Jurnal dan Artikel

Abhimantra, Anang gadipa, Andisa Rahmi Maulina dan Eka Agustiningsih
Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah (mahasiswa) dalam memilih menabung pada bank syariah. Jurnal Ilmiah Procceding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur, dan Teknik Sipil). Vol. V. 2013.

Afianti, Fifi. *Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung di Bank Syariah. Jurnal Masharif alSyariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah. Vol. 4. No. 2. 2019.*

Anggasari. *Hubungan Tingkat Religiusitas Dengan Sikap Konsumtif pada Ibu Rumah Tangga. Jurnal Psikologi. Vol. II. No. 4. 1997.*

Antika, Rindi. *Pengaruh Faktor budaya, sosial personal dan psikologis mahasiswa IAIN Ponogoro terhadap keputusan menggunakan Perbankan Syariah. Istkhlaf. Vol, 1. No. 1. 2019.*

Dalia, F., A., & Hassan, M. *The Influence of Religiosity on Egyptian Muslim Youths' Attitude Towards Fashion. Journal of Islamic Marketing. Vol. VI. No.1. 2015.*

- _____. *The Influence of Religiosity on Egyptian Muslim Youths' Attitude Towards Fashion*. *Journal of Islamic Marketing*. Vol. 6. No.1. h. 96. 2015.
- Fi. A. Triuspitorini. *Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung di Bank Syariah*". J. Mashirf al-Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Vol. IV. No. 2. 2019.
- Firmansyah Arief Firidy. *Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah*. *Jurnal ekonomi Islam*. Vol. 2. No. 3. 2019.
- Hayat, M., & Khuram, S., B. *Customers Criteria for Selecting an Islamic Bank: Evidence from Pakistan*. *Journal of Islamic Marketing*. Vol. 2 No. 1. h. 15. 2011.
- Januar, Andriano. *Keputusan Nasabah Menabung di Perbankan Syariah (Studi pada Mahasiswa Univesitas Brawijaya Malang)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*. Vol. IV. No. 2. 2016.
- Khatimah, Nurul. 2018. *Pengaruh Religius, Kepercayaan, Citra Perusahaan, dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Minat Nasabah Menabung dan Loyalitas di Bank Syariah Mandiri (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Gresik)*. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*. Vol. V. No. 1. 2018.

Larasati, Ajeng, Sri, Rahayu, Hijrah. *Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Sikap dan Intensi Konsumen Muslim untuk Membeli Produk Kosmetik Halal*. Esensi: Jurnal Bisnis dan Managemen. Vol. 8. No. 2. h. 105-114. 2018.

Lestari, Alfi Mulikhah. *Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*. Vol. III. No. 1. 2015.

Maulana, Fajar Razky. *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Word Of Mounth terhadap Keputusan Nasabah memilih Bank Syariah*. *Global Journal of Islamic Banking and Finance*. Vol. 2. No. 2. 2019.

Naceur, Jabnour. *Islam and Manajemen, Riyadh : International Islamic Publishing House : pada Thesis S2. Erike Anggraini. "Hubungan Religiusitas Terhadap etos Kerja dan Produktifitas Karyawan"*. 2005.

Nashoha, M Rizalun. *Pengaruh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan memilih bank syariah. di kota Yogyakarta*. *Jurnal Studi Ekonomi*. Vol. X. No. 2. 2019.

- Nurlinda, Zuhirsyan. *Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah*. Al-Amwal. Vol.10. No.1. 2018.
- Purimauha. *Faktor- Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Memilih Jurusan Ekonomi Pembangunan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maluku di Ambon*. Jurnal Keuangan dan Perbankan. Vol. III. No. 3. 10. 2005.
- Rahman, A. A., Asrarhaghighi, E., & Rahman, S. A. *Consumers and Halal Cosmetic Products: Knowledge, Religiosity, Attitude and Intention*. Journal of Islamic Marketing. Vol. VI. No. 1. 2016.
- Raihana, Siti dan Riza Aulia. *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram*. JIHBIZ Glob. Jurnal Bank Islam dan Keuangan. Vol. II. No. 2. 2020.
- Rosyid, Maskur dan Halimatu Saidah. *Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri dan Guru*. Jurnal Islaminomic. Vol. VII. No. 2. 2016.
- Subagyo, Wawan Hari dan Urwatul Wutsqo. *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah Mandiri cabang Cibinong*. Jurnal Ilmiah Ekonomi. Vol. XII. No. 1. 2018.

- Sufitrayati. *Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah di kota Banda Aceh*. Ihtiyath. Vol. 2. No. 1. 2018.
- Utomo, Toni Prasetyo. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Malang)*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya. Vol. II. No. 2. 2014.
- Vehtia, Bustaman. *Analisis Preferensi Masyarakat Terhadap Prinsip Bagi Hasil Pada Bank Syariah Di Wilayah Banda Aceh*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA). Vol. 2. No. 1. h. 98-107. 2017.
- Wahyudin, Dwiwiyati, A., Siti, Z. *Aspek Religiusitas dalam Keputusan Pembelian Produk Halal (Studi Tentang Labelisasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Kemasan)*. JEBA. Vol. 13. No. 1. 2011.
- Waluyo, Bambang. *Implementasi Pembiayaan Mudharabah pada Bank Syariah untuk Merealisasikan Tujuan Ekonomi Islam*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam. Vol. II. No. 2. h. 187. 2016.
- Yuliani, Erma. *Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Melalui Pemediasi Minat dan Kesadaran*. JUBIS. Vol. 2. No. 2. 2021.

Yusdani. *Perbankan Syariah Berbasis Floating Market. Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. IV. No. 2. 2005.

C. Skripsi

Afifah, Nugrahainy Siti Nur, "*Pengaruh Pendapatan Mahasiswa dan Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah*", Skripsi.

DikDik, Dede, "*Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dengan Persepsi Bunga Bank sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus : Masyarakat Kabupaten Pangandaran)*", Skripsi.

Dilla, Mirna, "*Pengaruh Religiusitas, Motivasi dan Tingkat Bagi Hasil terhadap keputusan nasabah menggunakan bank syariah di kota Banda Aceh*", Skripsi.

Hakim, Faqih Wildan, "*Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah menggunakan Bank Syariah*", Skripsi

Luthfi Firman Rabbani, "*Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pada Bank Syariah*", Skripsi.

Lutfiatul Alfiah, "*Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Nasabah memilih Bank Syariah di kecamatan Ngaliyan*", Skripsi.

Nikmah, Ro'aina, *“Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Wonocolo Surabaya”*, Skripsi.

R. Maulidi, *“Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Siswa SMA Negeri 1 Ambarawa)”*, Skripsi.

Suratno, *“Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah FEBI IAIN Purwokerto)”*, Skripsi.

Wulandari, Endah, *“Pengaruh Tingkat Religiusitas, Reputasi dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening”*, Skripsi.

Yulaifah, Atin, *“Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Ciputat Pengguna Jasa Perbankan Syariah)”*, Skripsi.

D. Internet

<https://www.iain-palangkaraya.ac.id/data/profil-kampus/profil/>. Diakses pada tanggal 30 Juni 2022. Pukul 12 : 50 WIB.

<https://www.iain-palangkaraya.ac.id/site/#services>. Diakses pada tanggal 30 Juni 2022. Pukul 14.00 WIB.

