

ANALISIS FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH JASA BANK SYARIAH DI KABUPATEN MAMUJU

HARI WAHYUDIN¹, MUHAMMAD YUSRAN²

¹Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sulawesi Barat

²Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sulawesi Barat

E-mail: nahdalife@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis determinan pilihan klien untuk memilih pelayanan Perbankan Syariah di Kabupaten Mamuju. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Populasi penelitian adalah nasabah pada Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri dan Bank SULSELBAR Syariah di Kabupaten Mamuju. Teknik sampel dilakukan *random sampling*, sehingga diperoleh 100 orang responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan memberikan kuesioner kepada responden untuk dijawab. Teknik dalam analisis data, yakni analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, secara parsial variabel religiusitas memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap keputusan nasabah. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat pada nilai signifikansi yang diperoleh yakni sebesar 0,038 yang berarti $0,038 < 0,05$. Demikian juga pada nilai t hitung yang lebih besar dari t table sehingga dinyatakan $2,106 > 1,984$. Sedangkan untuk variabel gaya hidup menunjukkan hasil bahwa, secara parsial gaya hidup juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan nasabah. Hasil tersebut dengan melihat nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,00 lebih berarti $0,000 < 0,05$. Demikian juga dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t table yaitu 5,390. Jadi, $5,390 > 1,984$. Hasil pengujian simultan terhadap variabel dalam penelitian ini juga telah menunjukkan hasil, yakni variabel religiusitas dan gaya hidup memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah. Hasil tersebut dengan melihat perolehan nilai F hitung 40,084 pada F tabel 3,09. Hasil tersebut berarti $40,084 > 3,09$. Demikian juga dilihat dari nilai signifikansi yaitu $0,00 < 0,05$.

Kata Kunci: *Religiusitas, Gaya Hidup, Jasa Bank Syariah*

ABSTRACT

This study was conducted to analyze the determinants of client choice to choose Islamic banking services in Mamuju Regency. Researchers used a quantitative approach with a survey method. The research population is customers at Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri and Bank SULSELBAR Syariah in Mamuju Regency. The sampling technique was random sampling so that 100 respondents were obtained. Data collection techniques are carried out by giving questionnaires to respondents to be answered. Techniques in data analysis, namely multiple linear regression analysis using SPSS. The results of this study indicate that the partially religiosity variable has a positive and significant influence on customer decisions. The results of this study can be seen in the significance value obtained, which is 0.038, which means $0.038 < 0.05$. Likewise, the t-count value is greater than the t-table so that it is declared $2.106 > 1.984$. Meanwhile, the lifestyle variable shows the results that, partially, lifestyle also has a significant positive influence on customer decisions. These results by looking at the significance value obtained at 0.00 means more than $0.000 < 0.05$. Likewise, the t-count value is greater than the t-table, which is 5.390. So, $5,390 > 1,984$. The results of simultaneous testing of the variables in this study have also shown results, namely that the variables of religiosity and lifestyle have a positive and significant influence on customer decisions in choosing Islamic banking services. These results are by looking at the acquisition of the calculated F value of 40.084 in F table 3.09. This result means $40,084 > 3,09$. Likewise, seen from the significance value of $0.00 < 0.05$.

Keywords: *Religiosity, Lifestyle, Islamic Banking Services*

A. PENDAHULUAN

Kemajuan bank syariah yang terus tumbuh dan berkembang, menjadi alternatif bagi masyarakat dalam memanfaatkan administrasi perbankan yang berlandaskan syariat Islam. Selain itu pula, bank syariah dirasakan dan dimanfaatkan oleh banyak dari umat agama lain. Hal ini karena bank syariah dinilai telah menerapkan kualitas ekuitas dan memberikan gambaran yang bagus, serta keuangan syariah memang terus tumbuh dan berkembang dengan pesat. Selain itu, mengingat sebagian besar masyarakat Indonesia adalah Muslim. Besarnya arus perputaran keuangan dan rekening syariah, hal ini dapat menjadi jawaban atas penguatan moneter masyarakat Indonesia dan juga dapat menopang perkembangan moneter (Cakti Indra Gunawan & dkk, 2017).

Dengan kerangka keuangan syariah, dipercaya mampu menjadi alternatif untuk perekonomian masyarakat. Ini dapat dilihat jelas pada saat terjadi keadaan darurat keuangan dan keuangan pada tahun 1998, kerangka keuangan syariah memiliki pilihan untuk membantu kekuatan perekonomian masyarakat. Kemampuan ini membangun kepercayaan bahwa kerangka keuangan Islam sebagai salah satu andalan ekonomi publik yang mungkin memiliki hak untuk dipertimbangkan (Cakti Indra Gunawan & dkk, 2017).

Kapabilitas perkembangan perbankan syariah di Indonesia tergolong tinggi, jauh lebih tinggi dari perkembangan normal sumber daya keuangan masyarakat. Perkembangan normal sumber daya keuangan syariah rata-rata sebesar 12,04%, aset pihak luar (DPK) menjadi 14,15% dan pembiayaan menjadi 10,28%. Porsi industri pembiayaan keuangan syariah secara keseluruhan dibandingkan dengan reguler, telah melampaui 5% yakni 5,94%. Sejumlah aset pada bank syariah untuk periode 2019 menembus Rp492 T, sedangkan DPK Rp383 triliun. Yang mencengangkan, pembiayaan besar yang diarahkan oleh bank syariah mencapai Rp336 triliun, melebihi besaran dana pihak ketiga (DPK), proporsi FDR perbankan syariah di atas 100% (OJK, 2019). Informasi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan dan peranan bank-bank syariah untuk menggerakkan perekonomian sangat signifikan. Perkembangan dan

pertumbuhan bank-bank syariah di Indonesia sangat ditentukan oleh keinginan masyarakat Indonesia. Perbankan dinilai sebagai organisasi moneter yang dapat menawarkan jenis bantuan moneter sesuai syariah Islam, dimana bunga dinilai sebagai riba. Hal ini dapat menjadi faktor yang memperkuat kemajuan perbankan syariah, yang diawali dengan dikeluarkannya undang-undang perbankan yang mengatur perbankan syariah di Indonesia.

Walaupun demikian dengan kemajuan dan pertumbuhan yang pesat yang terjadi pada bank syariah di Indonesia dan di sisi lain citra dan persepsi yang positif dari masyarakat dengan hadirnya bank yang berbasis syariah, namun tidak serta merta produk-produk dari bank syariah tersebut memiliki persepsi baik. Dan Nasabah selanjutnya akan menjatuhkan pilihan pada produk-produk layanan dari bank syariah tersebut. Sebagaimana temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Setiasih (2011). Sehingga dinilai masih banyak faktor-faktor yang dapat ditelusuri terkait kecenderungan individu dalam menggunakan produk layanan bank syariah. Terlebih lagi produk perbankan yang terus berkembang dan perilaku masyarakat yang terus berubah.

Dengan memahami kecenderungan individu yang memutuskan untuk memanfaatkan jasa perbankan syariah, karenanya bank syariah harus mampu dengan kuat untuk merencanakan, mendesain produk-produk layanan dengan kebijakan yang memudahkan, sehingga masyarakat akan terdorong menggunakan jasa perbankan syariah. Pembeli memiliki alasan tertentu atau faktor penentu yang mempengaruhi mereka untuk menentukan pilihan dalam menentukan keputusan tentang penggunaan jasa perbankan yang akan mereka gunakan. Klien atau konsumen baik muslim maupun *non*-muslim, yang akan menabung atau memakai jasa perbankan syariah, tentu harus memiliki alternatif berbagai layanan dari bank syariah serta mendapatkan berbagai kemudahan dan juga menguntungkan. Di samping itu, klien juga fokus pada sifat dan kualitas layanan yang ditawarkan sehingga nasabah termotivasi.

Seperti yang dinyatakan oleh Muhammad (2016) komponen yang memiliki

pengaruh pada klien untuk memanfaatkan jasa bank syariah, di antaranya: tidak berbunga (riba), berbasis syariah, sistem bagi manfaat atau bagi hasil yang wajar dan menentramkan, dana nasabah diinvestasikan pada sektor yang halal, berkontribusi untuk kaum duafa, layanan efisien, cepat, karyawan yang cakap dan profesional, sikap karyawan yang sopan dan ramah, keamanan, produk yang inovatif dan terjangkau, pembagian keuntungan yang menguntungkan, ATM dan kantor cabang tidak sulit untuk dilacak, administrasi yang tidak rumit, kebersihan ruangan dan kenyamanan, promosi dari bank, dukungan *stakeholders*, edukasi dari ulama dan tokoh agama. Berdasarkan temuan empiris penelitian (Suratno, 2019) bahwa, religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan pada sikap, perilaku konsumen untuk menabung di perbankan syariah. Demikian juga (Ningsih, 2017) yang mendapati dimana variabel faktor religiusitas berpengaruh positif serta signifikan, karena ketaatan seseorang meningkat maka seseorang akan selektif dalam memilih produk. Sedangkan gaya hidup seperti temuan penelitian (Wahidah, 2018) bahwa variabel pada gaya hidup berpengaruh secara signifikan pada pilihan bank syariah.

Di Wilayah Sulawesi Barat sendiri, perkembangan sumber daya Perbankan Syariah rata-rata untuk periode 2019 sangat tinggi, yakni 39,96% yang beberapa kali lipat lebih tinggi dari wilayah sekitarnya, khususnya Wilayah Sulawesi Selatan. Dana dari pihak ketiga di Sulawesi Barat meningkat sebesar 11,91%, sedangkan pembiayaan juga meningkat sebesar 36,65%. (OJK, 2019). Berdasarkan keadaan wilayah setempat, Wilayah Mamuju merupakan area ibu kota Provinsi Sulawesi Barat dengan jumlah penduduk 304.042 jiwa yang terdiri dari 47.2020 jiwa merupakan penduduk non muslim (BPS Mamuju, 2021). Oleh karena itu, Kabupaten Mamuju yang mayoritas beragama Islam, namun juga memiliki jumlah penduduk non muslim yang cukup banyak tersebut tentunya memiliki cara pandang dan nilai yang beragam termasuk dalam memilih jasa perbankan syariah. Demikian juga Provinsi Sulawesi Barat yang merupakan wilayah Provinsi yang relatif baru berdiri, namun sudah terdapat dua bank syariah besar yakni Bank Muamalat, Bank Syariah Mandiri yang sekarang

melebur menjadi, Bank Syariah Indonesia serta ditambah juga adanya Bank SULSELBAR. Tentunya dengan jumlah penduduk yang relatif kecil khususnya di Ibu Kota Mamuju, menjadikan persaingan sektor perbankan tentu sangat ketat, namun kenyataannya pertumbuhan dan layanan jasa sektor perbankan syariah cukup pesat dan cukup diminati masyarakat baik muslim maupun non muslim.

Terhadap Perbankan Syariah, di sisi lain tentunya terdapat kecenderungan adanya persepsi dan wawasan berbeda pada perilaku individu dalam memilih jasa perbankan. Pengaruh religiusitas dapat menjadi faktor atau unsur variabel penting terhadap perilaku individu sebagai pilihan untuk menggunakan jasa layanan perbankan. Selain itu, perspektif non moneter juga dilihat dapat mempengaruhi hubungan masyarakat dengan perbankan. Melihat banyaknya variabel yang menentukan pilihan klien atau nasabah, baik Muslim dan non muslim untuk bertransaksi dengan jasa perbankan syariah, maka peneliti tertarik untuk meneliti variabel religiusitas dan variabel gaya hidup masyarakat terkait keputusan nasabah terhadap jasa bank syariah, khususnya di Wilayah Mamuju Provinsi Sulawesi Barat.

KAJIAN TEORI

Teori Atribusi

Teori tentang penyebab perilaku individu disebut atribusi. Menurut Teori Atribusi bahwa, penyebab perilaku karena adanya faktor eksternal, yakni perilaku yang muncul disebabkan oleh faktor luar, yaitu perilaku karena dipengaruhi oleh sebab dan kondisi luar, seperti norma, nilai atau aturan dan tekanan lingkungan yang memicu stress. Sedangkan faktor dari dalam, yakni sikap, mental, karakter, kemampuan, sifat, dan sebagainya (Luthan, 2005). Perilaku tersebut muncul oleh karena dibatasi dari dalam diri seseorang.

Perbankan Syariah

Bank Syariah adalah sebuah lembaga keuangan syariah yang menggunakan mengedepankan transaksi dengan akad-akad berbasis syariah dalam bertransaksi dan menghimpun dana-dana dari masyarakat. Kegiatannya tentu dapat berbentuk transaksi simpanan dan penyalurannya pada kegiatan bisnis yang dianggap berasas islam. Bank syariah

ini dapat berbentuk bank umum dan bank perkreditan. (OJK, 2008)

Diantaranya prinsip-prinsip pada bank syariah yang dinilai sejalan dengan prinsip dasar dan akad akad syariah dalam islam yakni sebagai berikut:

1. Melarang akad dan transaksi Riba dengan segala macam praktek transaksinya.
2. Melarang ghoror atau penipuan dengan segala transaksi yang dinilai spekulatif
3. Melarang jual beli yang tidak tidak jelas kepemilikannya dan belum ada wujudnya.
4. Adanya akad kontrak atau kesepakatan pada profit yang jelas.
5. Murobahah
6. Salam
7. Istisna
8. Mudhorobah
9. Musyarokah
10. Ijarah

Pengambilan Keputusan Nasabah

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam (Kalsum et al., 2019) pengambilan keputusan adalah penentuan dan seleksi setidaknya pada dua pilihan elektif. Secara keseluruhan, pilihan elektif harus dapat diakses oleh seseorang ketika menetapkan lebih banyak pilihan.

Terkait dengan keputusan konsumen pada suatu produk atau layanan jasa, erat kaitannya dengan tingkat kepuasan yang dimiliki. Hal ini sebagaimana yang dikemukakan oleh Haryoko et al., (2020), bahwa tingkat kepuasan yang dimiliki oleh pelanggan adalah bagaimana perasaan konsumen dengan melakukan perbandingan terhadap yang diterima dan harapan yang dimilikinya. Sehingga kepuasan dari pelanggan sering menjadi tujuan dan pertimbangan strategis yang diterapkan dalam bisnis perusahaan. Masih menurut Haryoko et al., (2020) bahwa, kualitas layanan sering menjadi ukuran kesempurnaan dari produk dan jasa selain desain. Sehingga menurut penulis bahwa konsumen memiliki banyak pertimbangan bahkan sampai hal yang bersifat teknis baik secara subjektif, objektif dan pertimbangan nilai atau norma yang selektif untuk menentukan pilihan terhadap suatu produk atau jasa layanan bisnis.

Teknik dalam pengambilan keputusan juga sangat beragam. Berbagai literatur dalam

Pengambilan keputusan pada tataran teknik, seperti berikut ini:

1. Keputusan yang terprogram (Tradisional)
 - 1) Perpektif Tradisional
 - a. Faktor kebiasaan
 - b. Faktor pekerjaan rutin
 - c. Struktur Internal organisasi
 - 2) Perpektif Modern
 - a. Kegiatan riset operasi, model atau desain, desain dengan komputer
 - b. Data elektronik
 - c. Keputusan yang tidak terencana
2. Tidak Terprogram
 - 1) Perspektif Tradisional
 - a. *Heuristic*, yakni memperoleh dengan cara mencari atau menemukan dengan intuisi dan kreativitas.
 - b. *Rule of thumbs*, yakni serangkaian teknis yang tidak terprogram.
 - c. Metode seleksi dan training pada pejabat atau supervisor.
 - 2) Perpektif Modern
 - a. Kegiatan pelatihan bagi eksekutif keputusan.
 - b. Produk inovasi dan teknologi program komputer.

Oleh karena itu, seiring dengan tuntutan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini, perusahaan dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan dan tuntutan konsumen serta trend kebutuhan konsumen pada produk dan jasa. Hal ini terkait dengan budaya dan lingkungan yang dinilai strategis. (Metris & Izhari, 2020).

Perusahaan atau kegiatan bisnis yang tidak mampu beradaptasi dengan teknologi dengan memanfaatkan teknologi maka akan jauh tertinggal dan tidak mampu bersaing dalam lingkungan bisnis. Lingkungan bisnis yang di dalamnya terkait dengan trend kebutuhan konsumen dan perilaku konsumen dalam bertransaksi serta respon kepuasan konsumen pada layanan pada produk yang dikonsumsi tersebut sangat menentukan. Oleh karena itu, kepuasan konsumen akan sangat menentukan pilihannya dalam mengambil keputusan bertransaksi bisnis.

Transaksi bisnis dari sebuah produk atau jasa, membutuhkan berbagai riset, sehingga menghasilkan model dan desain yang unggul dan

berkualitas. Dengan produk dan jasa yang berkualitas tentunya akan mendapat respon dari konsumen dengan tingkat kepercayaan dan penilaian yang tinggi.

Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah

Keragaman dan perbedaan keyakinan biasanya ditunjukkan dalam praktek hidup yang berbeda. Sikap yang ketat dalam mengambil sikap dan perbuatan karena didorong oleh kekuatan keyakinan atau kepercayaan. Selanjutnya, setiap individu biasanya akan memiliki sisi atau ukuran yang berbeda. Oleh karena itu, agama merupakan kerangka kerja dengan aturan yang cukup ketat, pendapat Glock dan Obvious (1966) dalam (Ancok dan Suroso, 2011) bahwa agama merupakan kerangka sistematis, kerangka keyakinan, kerangka penghargaan, dan kerangka perilaku, yang kesemuanya berfokus pada isu-isu yang dihayati sekaligus sebagai yang paling signifikan.

Faktor Yang Berpengaruh Pada Religiusitas

Thouless (1995) dalam Ancok & Suroso (2011), bahwa terdapat beberapa faktor yang berpengaruh pada sikap keagamaan, yaitu:

- a. Faktor Pendidikan
- b. Faktor Pengalaman
- c. Faktor Kehidupan
- d. Faktor Intelektual

Setiap orang memiliki perbedaan sikap religiusitas dan tingkatan religiusitasnya yang bisa berbeda-beda, hal tersebut dipengaruhi oleh dua faktor, yakni adanya faktor dari internal dan faktor dari eksternal. Faktor internal berupa pengalaman spiritual, keamanan, keselamatan, cinta kasih, kebutuhan harga diri. Sedangkan faktor eksternal dapat berupa pengaruh pendidikan, tekanan sosial dan faktor intelektual.

Dalam pandangan hidup islam, kegiatan ekonomi dan konsumsi harus terikat pada nilai agama atau syariat islam dalam segenap aspek kehidupan. Oleh karena itu segala aktivitas akan mencerminkan keterikatan pada hukum islam, termasuk dalam kegiatan transaksi perbankan. Transaksi perbankan yang mencampuradukkan jual beli dan riba menjadi problem mendasar dalam kehidupan ekonomi masyarakat islam dan komunitas islam. Karena hal tersebut dianggap, bahwa transaksi atau kegiatan jaya layanan perbankan tidak hanya untuk kemudahan, keuntungan dan fasilitas yang ingin diperoleh, melainkan juga pahala. Yakni dengan segenap

pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki untuk dapat menghindari transaksi riba dan akad-akad batil yang bertentangan dengan syariat islam. Oleh karena itu, hipotesis pertama yang diajukan yakni, variabel religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan pada keputusan nasabah.

Pengaruh Gaya Hidup Pada Keputusan Nasabah

Kotler (2000) berpendapat bahwa, cara hidup seseorang adalah cara hidup individu dalam kehidupan nyata, kegiatan latihan, minat, berpendapat atau membuat kesimpulan. Gaya hidup dapat menggambarkan keseluruhan keadaan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungan. Tentunya, individu dari kelas sosial tertentu, karena perbedaan sub budaya misalnya, atau pekerjaan yang serupa dapat memiliki gaya dan pilihan hidup yang tidak sama. Masih menurut Kotler (2000) bahwa, terdapat perilaku dari konsumen karena dipengaruhi oleh faktor-faktor sebagai berikut:

1. Faktor sosial, dapat bersumber dari keluarga, kelompok acuan, peran, status sosial.
2. Faktor individu pribadi, dapat berupa usia dan siklus hidup, kehidupan ekonomi, pekerjaan, konsep diri, nilai dan gaya hidup
3. Faktor budaya, dapat berupa adat, seni, norma masyarakat.
4. Faktor psikologis, dapat berupa persepsi, motivasi, kepercayaan, sikap.

Sumarwan (2011) berpendapat bahwa ada tiga indikator pada gaya hidup yang dimiliki oleh seseorang, yakni:

- a. Aktivitas atau kegiatan (*Activity*)
- b. Minat pribadi (*Interest*)
- c. Pandangan atau persepsi (*Opinion*)

Menurut Sunyoto (2013) perilaku pelanggan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seorang individu, kelompok orang-orang, atau asosiasi, kelompok yang diidentikkan dengan siklus dalam pengambilan keputusan untuk memanfaatkan barang dan jasa yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pelanggan menurut pendapat dari Kotler dalam Sunyoto (2013) yakni:

1. Kebudayaan
2. Sosial
3. Kepribadian

4. Psikologis

Sehingga menurut penulis tentunya konsumen atau pelanggan memiliki persepektif atau pandangan sebagai alasan dalam memilih sebuah produk atau jasa layanan. Perpektif tersebut dapat bersifat subjektif, objektif, bahkan berdasarkan nilai dan norma. Alasan subjektif biasanya berdasarkan dan terkait pandangan yang bersifat personal seperti, nilai, kepribadian, selera, bahkan bersifat teknik. Sedangkan perpektif objektif sering terkait dengan inovasi, teknologi dan sosial dan organisasi bisnis.

Dalam kegiatan bisnis tentunya entitas bisnis termasuk perbankan harus dapat memahami lingkungan bisnis agar dapat meningkatkan jumlah klien atau nasabah. Oleh karena itu bank syariah harus dapat melakukan pemetaan terkait target pasar dengan kemampuan memahami perilaku dan gaya hidup konsumen. Pemetaan terkait kebudayaan, kelas sosial, status, kepribadian, gaya hidup serta faktor psikologi seperti motivasi dan kepercayaan serta sikap dan pengetahuan konsumen. Jika mampu memahami faktor-faktor tersebut maka akan dapat dengan mudah menciptakan produk yang diharapkan konsumen, segmentasi pasar yang tepat, dan promosi yang efisien dan efektif. Maka Hipotesis kedua yang diajukan yakni, variabel gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan dengan melakukan analisis pengaruh dari variabel religiusitas dan gaya hidup terhadap keputusan nasabah untuk memilih layanan bank Syariah di Kabupaten Mamuju. Penelitian dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survey. Populasi penelitian ini yakni, nasabah pada tiga bank syariah di Mamuju. Teknik sampling dilakukan secara acak atau sampel *random*, yakni dengan teknik aksidental dengan cara membagikan koesoner pertanyaan kepada responden yang ditemui secara langsung di lokasi penelitian. Sampel penelitian yang dapat diperoleh sebanyak 100 orang responden dari tiga bank syariah yang ada di Mamuju. Penelitian berjalan selama dua bulan, yakni Agustus hingga September 2020.

Metode Analisis

Teknik analisis data yang digunakan untuk penelitian ini, yakni analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi program SPSS. Model analisis, yakni regresi linier berganda dengan persamaan di bawah ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Keputusan Nasabah

α = Konstanta

β_1, β_2 = Koefisien dari regresi

X 1 = Variabel Religiusitas

X 2 = Variabel Gaya Hidup

ϵ = standart error

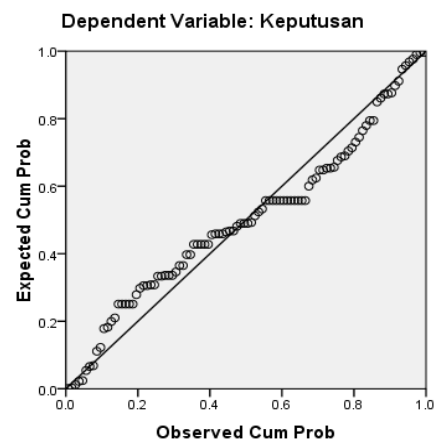
Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik yang dilakukan yakni, pengujian normalitas, pengujian multikolinieritas, serta pengujian heteroskedastisitas.

C. HASIL PENELITIAN

Hasil dalam uji normalitas telah terpenuhi. Hasilnya pada gambar grafik 1, yakni penyebaran data (titik) dari variabel independen yang mendekati garis diagonal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 1. PP-Plot

Cara untuk mengidentifikasi adanya gejala korelasi pada variabel independen yakni dengan pengujian multikolinieritas. Uji multikolinieritas dapat dilihat dalam tabel 1. Dari hasil pengujian multikolinieritas, maka dapat melihat ketentuan nilai VIF < dari 10 dan juga ketentuan nilai *tolerance* > 0,10. Hasilnya dapat dilihat pada tabel 1. Sehingga disimpulkan yakni, tidak adanya gejala multikolinieritas, yang mana nilai tolerance pada setiap variabel lebih dari 0,1

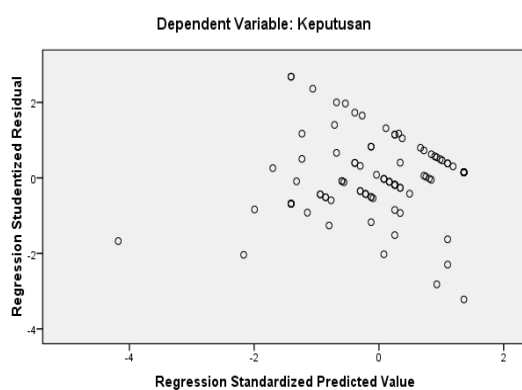
demikian juga dengan nilai VIF yang kurang dari 10.

Tabel 1. Collinearity

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerances	VIF
(Constanta)		
Religiusitas	.597	1.674
Gaya Hidup	.597	1.674

Sumber: data diolah, 2020

Sedangkan untuk pengujian heterokedastisitas, yakni melihat pola tertentu pada titik-titik pada grafik *scatterplot*. Hasil dari pengujian heteroskedastisitas terdapat dalam gambar 2.



Gambar 2. Scatterplot

Hasil dalam gambar 2 yakni *scatterplot* memperlihatkan tidak adanya suatu pola tertentu dengan titik-titik yang ada, seperti pola gelombang, melebar, atau menyempit. karena disimpulkan, bahwa tidak terjadi gejala heteroskesdasitas.

Uji Model

Penelitian ini melakukan pengujian model regresi yakni, pengujian t, pengujian F serta pengujian determinasi.

Tabel 2. Coefficients

Model	Unstandardize Coefficient		Standardise Coefficient		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constanta)	5.948	2.034			2.925	.004
Religiusitas	.118	.056	.205		2.106	.038
Gaya Hidup	.517	.096	.524		5.390	.000

Sumber: data diolah, 2020

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 5,948 + 0,118 X_1 + 0,517 X_2$$

Berdasarkan pada hasil model regresi, maka dapat diberikan penjelasan yaitu:

1. Nilai konstanta diperoleh sebesar 5,948 maka berarti, apabila seluruh variabel independen dianggap konstan, yakni variabel religiusitas (X_1); Gaya Hidup (X_2), maka score atau nilai variabel keputusan (Y) sebesar 5,948.
2. Nilai koefisien regresi variabel religiusitas (X_1) yang diperoleh sebesar 0,118 yang artinya, jika variabel religiusitas (X_1) ditingkatkan 1 satuan, akan mempengaruhi nilai variabel keputusan nasabah (Y) yang juga akan meningkat sebesar 0,118 satuan dengan asumsi bahwa, variabel independen lainnya *ceteris paribus* atau bernilai tetap.
3. Nilai koefisien regresi variabel gaya hidup (X_2) yang diperoleh sebesar 0.517 yang artinya, jika variabel gaya hidup (X_2) dinaikkan 1 satuan, akan mempengaruhi nilai variabel keputusan nasabah (Y) yang juga akan meningkat sebesar 0,517 satuan dengan asumsi bahwa, variabel independen lainnya *ceteris paribus* atau bernilai tetap.

Uji t

Hasil pengujian t dapat dilihat dalam tabel 2 yang mana memperlihatkan nilai t hitung variabel religiusitas (X_1) adalah sebesar 2,106 sedangkan nilai t tabelnya adalah 1,984. Jadi disimpulkan bahwa, $2,106 > 1,984$. Selain itu, diperkuat dengan nilai *p value* dibandingkan dengan nilai tingkat signifikansi dengan hasil diperoleh $0,038 < 0,05$. Oleh karena itu, hipotesis 1 penelitian ini, dapat diterima. Hasil dari penelitian ini juga mengkonfirmasi hasil variabel religiusitas yang memiliki arah dengan pengaruh positif dan signifikan pada keputusan konsumen atau nasabah untuk keputusan pilihan jasa bank syariah.

Sedangkan hasil pengujian t hitung dalam tabel 2 juga memperlihatkan bahwa, variabel gaya hidup (X_2) diperoleh t hitung senilai 5,390 pada nilai t tabelnya adalah 1,984. Hasil tersebut menunjukkan bahwa, $5,390 > 1,984$. Hasil lainnya juga dapat melihat berdasarkan pada *p value* dengan membandingkan pada nilai tingkat signifikansi yaitu $0,00 < 0,05$. Jadi, dengan demikian hipotesis 2 penelitian ini, dapat diterima. Hasil penelitian juga dapat dijelaskan bahwa, variabel gaya hidup memiliki arah pengaruh positif yang signifikan pada keputusan konsumen atau nasabah untuk keputusan pilihan jasa bank syariah.

Uji F

Hasil perhitungan nilai F yang diperoleh, dapat dilihat pada tabel 3 *Annova*, sedangkan nilai F tabel yakni, 3,09. Jadi, nilai 40,084 > 3,09. Hasil pada tingkat *p value* yang dibandingkan dari nilai tingkat signifikansi yakni, 0,00 < 0,05. Jadi, dengan demikian hipotesis 3 pada penelitian ini, dapat diterima.

Tabel 3. Annova

		Sum of	Mean		
	Model	Squares	Df	Square	F
1	Regression	183.038	a2	91.519	40.084
	Residual	221.472	97	2.283	.000 ^a
	Total	404.510	99		

Sumber: data diolah, 2020

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel religiusitas dan gaya hidup memiliki arah pengaruh secara positif dan signifikan pada keputusan dari nasabah terhadap pilihan jasa dari bank syariah.

Uji Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi untuk dapat mengukur model regresi berganda untuk memberikan penjelasan terhadap variasi model variabel dependennya.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

		R	Adjusted	Std. Error	Durbin-
Model	R	Square	R Square	of the	Watson
				Estimate	
1	.673 ^a	.452	.441	1.51103	1.696

Sumber: data diolah, 2020

Hasil perhitungan diperoleh berdasarkan tabel 3, output nilai *R Square* diperoleh nilai 0,452. Dari hasil penelitian memperlihatkan variabel religiusitas (X1) dan variabel gaya hidup (X2) berkontribusi pada variabel keputusan nasabah (Y) adalah sebesar 45,2%. Untuk sisanya yakni, 54,8% dari faktor lain diluar model yang tidak ada dalam penelitian ini.

D. PEMBAHASAN

Pada hasil olah data statistik dan penelitian terdahulu, maka dapat dijelas sebagai berikut:

1. Pengaruh Variabel Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah untuk Memilih Jasa Perbankan Syariah di Kabupaten Mamuju

Hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa, variabel religiusitas memiliki arah pengaruh positif yang signifikan pada keputusan

konsumen atau nasabah. Hasil tersebut dapat dilihat melalui nilai signifikansi parameter individual dengan uji t, dimana nilai taraf signifikansi sebesar 0,038 yang berarti hasil ini lebih kecil dari nilai 0,05. Demikian juga dengan nilai t hitung, diperoleh nilai yang lebih besar dari nilai t tabelnya yakni 2,106 > 1,984. Sedangkan untuk nilai koefisien regresinya bernilai positif yaitu 0,118.

Pengaruh tingkat religiusitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa, pilihan nasabah pada bank syariah dengan determinan tingkat religiusitas yang tinggi akan berbanding pada peningkatan pilihan atau keputusan menggunakan jasa bank syariah. Dari penelitian ini maka dapat diartikan bahwa, tingkat religiusitas memiliki arti penting dalam menentukan keputusan nasabah bertransaksi menggunakan jasa bank syariah. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Glock dan Obvious (1966) dalam (Ancok dan Suroso, 2011), yang mana agama merupakan kerangka kerja dengan aturan yang cukup ketat, sehingga kedudukan nilai menjadi kerangka sistematis, kerangka keyakinan, kerangka penghargaan, dan kerangka perilaku, yang kesemuanya berfokus pada isu-isu yang dihayati sekaligus sebagai penentu dalam mengambil keputusan yang paling signifikan. Seperti halnya keputusan untuk bertransaksi dengan menggunakan jasa perbankan syariah.

Oleh karena itu hasil penelitian yang dilakukan ini sekaligus menguatkan dan membuktikan bahwa, tingkat atau kualitas religiusitas akan berdampak pada pilihan keputusan untuk jadi nasabah di bank-bank di Kabupaten Mamuju. Religiusitas sebagai salah determinan yang berpengaruh pada keputusan bagi nasabah. Pemahaman yang dimiliki nasabah terkait pandangan keagamaan dan haramnya pada transaksi riba menjadi satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pilihan nasabah. Dapat juga dikatakan bahwa, sifat konsumen untuk memperhatikan dan mendahulukan kepentingan akhirat dibandingkan kepentingan dunia dalam beraktivitas termasuk pilihan transaksi perbankan yang berbasis syariah.

Dalam penelitian ini hipotesis 1 dapat diterima yakni, variabel religiusitas dengan arah

pengaruh yang positif serta hasil signifikan terhadap keputusan nasabah untuk memilih jasa bank yang berbasis nilai syariah. Hasil pada penelitian lainnya, yakni (Kalsum et al., 2019) dan (Ningsih, 2017) mendapatkan hasil yang serupa bahwa, variabel religiusitas memiliki arah pengaruh positif yang signifikan pada pilihan keputusan nasabah terhadap jasa perbankan berbasis syariah.

Sekalipun demikian terdapat juga penelitian lain yang membuktikan sebaliknya dimana telah menemukan hasil bahwa tingkat religiusitas tidak berpengaruh terhadap pilihan pada bank syariah (Lajuni *et al.*, 2017). Sehingga menurut peneliti variabel religiusitas perlu lebih difokuskan pada menggali makna tentang tingkat pemahaman terkait aspek kerohanian atau nilai halal dan haram, bukan pada keuntungan atau manfaat yang diperoleh secara material tapi lebih kepada aspek yang *non* materil seperti nilai keakhiratan. Dengan demikian nilai religiusitas tidak selalu berbasis simbol atau nama saja dan manfaat tapi ditekankan pada nilai transendental. Jadi sekalipun tidak menguntungkan secara bisnis tetap menjadi pilihan karena semuanya fokus pada nilai-nilai yang dihayati dan mengikat individu tersebut, yakni nilai syariah islam yang mengikatnya. Tentu hasil tersebut dapat berbeda jika dilakukan dan diteliti oleh pemakai atau nasabah yang tidak beragama islam.

Berdasarkan hasil analisis, penulis dapat menjelaskan juga bahwa pengaruh religiusitas terhadap pilihan nasabah menggunakan jasa perbankan syariah dapat dipengaruhi karena adanya faktor yang bersifat internal dan faktor yang bersifat eksternal. Namun menurut penulis berdasarkan penelitian ini, bahwa faktor dari internal yang lebih dominan memiliki peluang mempengaruhi seseorang dalam berperilaku. Sebagaimana teori atribusi yang dikemukakan oleh Luthan (2005) bahwa, penyebab perilaku individu karena adanya faktor yang berasal dari eksternal, yakni oleh faktor luar seperti norma, nilai atau aturan dan tekanan lingkungan. Sedangkan faktor berasal dari dalam, seperti sikap, mental, karakter, kemampuan, sifat, dan lain-lain. Perilaku tersebut muncul karena dibatasi dari dalam diri seseorang.

2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Bank Syariah

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa, variabel gaya hidup memiliki pengaruh positif yang signifikan pada keputusan nasabah. Hasil tersebut dapat dilihat melalui nilai signifikansi parameter individual dengan uji t, dimana nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel $5,390 > 1,984$. Sedangkan untuk nilai koefisien regresinya bernilai positif yaitu 0,517. Hasil penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa, variabel gaya hidup akan berdampak pada pilihan keputusan untuk jadi nasabah di bank-bank di Kabupaten Mamuju.

Pandangan dan persepsi responden terhadap produk yang dimiliki bank syariah dengan pandangan yang baik. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa responden menerima prinsip-prinsip transaksi syariah yang dilakukan oleh perbankan syariah. Responden dapat menerima untuk menerapkan gaya hidup bertransaksi keuangan pada lembaga keuangan yang berbasis syariah. artinya bank syariah dapat memberikan jasa dan pelayanan sesuai yang diharapkan konsumen.

Seperti yang dikemukakan Kotler (2000) bahwa, gaya hidup dapat memberikan gambaran pada keseluruhan keadaan diri seseorang dalam interaksinya pada lingkungan. Tentunya, individu dari kelas sosial tertentu, karena perbedaan sub budaya misalnya, atau pekerjaan yang serupa dapat memiliki gaya dan pilihan hidup yang tidak sama.

Sebagaimana temuan dalam penelitian ini bahwa menunjukkan pula bahwa ada tuntutan pekerjaan untuk bertransaksi di Bank Syariah di Kabupaten Mamuju sehingga akan menjadi nasabah. Gaya hidup dalam pilihan pola hidup dengan mengekspresikan melalui berbagai aktivitas, menyalurkan minat, dan pandangannya pada bank syariah. Hasil penelitian ini peneliti juga dapat menjelaskan bahwa, adanya indikasi pada pilihan dan juga tuntutan pekerjaan dalam bertransaksi di Bank Syariah.

Jadi, hipotesis kedua penelitian ini terbukti bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk bank syariah. Penelitian ini sebagaimana temuan (Wahidah, 2018) bahwa,

gaya hidup memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan nasabah untuk memilih produk bank syariah.

Gaya hidup dapat menggambarkan pola hidup nasabah dalam berinteraksi terhadap lingkungannya. Perilaku nasabah tersebut tentunya dapat muncul karena adanya pengalaman hidup. Jadi, nasabah memperoleh pemahaman melalui belajar, berinteraksi, dan pengalaman dari lingkungan selama hidupnya. Hal tersebut sejalan dengan Haryoko *et al.*, (2020) bahwa, kualitas layanan sering menjadi ukuran kesempurnaan dari produk dan jasa selain desain. Sehingga menurut penulis bahwa konsumen memiliki banyak pertimbangan bahkan teknik baik secara subjektif, objektif dan pertimbangan nilai atau norma yang selektif untuk menentukan pilihan terhadap suatu produk atau jasa layanan bisnis. Karena layanan yang telah dirasakan melalui interaksi dengan bertransaksi di bank syariah, serta merasakan layanan jasa dari perbankan syariah, maka konsumen memiliki persepsi dan pendapat yang baik.

Oleh karena itu pihak perbankan dituntut untuk mampu meningkatkan permintaan pada produk perbankan syariah dengan melakukan perencanaan dan desain produk yang mampu memberikan dan meningkatkan pengetahuan dan minat yang kuat dari nasabah.

Dalam hal ini penulis juga berpandangan berdasarkan penelitian ini bahwa, faktor dari internal yang lebih dominan memiliki peluang mempengaruhi seseorang dalam berperilaku, yang dalam penelitian ini juga sebagai bagian dari gaya hidup. Ditemukan dalam penelitian ini, gaya hidup memiliki kontribusi dan pengaruh yang lebih besar. Sehingga dapat diidentifikasi dari aspek gagasan, ide, dan cara berpikir, dorongan masyarakat dalam bertransaksi perbankan untuk memiliki dan mental sikap dan sifat yang lebih bernuansa islami. Hasil ini juga mengkonfirmasi pendapat yang dikemukakan Kotler (2000) bahwa, gaya hidup dapat memberikan gambaran pada keseluruhan keadaan diri seseorang dalam interaksinya pada lingkungan. Jadi karena mayoritas penduduk dan subjek dari penelitian sebagian besar muslim, jadi dapat memberikan

gambaran gaya hidup masyarakat muslim yang mayoritas dengan memiliki respon yang baik dengan bertransaksi dengan jasa perbankan syariah.

Namun sebagaimana teori atribusi yang dikemukakan oleh Luthan (2005) bahwa, penyebab perilaku individu karena adanya faktor yang berasal dari eksternal, yakni oleh faktor luar seperti norma, nilai atau aturan dan tekanan lingkungan, maka terdapat pilihan karena ada pertimbangan yang berasal dari eksternal seperti tempat tinggal, aturan dan ketentuan dari tempat kerja.

3. Pengaruh Simultan Religiusitas dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Bank Syariah

Hasil yang diperoleh juga memperlihatkan bahwa, variabel religiusitas dan variabel gaya hidup secara simultan atau bersama-sama memiliki arah pengaruh yang positif dengan signifikan pada keputusan pada nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah. Hasil ini dengan melihat nilai F hitung yang diperoleh dimana lebih besar dari pada F tabel yakni, 40,084. Sedangkan nilai F tabel yakni, 3,09. Jadi $40,084 > 3,09$. Selain itu, diperkuat dengan nilai *p value* dibandingkan nilai tingkat signifikansi, yakni $0,000 < 0,05$. Temuan untuk penelitian ini juga sesuai dengan teori atribusi, yakni tentang penyebab perilaku individu. Menurut Teori Atribusi bahwa, penyebab perilaku karena adanya faktor atau sebab yang bersifat internal seperti sikap individu, karakternya, sifat individu, kemampuan yang dimilikinya, dan lain sebagainya (Luthan, 2005). Perilaku konsumen atau nasabah yang diuji dalam penelitian ini menguatkan bahwa pilihan nasabah karena adanya faktor internal, yang merupakan perilaku yang dikendalikan oleh individu, dalam hal sikap, sifat, karakter dan kemampuan. Sedangkan perilaku yang muncul karena adanya faktor eksternal perlu diuji dan dilakukan dan dikembangkan oleh peneliti yang lain.

Jadi menurut penulis faktor internal sebagai faktor yang memiliki pengaruh besar terhadap perilaku dan pengambilan keputusan karena faktor internal lebih kuat dapat dikendalikan oleh seseorang, sekalipun faktor eksternal juga akan memberikan pengaruh terhadap keputusan

bersikap dan berperilaku. Sehingga dalam penelitian ini faktor religiusitas dan gaya hidup sekalipun memiliki pengaruh yang positif dan signifikan namun pengaruhnya masih relatif kecil dibandingkan dengan faktor-faktor lain yang tidak diuji dalam model penelitian ini.

Namun tentunya keputusan nasabah dalam memanfaatkan jasa perbankan syariah juga tentu tidak lepas dari penilaian dan manfaat yang dirasakan dengan melakukan transaksi sebagai nasabah di bank syariah, sehingga konsumen merasakan adanya perbedaan dalam hal nilai, jenis layanan, manfaat, dan terutama kepuasan yang dirasakan. Hal ini sebagaimana pendapat menurut hasil penelitian Haryoko *et al.*, (2020) bahwa, kualitas layanan sering menjadi ukuran kesempurnaan dari produk dan jasa selain desain.

Namun penelitian ini telah dapat membuktikan bahwa tingkat religiusitas seseorang dan gaya hidup yang tertuang dalam pola hidup masyarakat Kabupaten Mamuju dapat mencerminkan bahwa masyarakat yang mengedepankan dan memperhatikan nilai akhirat dengan mempertimbangkan transaksi riba dalam bertransaksi di perbankan, di samping kepentingan dunia untuk mendapatkan keuntungan dalam melakukan transaksi perbankan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari analisis dan pembahasan pada penelitian ini, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa:

1. Tingkat religiusitas memiliki arah pengaruh yang positif dengan signifikan pada keputusan dari nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah.
2. Gaya hidup memiliki arah pengaruh yang positif secara signifikan atas keputusan dari nasabah untuk memilih jasa perbankan syariah.
3. Religiusitas dan gaya hidup memiliki arah pengaruh positif secara signifikan dan juga jika diuji secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan nasabah untuk memilih jasa perbankan syariah.

Adapun saran-saran dalam penelitian ini yakni, untuk peneliti lainnya menambah jumlah sampel lain dan mengujinya dengan model analisis yang lebih kompleks, sehingga diperoleh hasil penelitian yang mampu mencerminkan

banyak hal yang dapat berpengaruh terhadap keputusan dari nasabah dalam memilih perbankan syariah.

Saran bagi entitas perbankan syariah untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan, jumlah produk, serta patuh pada ketentuan dan standar syariah yang berbeda dengan bank konvensional.

Saran untuk masyarakat Kabupaten Mamuju, khususnya yang beragama Islam diharapkan agar terus meningkatkan pemahaman terhadap perbankan syariah. Hal ini sebagai bentuk dari kesadaran sebagai umat Islam untuk mengamalkan kehidupan sesuai dengan ajaran Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, D dan Suroso, F.N. (2011). Psikologi Islam. (Solusi Islam atas Problem Psikologi). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kotler, Philip. (2000). Manajemen Pemasaran Di Indonesia. Jakarta: Salemba Empat
- Luthan, Fred. (2005). Perilaku Organisasi. Edisi Sepuluh. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Muhamad. (2016). Akuntansi Syari'ah Untuk Perbankan Syariah (Teori dan Praktik). Yogyakarta: STIM YKPN
- Otoritas Jasa Keuangan diakses melalui <http://ojk.co.id> pada tanggal 25 November 2019 pukul 11.00 WITA
- Al Quran Al huffaz. Al Quran Hafalan Mudah. Bandung: Cordoba
- BPS Mamuju. (2021). *Kabupaten Mamuju Dalam Angka 2021*.
<https://doi.org/10.22146/mgi.35166>
- Cakti Indra Gunawan, & dkk. (2017). *Buku Strategi Perbankan Syariah* (Issue 1).
- Haryoko, U. B., Delimah Pasaribu, V. L., & Ardiyansyah, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firmam Dekorasi (Wedding Organizer). *Point*, 2(1). <https://doi.org/10.46918/point.v2i1.566>
- Kalsum, S. U. M. I., Ekonomi, F., & Bisnis, D. A. N. (2019). SYARIAH (*Studi pada Bank Syariah Mandiri KCP . Boyolali*) SYARIAH (*Studi pada Bank Syariah Mandiri KCP . Boyolali*).
- Lajuni, N., Wong, W., Ming, P., Yacob, Y., Ting, H., & Jausin, A. (2017). Intention to Use Islamic Banking Products and Its Determinants. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(1), 329–333.
- Metris, D., & Izhari, F. (2020). Budaya Dan Manajemen Kinerja. *Point*, 2(2), 87–94. <https://doi.org/10.46918/point.v2i2.724>

- Ningsih, J. S. (2017). Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas dan Disposable Income Terhadap Minat Menabung di Perbankan Syariah. In *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung*.
- OJK. (2008). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 21 TAHUN 2008 TENTANG PERBANKAN SYARIAH*.
<http://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/regulasi/undang-undang/pages/undang-undang-nomor-21-tahun-2008-tentang-perbankan-syariah.aspx#:~:text=Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah,-2 Dec 2013&text=Mengatur tentang prinsip syariah yan>
- Setiasih, D. P. (2011). *Analisis Persepsi, Preferensi, Sikap dan Prilaku Dosen Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Dosen Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang)*.
- Suratno. (2019). 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). *Purwokerto: IAIN Purwokerto*.
- Wahidah, M. F. (2018). Analisis Pengaruh Promosi, Motivasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah dengan Minat Sebagai variabel Intervening (Studi Kasus pada Nasabah BRI Syariah Cabang MT. Haryono Semarang). *Skripsi*, 18.
- Statistik Perbankan Syariah. (2019 Maret). Diakses melalui <http://bi.go.id> pada tanggal 25 November 2019 pukul 11.00 WIB
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen Dalam Pemasaran. (Teori dan Penerapannya)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang. (2013). *Perilaku Konsumen serta Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenali Konsumen*. Yogyakarta: CAPS
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta