

**PENGARUH RELIGIUSITAS DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH BANK SYARIAH**

(Studi Kasus Masyarakat Kaliwungu Selatan dan Kaliwungu)

SKRIPSI

Di Susun Guna Melengkapi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1

Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Oleh :

FEPTI NUR ISMIYATI

NIM 1905036104

PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2023

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl.Prof DR.HAMKA (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691. Semarang

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Fepti Nur Ismiyati

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Fepti Nur Ismiyati

NIM : 1905036104

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : "PENGARUH RELIGIUSITAS DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH BANK SYARIAH (STUDI KASUS MASYARAKAT KALIWUNGU SELATAN DAN KALIWUNGU)"

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera di munaqosahkan .

Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pembimbing I


Dr. H. Imam Yahya, M.Ag.

NIP : 197004101995031001

Semarang, 21 Juni 2023

Pembimbing II


Dessy Noor Farida, SE., M.Si., Akt.

NIP : 197912222015032001

PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. DR. HAMKA (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691. Semarang

Nama : Fepti Nur Ismiyati
NIM : 1905036104
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **“Pengaruh Religiusitas dan Kepercayaan masyarakat Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kaliwungu dan Kaliwungu Selatan)”**

Telah diuji munaqasyah oleh Dewan Peguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal 26 Juni 2023

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana Strata 1 tahun akademik 2022/2023

Semarang, 11 Juli 2023

Ketua Sidang


Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag.
NIP. 197003211996031003

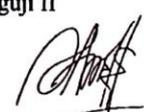
Sekretaris Sidang


Dessy Noor Farida, SE., M.Si, AK CA
NIP. 198312012015032004

Penguji I


Dr. H. Khoirul Anwar, M.Ag.
NIP. 1969042101996031002

Penguji II


Naili Saadah, SE., M.Si, Akt.
NIP. 198803312019032012

Pembimbing I


Dr. H. Imam Yasya, M.Ag.
NIP. 197004101995031001

Pembimbing II


Dessy Noor Farida, SE., M.Si, AK CA
NIP. 198312012015032004



MOTTO

“Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan,”

(QS. Al-Insyirah:5)

“Jika kamu tidak dapat berhenti memikirkannya, maka bekerja keraslah untuk mendapatkannya”

- Michael Jordan -

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur atas rahmat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang penulis nantikan syafaat-Nya di hari Akhir nanti. Alhamdulillah dengan rasa bahagia dan bangga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tugas Skripsi ini dengan baik, dengan ini Skripsi saya persembahkan kepada :

1. Kepada Ibu saya Siti Nur Sholihah yang sudah menjadi motivasi terbesar saya untuk segera menyelesaikan tugas ini, selalu memberikan support dan doa yang tiada hentinya selama ini hingga penulis dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik.
2. Kepada kakak saya Endah Lailatul Mutoharoh yang selalu memberikan motivasi semangat dan selalu menemani saya dalam keadaan apapun.
3. Diri saya Fepti Nur Ismiyati yang telah menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
4. Teman-temanku, khususnya Shelly Devi Fujiyanti, Eka Septafiana, Uyun Wulan Afriana, Enggar Setyowati, Nilla Savira, Af'idatunnisa, Diella Islamy, yang selalu menemani dan memberi dukungan dalam kondisi apapun.
5. Kepada Bapak Dr.H. Imam Yahya,M.Ag. selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Dessy Noor Farida, SE.,M.Si.,Akt. selaku dosen pembimbing II. Yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini dengan baik.
6. Almamaterku, UIN Walisongo Semarang yang menjadi kebanggaan.

DEKLARASI

Dengan kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan, demikian skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi sebagai bahan rujukan.

Semarang, 22 Juni 2023

Deklarator



Fepti Nur Ismiyati

NIM 1905036104

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi merupakan hal yang sangat penting dalam skripsi karena pada umumnya terdapat istilah arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf arab dan disalin ke huruf latin. Untuk menjamin konsistensi perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

| | | |
|--------|--------|-------|
| ء = ‘ | ز = z | ق = q |
| ب = b | س = s | ك = k |
| ت = t | ش = sy | ل = l |
| ث = ts | ص = sh | م = m |
| ج = j | ض = dl | ن = n |
| ح = h | ط = th | و = w |
| خ = kh | ظ = zh | ه = h |
| د = d | ع = ‘ | ي = y |
| ذ = dz | غ = gh | |
| ر = r | ف = f | |

B. Vokal

اَ = a

اِ = i

اُ = u

C. Diftong

اِي = ay

اُو = aw

D. Syaddah (-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda (ّ)

E. Kata Sandang (...ال)

Kata sandang (...ال) ditulis dengan *al...* misalnya الصنعة = *al-shina'ah*. *Al* ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbutah (ة)

Setiap *ta' marbutah* ditulis dengan "h" misalnya المعيشية الطبيعية = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas dan kepercayaan masyarakat terhadap keputusan memilih bank syariah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis sumber data primer dan sekunder, dengan populasi sebanyak 119.626 dan sampel sebanyak 100 responden masyarakat Kaliwungu Selatan dan Kaliwungu. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala pengukuran yaitu skala likert. Teknik analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda yang diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah dengan nilai t hitung sebesar 0,884 lebih kecil dari t tabel sebesar 1,984. Dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah dengan nilai t hitung sebesar 8,021 lebih besar dari t tabel sebesar 1,984. Dari uji koefisien determinasi menunjukkan hasil sebesar 0,429 , yang artinya pengaruh religiusitas dan kepercayaan masyarakat terhadap keputusan memilih bank syariah sebesar 42,9% dan 57,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian.

Kata Kunci : Religiusitas, Kepercayaan, dan Keputusan Memilih Bank Syariah

Abstract

This study aims to determine the effect of religiosity and public trust on the decision to choose an Islamic bank. This study used quantitative methods with primary and secondary data sources, with a population of 119.626 and a sample of 100 respondents from the people of South Kaliwungu and Kaliwungu. Data collection used a questionnaire with a measurement scale, namely the Likert scale. The analysis technique used was multiple linear regression which was processed using the SPSS version 21 application.

The results showed that religiosity had no positive and significant effect on the decision to choose an Islamic bank with a t-count of 0.884 which is smaller than a t-table of 1.984. And trust has a significant positive effect on the decision to choose an Islamic bank with a t-value of 8.021 greater than a t-table of 1.984. The coefficient of determination test shows a result of 0.429, which means that the influence of religiosity and public trust on the decision to choose an Islamic bank is 42.9% and 57.1% is influenced by other variables not included in the study.

Keywords: Religiosity, Trust, and the Decision to Choose an Islamic Bank

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya kepada kita semua. Shalawat serta salam peneliti panjatkan kepada baginda Nabi Agung Muhammad SAW yang kita nantikan syafa'at-Nya di hari akhir kelak. Pada akhirnya peneliti mengucapkan alhamdulillah karena dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH RELIGIUSITAS DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH BANK SYARIAH (STUDI KASUS MASYARAKAT KALIWUNGU SELATAN DAN KALIWUNGU)”** sebagai syarat memperoleh gelar S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan skripsi ini dapat selesai berkat do'a, bantuan dari pihak bimbingan dan dorongan serta perhatiannya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Heny Yuningrum, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah
4. Dr. Setyo Budi Hartono, M.Si., selaku dosen wali yang selalu memberikan saran dan masukan selama peneliti menempuh pendidikan di UIN Walisongo Semarang.
5. Prof.Dr. H. Imam Yahya, M.Ag., selaku dosen pembimbing I dan Dessy Noor Farida, SE., M.Si., Akt., selaku dosen pembimbing II yang senantiasa sabar dalam memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi.
6. Segenap Dosen serta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya Program SI Perbankan Syariah.
7. Perpustakaan pusat UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan pengetahuan dari buku- bukunya yang memberikan rujukan penelitian.

8. Keluarga Tercinta, kedua orang tua saya Bapak Alm. Ismam dan Ibu Siti Nur Sholihah serta kakak saya Endah Lailatul Mutoharoh yang tulus memberikan kasih sayang, support, dan do'a yang tiada henti untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Responden, yaitu masyarakat Kaliwungu Selatan dan Kaliwungu yang bersedia mengisi kuesioner guna tercapainya penelitian ini.
10. Semua pihak yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga segala kebaikan yang telah mereka berikan mendapatkan kebaikan dan keberkahan dari Allah Swt. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu dibutuhkan kritik dan saran yang membangun guna tercapainya karya ilmiah yang lebih baik lagi kedepannya. Harapan peneliti semoga apa yang terkandung dalam penelitian ini dapat memebrikan manfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Semarang, 22 Juni 2023

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| PERSETUJUAN PEMBIMBING..... | i |
| PENGESAHAN | ii |
| MOTTO | iii |
| PERSEMBAHAN..... | iv |
| DEKLARASI..... | v |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN | vi |
| ABSTRAK..... | viii |
| KATA PENGANTAR | x |
| DAFTAR ISI..... | xii |
| DAFTAR TABEL..... | xv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xvii |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 8 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 8 |
| BAB II..... | 10 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1 Religiusitas..... | 10 |
| 2.1.1 Pengertian Religiusitas..... | 11 |
| 2.1.2 Pengertian Religiusitas Menurut Para Ahli..... | 14 |
| 2.1.3 Dimensi Religiusitas | 15 |
| 2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas..... | 17 |
| 2.2 Kepercayaan..... | 20 |
| 2.2.1 Pengertian Kepercayaan..... | 20 |
| 2.3 Keputusan memilih | 23 |
| 2.3.1 Pengertian keputusan | 23 |
| 2.3.2 Proses Pengambilan Keputusan | 25 |

| | | |
|------------------------|---|----|
| 2.4 | Penelitian Terdahulu | 29 |
| 2.5 | Kerangka pemikiran Teoritik | 35 |
| 2.6 | Hipotesis | 35 |
| BAB III | | 38 |
| METODE PENELITIAN..... | | 38 |
| 3.1 | Sumber data | 38 |
| 3.1.1 | Data primer | 38 |
| 3.1.2 | Data sekunder..... | 38 |
| 3.2 | Populasi dan sampel..... | 38 |
| 3.2.1 | Populasi..... | 38 |
| 3.2.2 | Sampel..... | 39 |
| 3.3 | Teknik pengumpulan data..... | 40 |
| 3.4 | Instrumen Penelitian | 40 |
| 3.4.1 | Uji Validitas | 40 |
| 3.4.2 | Uji Reliabilitas | 41 |
| 3.5 | Teknik Analisis Data..... | 41 |
| 3.5.1 | Uji Asumsi Klasik..... | 41 |
| 3.6 | Teknik Analisis Regresi Linear Berganda | 43 |
| 3.7 | Uji Hipotesis | 43 |
| 3.7.1 | Uji Parsial (Uji t)..... | 43 |
| 3.7.2 | Uji secara Bersama-sama (Uji F)..... | 44 |
| 3.7.3 | Koefisien Determinasi (R^2)..... | 44 |
| 3.8 | Definisi Operasional Variabel..... | 44 |
| BAB IV | | 46 |
| PEMBAHASAN..... | | 46 |
| 4.1 | Deskripsi Objek Penelitian..... | 46 |
| 4.1.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 46 |
| 4.2 | Analisis Deskripsif..... | 47 |
| 4.2.1 | Karakteristik Responden..... | 48 |
| 4.3 | Hasil Penelitian | 50 |
| 4.3.1 | Uji Validitas | 50 |
| 4.3.2 | Uji Reliabilitas | 52 |
| 4.3.3 | Uji Normalitas..... | 53 |
| 4.3.4 | Uji Multikolinearitas | 54 |

| | | |
|---------------------------|--|----|
| 4.3.5 | Uji Heteroskedastisitas..... | 55 |
| 4.3.6 | Uji Analisis Regresi Linier Berganda | 56 |
| 4.3.7 | Uji t | 57 |
| 4.3.8 | Uji F | 58 |
| 4.3.9 | Uji koefisien Determinasi (R^2)..... | 59 |
| 4.4 | Pembahasan..... | 60 |
| BAB V | | 64 |
| PENUTUP | | 64 |
| 5.1 | Kesimpulan | 64 |
| 5.2 | Saran | 65 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 67 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | | 70 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP..... | | 89 |

DAFTAR TABEL

| | |
|-----------------|----|
| Tabel 2.1..... | 29 |
| Tabel 3.1..... | 44 |
| Tabel 4.1..... | 48 |
| Tabel 4.2..... | 48 |
| Tabel 4.3..... | 49 |
| Tabel 4.4..... | 49 |
| Tabel 4.5..... | 51 |
| Tabel 4.6..... | 51 |
| Tabel 4.7..... | 52 |
| Tabel 4.8..... | 52 |
| Tabel 4.9..... | 53 |
| Tabel 4.10..... | 55 |
| Tabel 4.11..... | 56 |
| Tabel 4.12..... | 56 |
| Tabel 4.13..... | 58 |
| Tabel 4.14..... | 59 |
| Tabel 4.15..... | 60 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-----------------|----|
| Gambar 2.1..... | 35 |
| Gambar 4.1..... | 54 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1 Kuesioner..... | 70 |
| Lampiran 2 Tabulasi Data..... | 72 |
| Lampiran 3 Hasil Uji Validitas 30 Responden | 80 |
| Lampiran 4 Hasil Uji Validitas 100 Responden | 82 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden..... | 84 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas 100 Responden..... | 85 |
| Lampiran 7 Uji Normalitas | 85 |
| Lampiran 8 Uji Multikolinearitas..... | 86 |
| Lampiran 9 Uji Heteroskedastisitas | 86 |
| Lampiran 10 Uji Regresi Linier Berganda | 87 |
| Lampiran 11 Uji t | 87 |
| Lampiran 12 Uji F..... | 87 |
| Lampiran 13 Uji Koefisien Determinasi | 88 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan ekonomi syariah semakin pesat ditandai dengan semakin banyaknya lembaga keuangan syariah dan lembaga bisnis syariah. Selain itu, secara akademik ekonomi syariah juga berkembang ditandai dengan semakin banyak perkuliahan dibidang ekonomi syariah di perguruan tinggi Islam atau umum, juga merebaknya lembaga dan organisasi yang fokus pada kajian dan pengembangan ekonomi syariah.¹ Pertumbuhan ekonomi islam merupakan sebuah upaya wujud dari upaya menerjemahkan Islam sebagai Rahmatan lil'alam. Pilar utama perkembangan ekonomi Islam yaitu dengan berdirinya salah satu Bank syariah.²

Indonesia sebagai negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam dan merupakan terbesar di dunia telah merasakan kebutuhan adanya bank yang diharapkan bisa memberikan kemudahan melalui jasa perbankan kepada semua umat Islam dan penduduk di Indonesia yang beroperasi tanpa riba.³ Perkembangan perbankan di Indonesia telah mengalami banyak perubahan. Terpisah disebabkan oleh factor eksternal yang saat ini masing-masing bank bersaing untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Pertumbuhan bank tidak terlepas dari pengaruh internal bank yang bersangkutan.⁴

Sebagai regulator, Bank Indonesia memberikan perhatian khusus dan bersungguh-sungguh dalam upaya mendorong perkembangan perbankan syariah di Indonesia. Keinginan akan keberadaan Bank Indonesia ini sangat

¹ Muhammad Zuhirsyan and Nurlinda Nurlinda, 'Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah', *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2.2 (2021), 114–30.

² Ahmad Faturrahman, 'Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2019), 1689–99.

³ Dedi Iskanto, 'Analisis Peranan Religiusitas Terhadap Kepercayaan Kepada Perbankan Syariah', *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 2, 2017, 206.

⁴ Heni Noviarita and others, 'The Impact of Leadership , Motivation , Discipline , and Wages on The Performance of Sharia Bank Employees Idzam Fautau', 12 (2021), 141–74.

besar karena percaya perbankan syariah nantinya akan membawa “Maslahat” bagi peningkatan dan kesejahteraan ekonomi dan juga pemerataan kesejahteraan masyarakat sehingga kehadiran bank syariah merupakan kebutuhan.⁵

Dengan latar belakang itu maka pada tahun 1991 didirikanlah bank syariah pertama di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia. Pendirian bank syariah ini diikuti dengan pendirian bank-bank syariah lainnya termasuk unit-unit syariah di sejumlah bank konvensional. Meski perbankan syariah telah memberikan kontribusinya sejalan dengan peran strategisnya sebagai sarana bagi masyarakat yang ingin menjalankan kegiatan perekonomiannya sesuai syariah, namun posisinya didalam perbankan nasional masih tergolong kecil.⁶

Bank sendiri merupakan lembaga keuangan yang mempunyai fungsi utama yaitu menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat, serta memberikan pelayanan dalam bentuk jasa-jasa perbankan. Sumber dana bank terbesar berasal dari dana pihak ketiga dalam bentuk simpanan. Sesuai dengan fungsi bank sebagai lembaga intermediasi, bank dapat menghimpun dana secara langsung dari masyarakat.⁷ Sedangkan Bank syariah merupakan bank yang dalam melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan pada prinsip syariah atau islam, yaitu adanya perjanjian atau akad antara bank dengan pihak lain yakni nasabah berdasarkan hukum islam.⁸ Dalam menjalankan kontrak kerja atau perjanjian, pemangku kepentingan harus menjaga amanah dan tidak saling mengkhianati, agar kerjasama antara bank dengan nasabah dapat berjalan dengan baik untuk saling memenuhi kebutuhannya.⁹

Seiring berjalannya waktu, pertumbuhan perbankan syariah begitu

⁵ Isra Misra, Muhammad Ragil, And Muhammad Iqbal Fachreza, 'Manajemen Perbankan Syariah', Yogyakarta: K-Media, 2021, 1 .

⁶ mega Usvita And Simpang Empat, 'Pengaruh Religiusitas Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Nagari Syariah Kcp Simpang Empat', e-Jurnal Apresiasi Ekonomi, 9, 2021 , h.47-53.

⁷ Ismail, 'Akuntansi Bank (Teori Dan Aplikasi Dalam Rupiah)', Jakarta: Kencana, 2011, h. 12.

⁸ Veitzal Rivai dkk, 'Bank and Financial Institution Management(Coventional and Sharia System)', Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007, h. 758.

⁹ Agriyanto Ratno, Dessy Noor Farida, Azizah Setiyawati, 'Pengaruh *Good Corporate Governance, Free Cash Flow*, dan Perencanaan Pajak pada Manajemen Laba', Jurnal At-Taqadum, 13, 2021, hal. 4.

signifikan. Apalagi dengan adanya penggabungan antara 3 Bank Syariah menjadi satu yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Hal ini menjadikan Bank Syariah lebih menonjol dan mampu bersaing dengan perbankan konvensional. Perbankan syariah menjadi salah satu alternative bagi masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan. Saat ini kegiatan manusia tidak bisa terlepas dari kegiatan Bank, contohnya seperti menabung, transfer untuk anggota keluarga, untuk pembayaran sekolah pun saat ini menggunakan jasa perbankan.

Sehingga masyarakat semakin peduli dan membutuhkan keberadaan Bank Syariah, yang pada akhirnya membuat mereka berpindah dari nasabah Bank Konvensional menjadi nasabah Bank Syariah. Ada beberapa factor yang menyebabkan perpindahan tersebut seperti saat ini banyak informasi dari social media yang beredar di tengah masyarakat tentang haramnya riba dalam agama islam. Sebagai seorang muslim hendaknya menjalankan apa yang diperintah-Nya dan menjahui apa yang dilarang-Nya. Setiap orang memiliki tingkat pemahaman agama yang berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Menurut Sari (2011) dalam jurnal, religiusitas dapat menciptakan tatanan kehidupan yang lebih baik meskipun terdapat perbedaan suku, ras, golongan maupun agama. Unsur agama sebagai dasar dari semua aktivitas kehidupan, ini membutuhkan waktu untuk memahami agama dan kepercayaan yang di anutnya sebab agama adalah sumber makna hidup.¹⁰

Religiusitas merupakan sumber dari segala sumber sesuatu yang menjadi tuntunan atau tolak ukur individu dalam mencari kebenaran untuk menjalankan suatu ibadah bagi seorang individu, religiusitas cenderung kepada besarnya sikap seseorang kepada kepatuhan dan pengabdianya terhadap agama yang dianutnya.¹¹ Religiusitas (tingkat pemahaman agama) mempunyai peran dalam menentukan suatu keputusan memilih Bank Syariah. Perintah larangan mempraktikkan riba ini sangat mempengaruhi

¹⁰ Afendi Arif dan Abdul Ghofur, '*Spiritual Well-Being and Religious Commitment in Explaining Customer Satisfaction and Loyalty in Sharia Banking*', *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 12, 2021, hal. 100.

¹¹ D Alawiyah Tutty dan Mochlasin, '*Peran Kepercayaan Dalam Memoderasi Pengaruh Sales Promotion, Advertisig Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menbung*', 9 (2021), 257–68.

perilaku umat Islam dalam melaksanakan kegiatan ekonomi, setahap demi setahap konsumen muslim melakukan berbagai bentuk kegiatan ekonomi yang sesuai dengan ajaran Islam, yaitu berusaha menghindari semua kegiatan atau transaksi yang terdapat riba.

Pertumbuhan bank syariah yang cukup pesat dalam sepuluh tahun terakhir memberikan bukti bahwa semakin tingginya minat konsumen muslim untuk melaksanakan sistem ekonomi Islam. Ini menunjukkan bahwa ajaran Islam mempunyai peran bagaimana konsumen muslim berperilaku dalam menjalankan kegiatan ekonominya. Oleh karena itu semakin tinggi tingkat religi seseorang maka akan semakin mengerti mengenai batasan-batasan halal haram akan riba dan selalu tunduk dan patuh terhadap aturan-aturan agama yang mendorong keputusannya untuk memilih perbankan syariah.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tutty Alawiyah (2021) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *religiusitas* dengan keputusan menabung. Bahwa *religiusitas* sebagai acuan untuk berpedoman hidup dalam melakukan kegiatan sehari-hari begitu pula dalam melakukan transaksi sebagai umat muslim hendaknya menjauhi riba dengan menggunakan jasa syariah.¹² Namun sebaliknya Dalam penelitian Ananda Fadila Widodo (2022) bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah di Kota Salatiga. Hal tersebut memperlihatkan bahwa religiusitas berpengaruh positif atau meningkat namun tidak mempengaruhi keputusan masyarakat Salatiga memanfaatkan bank syariah. Masyarakat lebih tertarik pada digital banking yang ada pada bank syariah sehingga religiusitas bukanlah factor utama yang mendorong keputusan masyarakat Salatiga dalam memilih bank syariah.¹³

Selain religiusitas, kepercayaan juga menjadi salah satu hal yang

¹² Alawiyah Tutty Dan Mochlasin, ' Peran Kepercayaan Dalam Memoderasi Pengaruh *Sales Promotion, Advertisig* Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung' .Jurnal Hukum Dan Pembangunan Ekonomi, 9 (2021), 257–68.

¹³ Ananda Fadila Widodo, "Pengaruh Digital Banking, Literasi Keuangan dan Religiusitas Terhadap Keputusan nasabah Memilih Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening", Skripsi, (Salatiga: IAIN Salatiga, 2022)

sangat dipertimbangkan dalam dunia perbankan. Karena pada dasarnya bank hanyalah sebagai lembaga perantara antara nasabah yang menyimpan dana dengan nasabah yang memerlukan dana. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosialnya, ketika seseorang mengambil keputusan ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihan-pilihan yang lebih dapat ia percaya dari pada yang kurang dipercayainya. Selain itu timbulnya kepercayaan adalah suatu keunggulan atau atribut yang dapat menjadi daya tarik bagi nasabah terhadap suatu perbankan. Reputasi yang dimiliki oleh perbankan syariah menjadi penting untuk membangun kepercayaan, karena pada label syariah akan menimbulkan sikap percaya terhadap kepatuhan perbankan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah.¹⁴

Dasar utama kegiatan perbankan adalah kepercayaan baik dalam penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Masyarakat akan mau menyimpan dana di bank apabila dilandasi kepercayaan. Dalam fungsi ini akan dibangun kepercayaan baik dari pihak penyimpan dana maupun dari pihak bank dan kepercayaan ini akan terus berlanjut kepada pihak debitur. Kepercayaan ini sangat penting untuk, sebab dengan adanya rasa percaya akan menguntungkan bagi semua pihak baik dari segi penyimpanan dana, penghimpunan dana, maupun pihak penerima penyaluran dana. Dengan demikian semakin tinggi kepercayaan masyarakat terhadap pihak bank maka semakin tinggi pula dana pihak ketiga yang akan masuk pada bank tersebut.¹⁵

Menurut Kotler (1997) kepercayaan adalah suatu pemikiran deskriptif yang dianut seseorang tentang sesuatu.¹⁶ Kepercayaan bisa menjadi salah satu sebab dari akibat terbentuknya perilaku seseorang terhadap orang lain. Bank Syariah adalah bank yang dimana seluruh kegiatan operasionalnya diatur dan berjalan sesuai dengan aturan agama, akan tetapi bias terjadi beberapa oknum yang tidak menjalankan operasional sebagaimana mestinya. Hal seperti ini

¹⁴ Mega Usvita and Simpang Empat, 'Pengaruh Religiusitas Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Nagari Syariah Kcp Simpang Empat', e-Jurnal Apresiasi Ekonomi, 9, 2021, 47-53.

¹⁵ Dianing Ratna Wijayani, 'Kepercayaan Masyarakat Menabung Pada Bank Umum Syariah', 8.1 (2017), h.1-12.

¹⁶ Philip Kotler, 'Prinsip-Prinsip Pemasaran, (Jakarta : PT Gelora Aksara Pratama, 1997), h. 172.

dapat menyebabkan turunnya kepercayaan masyarakat terhadap syariahnya suatu bank syariah. Ini berarti bahwa kepercayaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam memilih bank syariah.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Imro'atus Solekhah (2020) menunjukkan hasil bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih jasa Bank Syariah. Karena berdasarkan kuesioner penelitian variabel kepercayaan menunjukkan bahwa asumsi pada indikator brand reliability mempunyai pengaruh yang lebih dominan. Sehingga, karyawan di Bank Syariah memberikan pelayanan yang terbaik sesuai harapan.¹⁷ Namun pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aprilia Dwi Anggarini (2016) menunjukkan hasil bahwa secara parsial, kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penggunaan fasilitas Anjungan Tunai Mandiri(ATM) Bank Syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi penggunaan fasilitas Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Bank Syariah, namun kenaikan kepercayaan ini tidak signifikan atau pada tingkat yang rendah.¹⁸

Daerah Kaliwungu yang terkenal kota santri dimana dalam daerah ini banyak sekali berdiri pondok pesantren yang diminati oleh para santri dari berbagai wilayah. Hal ini membuat paradigma bahwasanya mayoritas masyarakat kaliwungu mempunyai tingkat religiusitas yang tinggi. Dengan tingkat religiusitas ini dapat diartikan bahwa masyarakat kaliwungu memahami akan syariat agama. Sehingga menjadikan masyarakat melakukan kegiatan ekonomi sesuai dengan syariat agama islam. Salah satunya yaitu masyarakat memilih bank syariah dibandingkan bank konvensional. Untuk kegiatan menabung ataupun untuk sekedar transfer. Karena pada bank konvensional terdapat adanya riba, padahal riba dilarang dalam agama islam. Dengan tingginya tingkat religiusitas apakah akan mendorong rasa percaya masyarakat kepada Bank Syariah bahwa operasional nya sesuai dengan

¹⁷ Imro'atus Solekhah, "Pengaruh Kepercayaan, Pengetahuan, dan Motif Rasional Terhadap Keputusan Mahasiswa memilih Jasa Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah IAIN Tulungagung)", (Tulungagung:Skripsi, 2020).

¹⁸ Aprilia Dwi Anggraini, "Pengaruh Kepercayaan, Persepsi manfaat dan Perilaku Nasabah Terhadap Penggunaan fasilitas Anjungan Tunai Mandiri(ATM) Bank Syariah", (Tulungagung:Skripsi,2016).

syariat agama Islam.

Akan tetapi di daerah Kaliwungu tidak terdapat bank syariah yang dekat, sebaliknya di sini justru banyak bank konvensional yang memudahkan untuk bertransaksi dalam dunia perbankan. Pada daerah Kaliwungu terdapat beberapa pondok pesantren yang lebih banyak dibandingkan Kaliwungu Selatan. Kemungkinan yang lain bahwa para pekerja membuka rekening di Bank Syariah karena tuntutan dari pekerjaan, kemudian para mahasiswa UIN membuka rekening di Bank Syariah karena dari pihak kampus hanya menyediakan fasilitas Bank Syariah.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai pengaruh religiusitas masyarakat dan kepercayaan terhadap keputusan memilih bank syariah. Sehingga penelitian mengambil judul **“PENGARUH RELIGIUSITAS DAN KEPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH BANK SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Kaliwungu Selatan, dan Kaliwungu)”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh religiusitas terhadap keputusan memilih Bank Syariah?
2. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap keputusan memilih Bank Syariah?
3. Apakah terdapat pengaruh religiusitas dan kepercayaan secara simultan terhadap keputusan memilih Bank Syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh religiusitas terhadap keputusan memilih Bank Syariah.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh kepercayaan terhadap keputusan memilih Bank Syariah.
3. Untuk menguji secara empiris pengaruh religiusitas dan kepercayaan secara simultan terhadap keputusan memilih Bank Syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Teoritis

a. Akademisi

Bagi pihak akademis penelitian ini dapat berguna sebagai bahan referensi bagi mahasiswa UIN Walisongo Semarang untuk penelitian selanjutnya.

b. Peneliti

Peneliti diharapkan mampu menambah pengetahuan dan wawasan dalam perbankan syariah dan bermanfaat sebagai pengalaman dalam membangun ilmu.

2. Praktisi

a. Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan wawasan tentang perbankan syariah. Selain itu juga memberikan pengetahuan pengaruh tentang religiusitas terhadap keputusan memilih bank syariah.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar dapat memberikan gambaran dan pembahasan yang sistematis, maka perlu bagi peneliti untuk menentukan sistematika penyusunan penulisan skripsi ini.

Adapun sistematika penulisan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab satu berisi uraian mengenai latar belakang masalah untuk menjelaskan masalah apa yang mendorong mengapa penelitian ini dilakukan. Setelah latar belakang, berisi rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian mengenai religiusitas dan kepercayaan masyarakat terhadap keputusan memilih bank syariah, dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab dua dikemukakan didalamnya landasan teori, penelitian terdahulu, dan hipotesis penelitian. Teori yang menjelaskan mengenai religiusitas, kepercayaan dan keputusan memilih bank syariah. Penelitian terdahulu berisi tentang uraian sistematis mengenai hasil penelitian yang pernah dilakukan

sebelumnya dan mempunyai kemiripan dengan penelitian yang akan dilakukan. Kerangka pemikiran berisi kerangka konsep dan landasan teori tentang religiusitas, kepercayaan dan keputusan memilih bank syariah.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab tiga dijelaskan mengenai variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, metode analisis yang dipakai, metode analisis yang dipakai dalam penelitian, serta tahapan penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab empat diuraikan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

BAB V PENUTUP

Dalam bab lima ini berisi uraian tentang kesimpulan singkat dari hasil penelitian ini, saran dan rekomendasi yang peneliti utarakan sebagai wujud tindak lanjut dari adanya penelitian pengaruh religiusitas dan kepercayaan masyarakat terhadap keputusan memilih Bank Syariah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen di definisikan sebagai studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman serta ide-ide. Solomon berpendapat bahwa perilaku konsumen mempelajari mengenai segala hal tentang bagaimana proses yang telah terjadi pada saat konsumen memilih, membeli, menggunakan atau membuang suatu produk jasa, ide ataupun pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dasar keinginan untuk sendiri.¹⁹

Definisi yang sederhana perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, menggunakan, memakai, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk (barang dan jasa) termasuk proses yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.²⁰

Perilaku konsumen merupakan tahap-tahap yang sedang ditempuh dan dilakukan oleh seseorang dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Menurut Kotler dan Armstrong, tahap-tahap yang dilakukan konsumen dalam hal perilaku konsumen sebagai berikut: pengenalan masalah (*problem recognition*), pencarian informasi (*information search*), evaluasi berbagai alternatif (*alternative evaluation*), keputusan pembelian (*product choice*), dan perilaku pasca pembelian (*post purchase evaluation*).²¹

Didalam suatu proses sebuah keputusan, seseorang paham tentang agama dan mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-sehari termasuk dalam kegiatan ekonominya, seseorang akan membutuhkan bank yang

¹⁹ Donni Juni Priasa, 'Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer', (Bandung: Alfabeta, 2017) Hal. 61-62.

²⁰ Supranto, Dan Nanda Limakrisna, 'Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Edisi Kedua', (Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2011)

²¹ Etta Mamang, Sangadji Dan Sopiah, 'Pendekatan Praktis Perilaku Konsumen Disertai Himpunan Jurnal Penelitian, (Yogyakarta: ANDI, 2013) h. 36-37.

tidak ada riba didalamnya, kemudian ia akan mencari informasi dengan beberapa pilihan alternative yang ada. Seseorang yang percaya bahwa bank syariah itu merupakan bank yang operasional nya sesuai syariat agama maka ia akan memutuskan untuk memilih bank syariaah yang sesuai dengan kebutuhannya.

Nisak et al menyatakan bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi konsumen yang dimana faktor tersebut mempunyai beberapa subfaktor yaitu :

- a. Faktor social (keluarga, kelompok acuan, peran dan status)
- b. Faktor budaya (sub budaya, budaya, kelas sosial)
- c. Faktor individu (pekerjaan, usia, keadaan ekonomi, kepribadian, gaya hidup)
- d. Faktor psikologis (pengetahuan, motivasi, persepsi, keyakinan)²²

2.2 Religiusitas

2.2.1 Pengertian Religiusitas

Religiusitas adalah suatu rasa percaya dan yakin yang ada pada diri manusia, dimana rasa percaya itu diwujudkan dalam bentuk beribadah kepada Tuhan serta mempercayai kitab-Nya yang berisi tentang perintah dan larangan yang digunakan sebagai pedoman hidup agar selamat di dunia maupun akhirat kelak, dan memperhatikan nilai-nilai syariat agama. Pendapat Vrogote bahwa setiap sikap religiusitas di artikan sebagai perilaku yang tahu dan ingin secara sadar menerima dan menyetujui gambar yang disampaikan kepadanya oleh masyarakat dan yang dibuat sendiri, berdasarkan keyakinan, kepercayaan yang di aplikasikan ke dalam perilaku kehidupan sehari-hari.²³

Religiusitas dan agama perlu dibedakan, karena konotasi agama biasanya mengacu pada kelembagaan yang bergerak dalam aspek-aspek

²² Nisak, A, Saryadi & Suryoko, S.'Pengaruh Kelompok Acuan Dan Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah'. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Semarang. 2013. H. 44-50.

²³ Saodin, 'Pengaruh Kesadaran Halal, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung Di Bmt Al-Hafidz Kalianda', Jurnal Ekonomi Manajemen 01, Lampung, 2018, H. 35-59.

yuridis, aturan dan hukum, sedangkan religiusitas lebih kepada aspek (lubuk hati) dan bersifat personal dari kelembagaan tersebut.²⁴ Agama mengaju pada aspek formal yang berkaitan dengan aturan dan kewajiban, sedangkan religiusitas mengacu pada aspek keagamaan yang dijalani. Karena religiusitas bukan sekedar formalitas agama.²⁵

Religiusitas berasal dari bahasa latin *religio*, yang berakar dari kata *religare* yang mempunyai arti mengikat, sedangkan secara instansial religious menunjuk pada sesuatu yang dirasakan sangat dalam yang bersentuhan dengan keinginan seseorang yang butuh ketaatan dan memberikan imbalan sehingga mengikat seseorang dalam suatu masyarakat.²⁶ Religiusitas merupakan sebuah pelajaran agama yang telah dipahami sehingga dapat menjadi pendorong kehidupan seseorang dalam berinteraksi dengan Tuhan dan sesama manusia, bahkan dengan alam sekitarnya.²⁷

Adi Subroto menjelaskan bahwa manusia religious adalah manusia yang struktur mental keseluruhannya secara tetap diarahkan kepada pencipta nilai mutlak, memuaskan dan tertinggi yaitu Tuhan.²⁸ Dijelaskan juga oleh Adiwarmanto bahwa religiusitas merupakan suatu aspek religi yang telah dihayati oleh seseorang di dalam hatinya. Penggambaran makna religiusitas dalam beberapa aspek yang harus dipatuhi dan dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar supaya manusia dapat mencapai kehidupan yang bahagia, baik di dunia maupun diakhirat. Karena Islam adalah agama yang mengajarkan

²⁴ Isvayalni Masud, 'Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Dalam Menggunakan Bank Syariah Di Kota Palopo Dengan Sosialisasi Sebagai Pemoderasi', Skripsi, Palopo, 2021, H.16.

²⁵ *Ibid.*

²⁶ Saodin, 'Pengaruh Kesadaran Halal, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung Di Bmt Al-Hafiidz Kalianda', Jurnal Ekonomi Manajemen 01, Lampung, 2018, H. 35-59.

²⁷ Iskanto Dedi, Yulihardi, 'ANALISIS PERANAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPERCAYAAN KEPADA PERBANKAN SYARIAH', Jurnal Kajian Ekonomi Islam, Riau, 2017, h.209.

²⁸ Adisubroto, D., 'Orientasi Nilai Orang Jawa Serta Ciri-ciri Kepribadiannya. (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1987), h. 23.

cara hidup yang dapat membimbing seluruh aspek kehidupan manusia dengan aqidah, syariat, dan akhlaq.²⁹

Religiusitas dapat dijalankan dalam kehidupan ekonomi. Saat ini perkembangan zaman sangat pesat, sehingga dalam kegiatan ekonomi tidak bisa terlepas dari lembaga keuangan yakni perbankan. Dimana perbankan merupakan lembaga yang mempunyai hubungan erat dengan kegiatan muamalah yang diperintahkan dalam agama. Perlu di perhatikan bahwa semua transaksi keuangan di perbolehkan kecuali ada dalil yang mengharamkannya dan adanya penyebab dilarangnya sebuah transaksi menurut syariat karena ada factor haram zatnya, haram selain zatnya, dan tidak sah. Masyarakat yang mempunyai religiusitas yang tinggi tentu akan lebih cenderung kepada ajaran-ajaran agama dalam melakukan kegiatan transaksi. Motif untung dan rugi secara ekonomi memang sangat penting dalam menjalankan praktek bisnis.³⁰

Religiusitas atau keberagamaan lebih melihat aspek didalam lubuk hati nurani manusia. Sikap personal yang tidak bisa ditebak karena didalamnya terdapat intimitas jiwa, etika rasa yang mencakup totalitas (termasuk rasio rasa dan manusiawi) kedalam pribadi manusia. Karena itu pada dasarnya religiuistas lebih dari agama yang tampak formal dan resmi.³¹ Religiusitas merupakan cerminan komitmen dalam menjalankan kewajiban dan ketaatan pada Allah SWT. Religiusitas akan memberikan pertimbangan dalam memutuskan untuk memilih sesuatu terutama jika terdapat larangan dalam syariat.³²

Religious menurut islam adalah menjalankan aturan dan kepercayaan yang pasti untuk membimbing manusia dalam

²⁹ Rachmatullah, Dhepril Puradi, 'Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Generasi Milenial Di Indonesia)', Skripsi, 2020, h.5.

³⁰ Tiara Sulaika Rohimi Harahap, 'Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Produk Gadai Emas Di Pt Bank Syariah Mandiri Kantor Cabangk2 Pembantu Medan Iskandar Muda', Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam, 2020, 1.1, 1–21.

³¹ Oka Widana, 'Pengaruh Consumer Knowledge , Brand Image , Religiusitas , Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank ...'

³² Selfi Afriani Gultom and Saparuddin Siregar, 'Apakah Regiulitas Memoderasi Keputusan Nasabah Bank Syariah', 8.02 (2022), 1348–56.

tindakan terhadap tuhan secara menyeluruh yang sesuai dengan syariah islam. Allah SWT berfirman dalam surat Ar-Rum ayat 30 :

فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا ۚ فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا ۚ
لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ۚ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ۚ ٣٠

Artinya : “Maka hadapkanlah wajahmu dengan lurus kepada agama (Islam sesuai) fitrah (dari) Allah yang telah menciptakan manusia menurut (fitrah) itu. Tidak ada perubahan pada ciptaan Allah (tersebut). Itulah agama yang lurus, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahui “

Ayat diatas terdapat perintah Allah kepada Nabi Muhammad untuk mengikuti agama yang lurus yaitu agama Islam, dan mengikuti fitrah Allah. Ada yang berpendapat bahwa kalimat tersebut mempunyai arti bahwa Allah memerintahkan agar kaum Muslimin mengikuti agama agama Allah yang telah di jadikan-Nya bagi manusia. Di sini “fitrah” di artikan “agama” karena manusia dijadikan untuk melaksanakan agama itu.³³

2.2.2 Pengertian Religiusitas Menurut Para Ahli

1) Jalaludin

Menurut Jalaludin, religiusitas merupakan suatu kondisi atau keadaan yang mendorong individu untuk berbuat dan bertindak sesuai dengan tingkat ketaatannya terhadap agama yang dianut.³⁴

2) William James

William James menyatakan bahwa religiusitas sebagai perasaan, tindakan, dan pengalaman orang-orang individu dalam kesendirian mereka, sejauh mereka menangkap diri mereka untuk dikaitkan dengan segala hal yang mungkin mereka pertimbangkan ilahi.³⁵

³³ <https://quran.nu.or.id/ar-rum/30> (31 Mei 2023), Pukul 23.00

³⁴ Jalaluddin, ‘Psikologi Agama’, Jakarta: PT Grafindo, 2001.

³⁵ Yulmaida Amir dan Diah Rini, ‘Religiusitas dan Spiritualitas: Konsep yang sama atau berbeda?’ Jurnal Ilmiah Penelitian Psikologi: kajian empiris dan non-empiris, 2016, h.69

3) Zakiah Daradjat

Zakiah Daradjat berpendapat bahwa religiusitas merupakan suatu system yang kompleks dari kepercayaan keyakinan dan sikap-sikap dan upacara-upacara yang menghubungkan individu dari satu keberadaan atau kepada sesuatu yang bersifat keagamaan.³⁶

4) Glock & Stark

Religiusitas merupakan suatu bentuk kepercayaan adi kodrati dimana terdapat penghayatan dalam kehidupan sehari-hari dengan menginternalisasikan kedalamnya. Glock & Stark mengemukakan bahwa agama adalah symbol, system, keyakinan, system perilaku terlembagakan, yang semuanya itu berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi (*Ultimate meaning*).³⁷

5) Ancok dan Suroso

Menurut Ancok dan Suroso religiusitas adalah keberagaman yang berarti meliputi berbagai macam sisi atau dimensi yang bukan hanya terjadi Ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah) tapi juga melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural.³⁸

6) Suhardiyanto

Menurut suhardiyanto, religiusitas adalah hubungan pribadi dengan pribadi ilhai yang Maha Kuasa, Maha Pengasih, dan Maha Penyayang (Tuhan) yang mempunyai konsekuensi untuk berkenan kepada Sang Ilhai dengan melaksanakan Kehendak-Nya dan menjauhi yang tidak dikehendaki-Nya.³⁹

2.2.3 Dimensi Religiusitas

Untuk lebih memahami religiusitas Glock dan Stark membagi religiusitas menjadi lima dimensi antara lain:

a) Dimensi Keyakinan

³⁶ Zakiah Dradjat, 'Ilmu Jiwa Agama', (Jakarta: Bulan Bintang, 2007), h.130

³⁷ Glock & Stark, '*Religion and society intension*'. California: Rand Me Nally Company, 1969

³⁸ Ancok dan suroso, 'Psikologi Islam', Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.

³⁹ Halik ,Abdul, 'Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa, Kualitas Layanan Dan Nilai Religiusitas Terhadap Kepercayaan Nasabah Bank Umum Syariah Di Wilayah Gerbang Kertasusila Jawa Timur', Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya, Jawa Timur, 2016, h.127.

Dimensi ini berisi pengharapan-pengharapan dimana orang religious berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut. Dengan kata lain seseorang telah percaya terhadap kebenaran ajaran agamanya yang mendasar yang tidak bisa dikurangi atau pun ditambah. Dalam agama islam, isi dari dimensi keyakinan tentang adanya Allah SWT, Malaikat, Rasul/Nabi, Kitab Allah, adanya surga dan neraka, Qodo dan Qodar.

b) Dimensi Praktik Agama

Dimensi ini mencakup seberapa tingkat ketaatan dan kepatuhan seseorang dalam menjalankan kegiatan agama sebagaimana yang telah diperintahkan atau dianjurkan oleh agama yang dianutnya. Dalam ajaran islam dimensi praktik agama ini meliputi kegiatan yang diantaranya seperti pelaksanaan shalat, puasa, haji bagi yang mampu , mengaji dan lain sebagainya.

c) Dimensi pengalaman

Dimensi ini berisikan dan memperhatikan fakta bahwa semua agama mengandung pengharapan-pengharapan tertentu, meski tidak tepat jika dikatakan bahwa seseorang yang beragama dengan baik pada suatu waktu akan mencapai pengetahuan subjektif dan langsung mengenai pencapaian suatu kontak dengan kekuatan supranatural. Dengan kata lain seberapa tingkat seseorang dalam merasakan dan mengalami perasaan religious. Dalam islam, isi dimensi pengalaman meliputi perasaan dekat dengan Allah, merasa bahwa doa-doa yang kita panjatkan dikabulkan oleh Allah, merasa tenang karena menyandarkan hidupnya kepada Allah, diselamatkan dari musibah.

d) Dimensi pengetahuan Agama

Dimensi ini berkenaan dengan seberapa tingkat pengetahuan seseorang terhadap ajaran agamanya, terutama mengenai ajaran pokok yang teruat dalam kitab Al Quran yang merupakan pedoman hidup bagi umat muslim. Dalam islam , isi dimensi pengetahuan meliputi pengetahuan tentang isi Al Quran, pokok-pokok ajaran yang harus di

Imani dan dilaksanakan, hukum islam dan pemahaman terhadap kaidah-kaidah keilmuan ekonomi islam/perbankan syariah.

e) Dimensi Konsekuensi

Dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan religiusitas, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Serta seberapa tingkat seseorang dalam berperilaku yang dimotivasi oleh ajaran agamanya. Perilaku ini berhubungan dengan duniawi, yakni bagaimana individu berhubungan dengan dunianya. Dalam islam, isi dimensi konsekuensi meliputi perilaku suka menolong, berlaku jujur, tidak menyakiti orang lain, melakukan aktivitas ekonomi sesuai ajaran agama yaitu menghindari riba.⁴⁰

2.2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas

Salah satu faktor yang memberi dampak pada peminatan menabung di bank syariah ialah religiusitas. Sejalan dengan riset yang telah dilakukan oleh Glock & Stark (1965) dalam riset Nugroho, Hidayat and Kusuma (2017) mengartikan bahwa religiusitas adalah suatu komitmen yang dapat dilihat dari perilaku seseorang yang berhubungan dengan agama, keyakinan dan kepercayaan. Religiusitas juga tidak hanya diwujudkan saat seseorang melakukan ibadah namun juga terkait dengan kegiatan yang dapat dilihat dengan mata dan kegiatan yang ada dihati. Rakhmat (2009) menyatakan bahwa religiusitas yakni kehidupan seseorang yang mendorongnya guna berperilaku sesuai ajaran agama yang dipercayai dan diyakini karena hal tersebut sesuai dengan ajaran-ajaran yang menjadi dasar dalam bersikap dan bertingkah laku.⁴¹

⁴⁰ Rahma Bellani Oktavindria Iranati, "Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah", Skripsi, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017).

⁴¹ Nur Afni dan Alwahidin 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia', Arbitrase : Journal Of Economics And Accounting, Sulawesi Tenggara, 2022. H.60-61

Menurut Thouless (1995) factor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan dibedakan menjadi empat macam yaitu :⁴²

a. Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial

Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari dalam rumah (orang tua), pendidikan tradisi-tradisi sosial yang ada pada daerah tempat tinggal, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan pendapat dan sikap yang telah di sepakati oleh lingkungan tersebut. Atau dengan kata lain jika lingkungan sekitar merupakan lingkungan yang taat kepada Tuhan-Nya maka seseorang tersebut akan berusaha untuk taat juga dengan Tuhan-Nya.

b. Faktor pengalaman

Berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan. Terutama pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan. Faktor ini umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu. Faktor kehidupan kebutuhan-kebutuhan ini secara garis besar dapat menjadi empat, yaitu :

1. Kebutuhan akan keamanan atau keselamatan
2. Kebutuhan akan cinta kasih
3. Kebutuhan untuk memperoleh harga diri
4. Kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

c. Faktor intelektual

Berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa setiap individu berbeda-beda tingkat religiusitas dan dipengaruhi oleh dua macam faktor secara garis besarnya yaitu internal dan eksternal.

Faktor internal yang dapat mempengaruhi religiusitas seperti adanya pengalaman-pengalaman emosional keagamaan, kebutuhan individu yang mendesak untuk dipenuhi seperti kebutuhan akan rasa

⁴² Thouless, Robert H. 'Pengantar psikologi agama'. Jakarta: 2000, Terj:Husein. Cet:I. rajawali Press. H. 34.

aman, harga diri, cinta kasih dan sebagainya. Sedangkan pengaruh eksternalnya seperti pendidikan formal maupun nonformal, pendidikan agama dalam keluarga, tradisi social lingkungan sekitar yang berlandaskan nilai-nilai keagamaan, serta tekanan-tekanan lingkungan social dalam kehidupan individu.

Menurut Reza (2015), faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas diantaranya yaitu:

- a) Faktor intelektual. Pada faktor intelektual ini, didapatkan melalui proses belajar yang didapatkan manusia. Melalui pengetahuan tentang keagamaan, seseorang individu dapat mempengaruhi dalam menjalankan keberagamaannya.
- b) Faktor psikologis. Pada faktor psikologis, seseorang yang mengalami kondisi psikologis yang didapatkan dari aktivitas keberagamaan. Kondisi psikologis yang dimaksud berupa pengalaman batin ketika menjalankan ritual keagamaan.
- c) Faktor sosial. Pada faktor sosial, keberagamaan dipengaruhi oleh interaksi terhadap sesama manusia. Lingkungan keluarga dan masyarakat memiliki pengaruh dalam membentuk keberagamaan seseorang.
- d) Faktor pelaksanaan ritual keagamaan. Pada faktor pelaksanaan ritual keagamaan, keberagamaan seseorang dipengaruhi oleh ketekunan dalam menjalankan ritual keagamaan.
- e) Faktor genetik-biologis. Faktor genetik-biologis, keberagamaan seseorang dipengaruhi fitrah manusia yang selalu ingin dekat dengan Tuhan-nya. Dalam artian bahwa, jika seseorang mengalami suatu kesulitan, maka “usaha saja tidaklah cukup, tetapi diperlukan kekuatan lain yang dapat membantu permasalahan yang dihadapi, agama dapat berfungsi sebagai solusi permasalahan yang terjadi”.⁴³

⁴³ Nur Afni dan Alwahidin ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia’, Arbitrase : Journal Of Economics And Accounting, Sulawesi Tenggara, 2022. h.61.

2.3 Kepercayaan

2.3.1 Pengertian Kepercayaan

Menurut Philip Kotler kepercayaan adalah suatu pemikiran deskriptif yang dianut seseorang tentang sesuatu. ⁴⁴ Sedangkan menurut Ujang Suwarman mendefinisikan kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atribut dan manfaatnya. kepercayaan konsumen atau pengetahuan konsumen mneyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut dan manfaat dari berbagai atribut tersebut. ⁴⁵

Kepercayaan adalah suatu hal yang sangat penting bagi sebuah komitmen dan komitmen hanya dapat direalisasikan jika suatu saat berarti. Kepercayaan merupakan suatu keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertindak laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji, atau pernyataan orang lain dapat dipercaya. ⁴⁶ Adanya kepercayaan akan menciptakan rasa aman dan kredibel dan mengurangi rasa persepsi akan resiko pertukaran. ⁴⁷

Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dalam konteks sosialnya, ketika seorang mengambil keputusan berdasarkan berbagai pilihan yang dapat ia percaya dari pada yang kurang dipercayainya. ⁴⁸ Seseorang akan merasa yakin terhadap suatu hal yang menurutnya baik dan sesuai dengan apa yang diharapkannya

⁴⁴ Philip Kotler, 'Prinsip-prinsip pemasaran, (Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 1997), h.172.

⁴⁵ Ujang Suwarman, 'Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran', (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011). 165-166.

⁴⁶ Kusmayadi, 'Pengaruh relationship quality terhadap loyalitas nasabah tabungan STEI STAN Indonesia Mandiri Jepara. Skripsi IAIN Walisongo' hal. 46.

⁴⁷ Iskanto Dedi, Yulihardi, 'analisis Peranan Religiusitas Terhadap Kepercayaan Kepada Perbankan Syariah', Jurnal Kajian Ekonomi Islam, Riau, 2017, h.209. .

⁴⁸ Mega Usvita And Simpang Empat, 'Pengaruh Religiusitas Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Nagari Syariah Kcp Simpang Empat', e-Jurnal Apresiasi Ekonomi, 9 (2021),h. 47-53.

dengan mempertimbangkan berbagai hal sebelum akhirnya memutuskan untuk memberikan rasa yakin itu.

Nilai-nilai agama yang kuat dalam diri inividu apabila diaplikasikan dalam produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan atau organisasi akan menimbulkan kesan yang sesuai antaran inividu tersebut dengan produk jasa yang ditawarkan. Keyakinan pelanggan atas kualitas dan kehandalan merek yang ditawarkan serta dilihat dari berbagai ciri yang melekat pada suatu merek seperti ciri nilai agama merupakan perwujudan adanya kepercayaan merek.⁴⁹

Faktor kepercayaan ini biasanya memotivasi masyarakat dalam mempertimbangkan nilai kepuasan terhadap jasa bank syariah yang digunakan. Karena Masyarakat memiliki pemahaman bahwa dengan menggunakan jasa Bank Syariah dapat terhindar dari keragu-raguan tentang masalah halal atau haramnya riba di Bank non syariah dan aktifitas investasi dana pun yang dimiliki tidak ditempatkan pada aktifitas usaha yang haram ataupun tidak sesuai syar'i dan merusak moral, dimana pada Bank selain syariah tidak ada jaminan akan hal tersebut.⁵⁰

Pada dasarnya unsur riba merupakan hal yang amat ditakuti Nasabah sehingga logis kiranya para nasabah mengutamakan faktor kehalalan dan keberkahan sebagai pertimbangan keputusannya. Persentase ini sekaligus menjadi indikator bahwa unsur tersebut merupakan variable yang signifikan yang memotivasi seseorang untuk menabung di Bank Syariah.⁵¹

Menurut Kusmayadi dalam menerangkan bahwa elemen penting dari kepercayaan antara lain :

⁴⁹ R Handayani, Sri Darwini, And Eka Agustiani, 'Bank Syariah Melalui Kepercayaan Merek', 6.2 (2018), h.47-59.

⁵⁰ Ahmad Munajim, dan Saeful Anwar, 'Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah', Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia, 2016, h.41-52.

⁵¹ Ahmad Munajim, dan Saeful Anwar, 'Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah', Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia, 2016, h.41-52

- a. Kepercayaan merupakan perkembangan dari pengalaman dan dapat di andalkan
- b. Kepercayaan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri dalam resiko
- c. Kepercayaan melibatkan perasaan aman dan yakin pada mitra.⁵²

Menurut Ali Hasan Kepercayaan dapat didefinisikan sebagai presepsi kepercayaan terhadap keandalan perusahaan yang ditentukan oleh konfirmasi sistematis tentang harapan terhadap tawaran perusahaan. Dimensi kepercayaan terdiri dari 3 hal yaitu:

- a. Kredibilitas.
Hal ini berkaitan dengan tingkat keahlian yang dibutuhkan perusahaan untuk melakukan pekerjaan yang efektif dan andal.
- b. Reliabilitas
Reliabilitas yang berarti sesuatu yang bersifat dapat diandalkan. Hal ini berkaitan dengan keandalan perusahaan dalam menyediakan layanan produk.
- c. Benevolence
Hal ini berkaitan dengan niat dan motivasi perusahaan.⁵³

Dalam Yoga Prastio (2021) menurut Gefen menerangkan indicator kepercayaan terdiri dari 3 komponen yaitu :

- a. Integrity (Integritas)
Yaitu cara pandang konsumen bahwa perusahaan mengikuti prinsip-prinsip yang dapat diterima seperti menepati janji, berperilaku sesuai dengan norma dan beretika yang baik serta jujur. Intregitas perusahaan tergantung dari konsistensi perusahaan pada jaman dulu, komunikasi yang meyakinkan atau tidaknya suatu perusahaan pada kelompok lain , dan

⁵² Kusmayadi. "Pengaruh relationship quality terhadap terhadap loyalitas nasabah tabungan STEI STAN Indonesia Mandiri Jepara. Skripsi IAIN Walisongo hal. 48.

⁵³ Ali Hasan, 'Marketing dan Kasus-kasus Pilihan', (Jakarta: PT Buku Seru, 2013), hal 127.

perusahaan bertindak sesuai dengan janji atau kata-kata yang diucapkan perusahaan.

b. Benevolence (Kebaikan)

Yang didasarkan pada besarnya kepercayaan yang memiliki tujuan dan motivasi yang menjadikan kelebihan untuk organisasi lain pada saat kondisi yang baru muncul, yaitu kondisi dimana komitmen tidak terbentuk.

c. Competence (Kompetensi)

Kompetensi merupakan kemampuan perusahaan atau suatu lembaga untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi konsumen serta berusaha memenuhi semua yang dibutuhkan oleh konsumen. Kemampuan ini terpacu pada keahlian dan ciri khas yang memungkinkan suatu kelompok mempunyai pengaruh yang dominan.⁵⁴

2.3 Keputusan memilih

2.3.1 Pengertian keputusan

Keputusan merupakan hasil pemecahan dalam suatu masalah yang harus dihadapi dengan tegas. Dalam kamus besar Ilmu Pengetahuan pengambilan keputusan didefinisikan sebagai pemilihan keputusan atau kebijakan yang didasarkan pada suatu kriteria tertentu. Menurut J.Reason, pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atas keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan diantara beberapa alternative yang tersedia.⁵⁵

Menurut Schiffman dan Kanuk mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternative atau lebih alternative

⁵⁴ Prastio Adrian, Yoga, 'Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Promosi Online, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Memeilih Bank Syariah (Studi Kasus Wilayah DKI Jakarta), Skripsi, 2021.

⁵⁵ Dagum, M. Save. 'Kamus Besar Ilmu Pengetahuan', Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara (LKPNU), 2006, h.68..

pilihan keputusan pembelian, artinya sebuah keputusan terbentuk dari adanya beberapa alternative pilihan yang tersedia.⁵⁶

Pengambilan keputusan ialah sebagai suatu pemilihan yang berdasarkan kriteria tertentu atas dua atau lebih alternative yang mungkin.⁵⁷ Keputusan memilih ini dilakukan oleh seorang individu secara sadar dan paham atas pilihannya, bersedia menerima baik serta buruknya dari kemungkinan yang bisa di peroleh dari keputusannya tersebut. sebelum membuat sebuah keputusan telah memperoleh berbagai informasi dengan pertimbangan, penilaian dan pemilihan diantara sejumlah alternative yang ada.

Keputusan sebagai proses penulsuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga terbentuknya simpulan atau rekomendasi.⁵⁸ Pengambilan keputusan merupakan sesuatu proses membuat perhitungan serta memilih dari bermacam alternative yang cocok dengan kepentingan tertentu dengan menghasilkan sesuatu opsi mana yang sangat dapat digunakan cocok dengan kebutuhannya.⁵⁹

Keputusan memilih menjadi nasabah bank syariah merupakan solusi karena kekhawatiran dari umat yang menginginkan penerapan nilai-nilai syariah dalam menjalankan operasionalnya. Ada dua faktor yang menyebabkan seseorang membuat suatu keputusan. Ada dua factor yaitu faktor emosional dan faktor rasional. faktor rasional ini dilakukan karena seseorang memiliki pengetahuan mengenai suatu kualitas produk,

⁵⁶ Philip Kotler dan Keller, 'Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi 12' (Jakarta: PT Indeks, 2007), h. 272.

⁵⁷ faturrahman Ahmad, 'Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Study Kasus Pada Bank Bni Syariah Kota Bekasi)', Skripsi, 2019.

⁵⁸ *Ibid.*

⁵⁹ Tutty Alawiyah Dan Mohlasin, ' Peran Kepercayaan Dalam Memoderasi Pengaruh Sales Promotion, Adversitig Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung' , Jurnal Hukum Dan Pembangunan Ekonomi, Salatiga, 2021, H 258-268

pelayanan ,promosi, dan manfaat yang diterima.⁶⁰ Faktor emosional merupakan faktor pendorong untuk memilih sebuah keputusan.⁶¹

Keputusan akan didasarkan pada sebuah sikap kehati-hatian yang terwujud dalam perilaku atau akhlak. Keputusan seorang muslim memilih bank syariah didasarkan pada sikap menghindari suatu hal yang dilarang dalam agama yaitu transaksi yang mengandung unsur riba.⁶² Dalam jurnal Ilmiah Indonesia dijelaskan bahwa ciri khas keislaman dalam Bank Syariah memberikan pengaruh keputusan masyarakat untuk memilih Bank Syariah, karena memang hal ini yang merupakan daya Tarik tersendiri bagi bank syariah jika dibandingkan dengan Bank Konvensional lainnya. Tampilan lahiriah dan lingkungan perusahaan islami menjadi ciri khas ini harus tetap dipertahankan guna memperluas pangsa pasar Bank Syariah.⁶³

2.3.2 Proses Pengambilan Keputusan

Keputusan pembelian melalui beberapa tahapan-tahapan proses yang terdiri dari lima tahap yaitu :

1) Pengenalan masalah

Proses pembelian dimulai waktu pembeli mengenai masalah atau kebutuhannya. Pembeli merasakan perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dengan yang di inginkannya. Beragam dan banyaknya perbedaan antara masalah atau kebutuhan setiap konsumen menuntut pemasar agar dapat melakukan penelitian dan identifikasi pada saat tertentu dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen sehingga dapat mengetahui apa dan bagaimana masalah atau kebutuhan konsumen, dan kapan konsumen membutuhkan solusi atas permasalahan tersebut.

2) Pencarian Informasi

⁶⁰ Gultom, Selfi Afriani dkk, ' Apakah Regiulitas Memoderasi Keputusan Nasabah Bank Syariah', Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, Sumatera Utara, 2022, h.1348-1356.

⁶¹ *Ibid.*

⁶² *Ibid.*

⁶³ Ahmad Munajim, Dan Saeful Anwar, 'Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah', Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia, 2016, H.41-52.

Tahap pertama ketika konsumen mengetahui dan menyadari permasalahan yang dihadapinya, maka konsumen akan melakukan pencarian informasi mengenai permasalahan yang dihadapinya. Hal ini dilakukan untuk mencari solusi yang terbaik atas masalah kebutuhannya tersebut. biasanya konsumen menerima banyak informasi tentang produk dari sumber-sumber komersial yakni sumber-sumber yang paling efektif adalah sumber pribadi. Setiap sumber memiliki pengaruh yang berbeda terhadap keputusan pembelian. Sehingga sumber informasi pribadi menarik kesimpulan sebuah informasi tentang produk atau jasa dari pengalaman selama memakai produk atau jasa.

Dalam hal ini sumber informasi utama dibagi menjadi empat kelompok :

- a) Pribadi keluarga, teman, tetangga, maupun rekan
 - b) Komersial iklan, situs web, wiraniaga, penyalur, kemasan, maupun tampilan
 - c) Publik masa maupun organisasi pemeringkatan konsumen
 - d) Eksperimental (penanganan, pemeriksaan maupun penggunaan produk.
- 3) Evaluasi Alternatif
- Setelah pencarian informasi selesai konsumen memiliki berbagai pilihan alternatif sebagai solusi dan masalah atau kebutuhannya. Berbagai sumber ini dijadikan referensi untuk mengambil keputusan dari alternative-alternatif pilihan yang ada
- 4) Keputusan Pembelian
- Tahapan keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh dua factor, yaitu factor internal dan factor eksternal. Factor internal adalah pendapat pembeli mengenai merek yang mereka pilih. Seorang pembeli cenderung akan menjatuhkan pilihannya kepada merek yang mereka sukai. Sedangkan factor eksternal adalah sikap orang lain dan kondisi yang tak terduga. Dalam melaksanakan keputusan pembelian,

konsumen dapat mengambil lima keputusan, yaitu penyalur, merek, kuantitas, waktu dan metode pembayaran.

5) Tingkah laku Pasca Pembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami beberapa tinglat kepuasan dan ketidakpuasan. Disamping itu juga akan melakukan beberapa kegiatan setelah membeli produk yang menarik dipasaran. bagi pemasar tidak cepat puas ketika konsumen telah melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, tetapi yang lebih penting bagaimana mengganti perilaku pasca pembelian konsumen yaitu kepuasan pembelian, tindakan pasca pembelian, dan penggunaan produk pasca pembelian.⁶⁴

Indicator yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh Kotler dibagi menjadi 3 yaitu :⁶⁵

a. Kemantapan pada sebuah produk

Dalam melakukan pembelian, konsumen memilih salah satu dari beberapa alternative yang ada. Pilihan tersebut didasarkan pada kualitas, mutu, harga yang terjangkau dan faktpr-faktor lain yang dapat mempercayakan keinginan konsumen untuk membeli apakah produk tersebut benar-benar ingin digunakan atau dibutuhkan

b. Kebiasaan dalam membeli produk

Kebiasaan konsumen dalam membeli produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Konsumen merasa produk tersebut sudah terlalu melekat di benak mereka karena sudah merasakan manfaat dari produk tersebut. oleh karena itu, konsumen merasa tidak nyaman jika mencoba produk baru dan harus menyesuaikan diri lagi. Mereka cenderung memilih produk yang sudah biasa digunakan.

c. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.

⁶⁴Isvayalni Masud, 'Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Dalam Menggunakan Bank Syariah Di Kota Palopo Dengan Sosialisasi Sebagai Pemoderasi', Skripsi, Palopo, 2021, h.25-26.

⁶⁵Meithiana Indrasari, 'Pemasaran & Kepuasan Pelanggan'(Surabaya: Unitomo Press, 2019) 75

Dalam melakukan pembelian, jika konsumen mendapatkan manfaat yang sesuai dengan sebuah produk, mereka pasti merekomendasikan produk tersebut dengan orang lain juga merasakan bahwa produk tersebut sangat bagus dan lebih baik dari produk lain

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian antara lain :

a. Faktor budaya

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku dasar. Pemasaran lintas budaya muncul dari riset pemasaran yang cermat, yang menyingkap bahwa relung etnis dan demografik yang berbeda tidak selalu menanggapi dengan baik iklan pasar massal.

b. Faktor sosial

Dalam faktor sosial, perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial.

c. Faktor pribadi

Keputusan pembeli juga di pengaruhi oleh karakteristik pribadi. Karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup, misalnya pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta nilai dan gaya hidup pembeli. Meliputi usia, pekerjaan, gaya hidup dan kepribadian.

d. Faktor psikologi

Satu perangkat proses psikologis berkombinasi dengan karakteristik konsumen tertentu untuk menghasilkan proses keputusan pembelian. Tugas pemasar adalah memahami apa yang terjadi dalam kesadaran konsumen antara datangnya rangsangan dari pemasaran luar dan keputusan pembelian akhir. Empat proses psikologis penting yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, dan

memori secara fundamental mempengaruhi tanggapan konsumen terhadap berbagai rangsangan pemasaran.⁶⁶

2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelum penelitian ini. Hasil penelitian tersebut dijadikan referensi dalam penelitian ini, baik dari variabel-variabel terkait dan asumsi-asumsi relevan dari penelitian tersebut. adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat dari table berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

| No | Nama Peneliti | Judul Penelitian | Persamaan | Perbedaan | Hasil Penelitian |
|----|--|---|--|-------------------------------------|--|
| 1 | Marfuatin Nafiah (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Ponorogo, 2022) | Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Tabungan Mudharabah Pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Magetan. | Terdapat variabel religiusitas dan keputusan | Tidak terdapat variabel kepercayaan | Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah tabungan mudharabah dengan nilai t hitung sebesar 3,131. |

⁶⁶ Meithiana Indrasari, 'Pemasaran & Kepuasan Pelanggan'(Surabaya: Unitomo Press, 2019), h. 76-79.

| | | | | | |
|---|--|--|---|---|---|
| 2 | Imro'atus Solekhah (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung, 2020) | Pengaruh Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Motif Rasional Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Jasa Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa S1 Prodi Perbankan Syariah IAIN Tulungagung. | Terdapat variabel kepercayaan dan keputusan | Tidak terdapat variabel pengetahuan dan motif rasional | Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih jasa bank syariah, terbukti dari hasil uji t hitung > t table. |
| 3 | Rahma Bellani Oktaviandra Iranati (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017) | Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan, Dan Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah | Terdapat Variabel Religiusitas, Kepercayaan | Tidak Terdapat Variabel Pengetahuan, Lokasi Dan Keputusan | Hasil Penelitian Menunjukkan Bahwa Variabel Religiusitas Dan Kepercayaan Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Masyarakat Kota Tangerang Selatan Menabung Di Bank Syariah |
| 4 | Ananda Fadila | Pengaruh Digital | Terdapat Variabel | Tidak Terdapat | Hasil dari penelitian |

| | | | | | |
|---|---|--|--|--|---|
| | Widodo (Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga, 2022) | Banking, Literasi Keuanagan, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Kota Salatiga) | Religiusitas Dan Keputusan | Variabel Digital Banking, Literasi Keuangan Dan Minat | menunjukkan hasil bahwa religiusitas berpengaruh positif dan tidak signifikan dengan hasil nilai t hitung 1,260. |
| 5 | Mega K. Paputungan (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Manado, 2021) | Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Layanan Di Bank Syariah Indonesia Cabang Manado | Terdapat variabel religiusitas dan keputusan | Lokasi penelitian | Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan perolehan nilai t hitung 5,519. |
| 6 | Sri Wulandari | Pengaruh Kepercayaan | Terdapat variabel | Tidak terdapat | Hasil penelitian menunjukkan |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | (Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Raden Fatah Palembang, 2020) | Dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi | kepercayaan | variabel citra perusahaan dan minat menabung | hasil bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah di bank sumsel babel syariah Palembang, dengan nilai signifikan t hitung 4,191 |
| 7 | Yoga Prastio Adrian (Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021) | Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Promosi Online, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Wilayah DKI Jakarta) | Terdapat variabel kepercayaan dan keputusan | Tidak terdapat variabel citra merek, kualitas pelayanan, promosi online | Hasil penelitian menunjukkan hasil bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah, dengan nilai t hitung 2,088. |
| 8 | Dhepril Puradi Rachmatull | Pengaruh Literasi Keuangan | Terdapat variabel religiusitas | Tidak terdapat variabel | Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat |

| | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|
| | oh (Skripsi: Fakultas Ekonomi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2020) | Syariah, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah(Studi Pada Generasi Milenial Di Indonesia) | dan keputusan | literasi keuangan syariah, kualitas pelayanan dan kepercayaan | religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank Syariah pada generasi milenial. Dengan nilai t hitung 1,344. |
| 9 | Intan Dwi Yuniar Fadillah (Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Ponorogo, 2019) | Pengaruh Pengetahuan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank BRI KC Madiun | Terdapat variabel kepercayaan dan keputusan | Tidak terdapat variabel religiusitas dan pengetahuan | Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan terhadap keputusan nasabah menabung di BRI Syariah KC Madiun, dengan nilai t hitung 5,488. |
| 10 | Aris Safitri (Skripsi: Fakultas | Pengaruh Harga, Promosi Dan | Terdapat variabel religiusitas | Tidak terdapat variabel | Hasil penelitian menunjukkan bahwa |

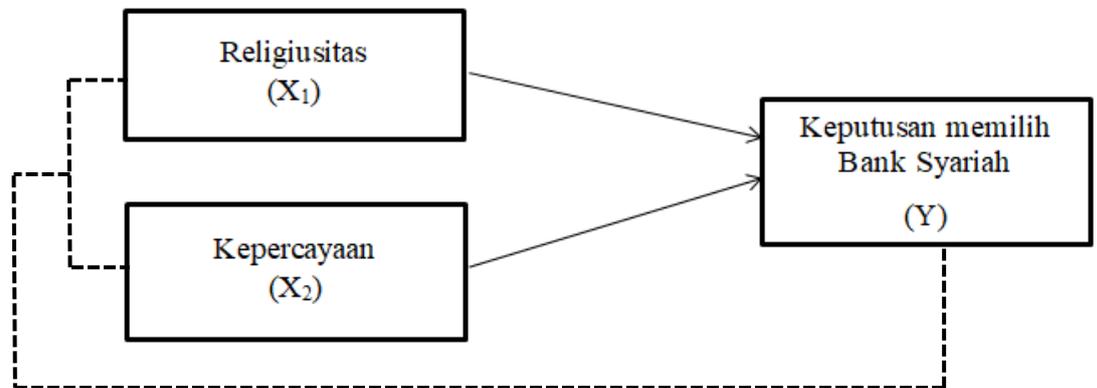
| | | | | | |
|----|--|---|--------------------------------|--|--|
| | Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga, 2019) | Religiusitas Terhadap Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Boyolali) | | harga, promosi, minat. | religiusitas berpengaruh namun tidak signifikan terhadap keputusan nasabah BSM KCP Boyolali dalam memilih bank Syariah. Dengan nilai t hitung 0,219. |
| 11 | Sayyidatul Maghfiroh (Skripsi : Fakultas Ekonomi, UIN Yogyakarta , 2018) | Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Social Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Mahasiswi Darush Shalihat | Terdapat variable religiusitas | Tidak terdapat variable pendapatan , , lingkungan social, minat. | Hasil penelitian menunjukkan hasil bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah pada santri pesantren mahasiswi darush shalihat dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0,279 > 0,05$ |

2.5 Kerangka pemikiran Teoritik

Kerangka konseptual adalah suatu gambaran yang menjelaskan penelitian yang akan dilakukan. Kerangka konseptual memudahkan pembaca maupun yang terkait dengan penelitian ini agar lebih mudah dalam memahami alur dari penelitian. Model konseptual yang didasarkan pada tinjauan pustaka, maka kerangka pemikiran teoritik penelitian dijelaskan pada gambar 1.1:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Teoritik



2.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang kebenarannya harus diuji terlebih dahulu atau rangkuman teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka. Hipotesis juga merupakan suatu jawaban atas pernyataan penelitian.⁶⁷

2.6.1 Pengaruh Religiusitas masyarakat terhadap keputusan memilih Bank Syariah

Pemahaman tentang agama yang dianut oleh seseorang bisa disebut dengan religiusitas. Setiap orang mempunyai tingkat religiusitas yang berbeda, religiusitas dapat dipengaruhi oleh factor internal ataupun eksternal seperti lingkungan sekitarnya. Dalam

⁶⁷ Amos Neolaka, "Metode Penelitian dan Statistik", (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2014), hal.166.

agama islam, terdapat Kitab suci Alquran yang berisi tentang pedoman hidup manusia, segala hal telah di atur didalamnya. Dengan adanya religiusitas, manusia akan senantiasa untuk menjalankan perintah agama dan menjauhi segala larangannya. Contohnya seperti riba, untuk menghindari adanya riba tersebut masyarakat hendaknya memilih Bank syariah untuk menyimpan dananya ataupun hanya untuk bertransaksi lewat transfer.

Semakin baik pemahaman seseorang terhadap agamanya, maka semakin baik pula hasil dari suatu keputusan yang diambilnya. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Tutty Alawiyah (2021) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *religiusitas* dengan keputusan menabung. Bahwa *religiusitas* sebagai acuan untuk berpedoman hidup dalam melakukan kegiatan sehari-hari begitu pula dalam melakukan transaksi sebagai umat muslim hendaknya menjauhi riba dengan menggunakan jasa syariah. Berdasarkan penelitian sebelumnya, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

H₁ : Terdapat pengaruh Religiusitas masyarakat terhadap keputusan memilih Bank Syariah studi pada Masyarakat Kaliwungu Selatan dan Kaliwungu.

2.6.2 Pengaruh kepercayaan masyarakat terhadap keputusan memilih Bank Syariah

Menurut Pavlo dalam Yoga Prastio Adrian (2021) Kepercayaan adalah penilaian hubungan seseorang dengan orang lain yang akan melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh dengan ketidakpastian. Dalam pengambilan keputusan, apabila mengalami pengalaman yang positif terhadap suatu bank syariah maka akan meningkatkan rasa saling percaya sehingga menumbuhkan harapan akan hubungan yang lebih baik dimasa yang akan mendatang.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh Imro'atus Solekhah (2020) menunjukkan hasil bahwa kepercayaan berpengaruh

signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih jasa Bank Syariah. Karena berdasarkan kuesioner penelitian variabel kepercayaan menunjukkan bahwa asumsi pada indikator brand reliability mempunyai pengaruh yang lebih dominan. Sehingga, karyawan di Bank Syariah memberikan pelayanan yang terbaik sesuai harapan. Berdasarkan penelitian sebelumnya, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

H₂ : Terdapat pengaruh Kepercayaan terhadap keputusan memilih Bank Syariah studi pada Masyarakat Kaliwungu Selatan dan Kaliwungu.

2.6.3 Pengaruh religiusitas dan kepercayaan masyarakat terhadap keputusan memilih Bank Syariah

Religiusitas dan kepercayaan diperkirakan mempengaruhi keputusan memilih bank Syariah karena Ketika seseorang mengetahui dan menjalankan syariat agama dalam kehidupan sehari-hari dan percaya bahwasanya bank Syariah tidak terdapat riba sehingga masyarakat memilih bank Syariah sebagai bank yang digunakan untuk bertransaksi ataupun menabung. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Rahma Bellani (2017) menunjukkan hasil bahwa religiusitas, kepercayaan dan lokasi secara simultan atau secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Kota Tangerang Selatan menabung di bank Syariah. Berdasarkan penelitian sebelumnya, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

H₃ : Terdapat pengaruh religiusitas dan kepercayaan masyarakat terhadap keputusan memilih bank Syariah studi pada masyarakat Kaliwungu Selatan dan Kaliwungu.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Sumber data

3.1.1 Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu tau perseorangan seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang bisa dilakukan oleh primer dari sumber peneliti.⁶⁸ Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah kuesioner yang telah diisi secara langsung oleh responden yang telah disebarkan kepada masyarakat Kaliwungu Selatan dan Kaliwungu.

3.1.2 Data sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Untuk data sekunder peneliti memperoleh dari jurnal-jurnal dan sumber bacaan lain yang memiliki relevansi dengan objek yang diteliti.

3.2 Populasi dan sampel

3.2.1 Populasi

Populasi di definisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.⁶⁹ Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh

⁶⁸ Muhammad Riduwan, “Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru, Karyawan, dan Peneliti Pemula”, (Bandung: Alfabeta, 2008). Hal. 49.

⁶⁹ Sugiyono, “Metode Penelitian kombinasi (Mixed Methods)”. (Bandung: Alfabeta, 2013). Hal. 119.

masyarakat Kaliwungu dan Kaliwungu Selatan. Berdasarkan data yang sudah diperoleh peneliti, jumlah masyarakat Kaliwungu dan Kaliwungu Selatan kurang lebih berjumlah 119.626 jiwa.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik populasi yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti tidak melakukan penelitian terhadap semua masyarakat Kaliwungu Selatan dan Kaliwungu, namun masyarakat yang menjadi nasabah pada Bank Syariah. Karena hal tersebut akan membutuhkan waktu, biaya dan tenaga. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan sampel yang telah dipilih sesuai kriteria peneliti, yaitu :

1. Responden minimal berusia 17 tahun
2. Responden pernah menggunakan bank syariah

Untuk penentuan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin :

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

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

e = error atau batas kesalahan (10%)

Dapat diketahui didalam penelitian ini populasinya berjumlah 119.629 jiwa. Dan sampel dihitung menggunakan error sebesar 10%. Sehingga perhitungan jumlah sampel adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}n &= \frac{119.626}{1 + 119.626 \cdot 10\%^2} \\n &= \frac{119.626}{119.627 \cdot 0,01} \\n &= \frac{119.626}{1.196,27} \\n &= 100,02\end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas, diambil kesimpulan dari jumlah populasi sebanyak 119.626 dan mendapatkan jumlah sampel yaitu sebanyak 100 responden.

3.3 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan angket atau kuesioner kepada responden untuk menjawabnya. Kuesioner atau angket yaitu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya yang berkaitan dengan variabel penelitian. Responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengguna jasa perbankan syariah di Kaliwungu Utara dan Kaliwungu. Dalam penelitian ini pengukuran variable menggunakan Skala Likert, dimana pengukuran Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁷⁰ Berikut ini pengukuran Skala Likert menggunakan 5 tingkat Skala Skor yaitu sebagai berikut :

- | | | |
|-----------------------------|---------------------------|---|
| ➤ Sangat Setuju (SS) | skor yang diberikan yaitu | 5 |
| ➤ Setuju (S) | skor yang diberikan yaitu | 4 |
| ➤ Ragu-ragu (RG) | skor yang diberikan yaitu | 3 |
| ➤ Tidak Setuju (TS) | skor yang diberikan yaitu | 2 |
| ➤ Sangat Tidak Setuju (STS) | skor yang diberikan yaitu | 1 |

3.4 Instrumen Penelitian

3.4.1 Uji Validitas

Uji Validitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dalam pengukuran validitas data pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung

⁷⁰ Sugiyono, "Metode Penelitian Manajemen", (Bandung: CV. Alfabeta, 2014). Hal. 168.

dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dimana n adalah jumlah sampel.⁷¹

Hasil uji validitas akan dibandingkan dengan nilai nilai r tabel dengan kriteria sebagai berikut:

- a) $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir soal kuesioner tidak valid
- b) $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir soal kuesioner valid

3.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal, jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.⁷² Teknik atau rumus Cronbach's Alpha dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian reliabel atau tidak, bila jawaban yang diberikan responden berbentuk skala sesuai dengan penelitian ini. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas $> 0,6$.⁷³

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Uji Asumsi Klasik

3.5.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak diambil dari populasi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan beberapa uji yaitu uji *Kolmogorov Smirnov*, uji *Normal P-Plot*, ataupun grafik histogram.⁷⁴

Apabila menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*, jika nilai $Sig > 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai $Sig < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa data tidak berdistribusi

⁷¹ Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi", (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016) Hal. 52-53.

⁷² Ghazali, I, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS", (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016) Hal. 47

⁷³ Syofian Siregar, "Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif", (Jakarta: Bumi Karsa, 2013) Hal. 90

⁷⁴ Albert Kurniawan, "Metode Riset Untuk Ekonomi dan Bisnis", (Bandung: Alfabeta, 2014), Hal. 156.

normal. Apabila menggunakan Uji Normal P-Plot, jika penyebaran data (titik-titik) masih berada di sekitar garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal, sebaliknya jika penyebaran data (titik-titik) menjauh dari garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa data tidak berdistribusi normal.

3.5.1.2 Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2016) pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen). Pengujian multikolinearitas adalah pengujian yang mempunyai tujuan menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variable independent.

Pendeketsian multikolinearitas dapat dilihat melalui Variance Inflation Factors (VIF). Dalam ukuran pengujiannya apabila hasil nilai nilai VIF seluruhnya > 10 , sehingga didalam tanggapan ini termasuk mengandung multikolinearitas.⁷⁵

3.5.1.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah data mempunyai variansi yang berbeda diantara data tersebut. Data yang diharapkan adalah data yang mempunyai variansi yang sama diantara data yang lainnya, biasa disebut dengan homoskedastisitas. Sebaliknya jika data mempunyai variansi yang berbeda disebut dengan heteroskedastisitas.⁷⁶ Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat melalui grafik Scatterplot atau nilai prediksi variable terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Jika tidak membentuk pola tertentu dan tidak menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu y, maka dapat dikatakan data tidak terjadi heteroskedastisitas. Model yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

⁷⁵ Agus Tri Basuki, Nano Prawoto, "Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis", (Jakarta:PT. Grafindo Persada, 2017), Hal. 61-62.

⁷⁶ Muhammad Nisfiannor, "Pendekatan Statistik Modern", (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), Hal. 92.

3.6 Teknik Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi berganda adalah regresi yang memiliki satu variable dependen (bebas) dan lebih dari satu variable independen (terikat).⁷⁷ Regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Model persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan :

Y = Pengambilan Keputusan

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X₁ = Religiusitas

X₂ = Kepercayaan

E = Standar Error

3.7 Uji Hipotesis

3.7.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui hubungan masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dapat digunakan tingkat signifikan 0,05 ($\alpha=5\%$).⁷⁸

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{table}$ maka H_0 diterima.
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{table}$, maka H_0 ditolak. Berdasarkan signifikan:
 - a. Jika signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak.
 - b. Jika signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima.

⁷⁷ V. Wiratna Sujarweni, "SPSS untuk Penelitian", (Yogyakarta: PustakaBaru Press, 2014), Hal. 149.

⁷⁸ *Ibid.*, Hal. 149

3.7.2 Uji secara Bersama-sama (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengevaluasi pengaruh semua variabel independent terhadap variabel dependen secara simultan. Uji F dapat dijelaskan dengan menggunakan analisis varian (*analysis of variance* = ANOVA).⁷⁹

Jika nilai α yang digunakan lebih kecil 5% -0,05 maka menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel dependen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel independent secara simultan (Bersama-sama). Dan begitu sebaliknya.⁸⁰

3.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varian atau penyebab dari variabel-variabel independent yang menerangkan variabel dependen atau angka yang menunjukkan seberapa besar variasi dependen dipengaruhi oleh variabel-variabel independent. Singkatnya Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independent menjelaskan variabel dependen. Nilai Koefisien determinasi (R^2) dikatakan baik jika $> 0,5$, karena Koefisien determinasi (R^2) antara 0 sampai 1. Jika mendekati 1 maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen sangat besar, dan sebaliknya.

3.8 Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui deskripsi yang jelas tentang arah tujuan dari pembahasan judul. Penelitian perlu diperjelas beberapa istilah dalam table berikut:

Tabel 3.1

Definisi Operasional Variabel

| Variabel penelitian | Definisi | Indikator | Skala pengukuran |
|----------------------------|-----------------|------------------|-------------------------|
|----------------------------|-----------------|------------------|-------------------------|

⁷⁹ Agus Tri Basuki, Nano Prawoto, op, cit, Hal. 51-52

⁸⁰ Dwi Priyatno, 5 jam belajar ,,,, Hal. 146

| | | | |
|--|--|--|--|
| Religiusitas (X1) Glock dan Stark (dalam Rahma Bellani, 2017) | Keyakinan atau kepercayaan yang dianut seseorang yang memperhatikan nilai-nilai syariat agama, serta merupakan upaya penghayatan dan sikap hidup seseorang berdasarkan nilai-nilai keagamaan yang diyakininya | <ul style="list-style-type: none"> - Keyakinan - Praktik agama - Pengalaman - Pengetahuan agama - Konsekuensi/pengalaman. | Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert. |
| Kepercayaan (X2) Gefen (dalam Yoga Prastio ,2021) | Kesediaan individu untuk bertingkah laku karena rasa yakin bahwa orang lain akan memberikan apa yang ia harapkan | <ul style="list-style-type: none"> - Kompetensi - Integritas - Kebaikan hati | Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert. |
| Keputusan memilih Bank Syariah (Y) J.Reason (dalam Tutty Alawiyah, 2021) | Pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atas keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan diantara beberapa alternative yang tersedia. Tahap terakhir dari individu dalam mengambil sebuah pilihan untuk memilih Bank Syariah | <ul style="list-style-type: none"> - Pengenalan keputusan - Pencarian informasi - Evaluasi - Keputusan pembelian - Perilaku pasca pembelian | Diukur melalui angket dengan menggunakan skala likert. |

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

a) Gambaran Umum Kaliwungu

Kaliwungu adalah sebuah kecamatan yang ada di Kabupaten Kendal, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia. Kecamatan ini berbatasan langsung dengan Semarang, tepatnya di sebelah barat kota Semarang, Indonesia. Luas Kecamatan Kaliwungu terbagi menjadi 9 desa yaitu desa Kumpulrejo dengan luas 1,25 km², desa Karangtengah dengan luas 1,20 km², desa Sarirejo dengan luas 1,33 km², desa Krajan Kulon dengan luas 2,16 km², desa Kutoharjo dengan luas 2,31 km², desa Nolakerto dengan luas 5,19 km², desa Sumberejo dengan luas 7,88 km², desa Mororejo dengan luas 14,35 km², desa Wonorejo dengan luas 12,05 km².⁸¹

Desa/ kelurahan kecamatan kaliwungu terdiri Karangtengah, Krajan Kulon, Kumpul Rejo, Kutoharjo, Mororejo, Nolakerto, Sarirejo, Sumberejo, Wonorejo. Data yang diperoleh dari data kependudukan dan pencatatan sipil semester II Tahun 2022 Kabupaten Kendal didapatkan bahwa jumlah penduduk sebanyak 66.897 jiwa, yang terdiri dari laki-laki sebanyak 33.498 jiwa, dan perempuan sebanyak 33.399 jiwa. Pada tahun 2020 didapatkan data bahwa terdapat pondok pesantren sejumlah 22.⁸² Antara lain Pondok pesantren Manbaul hikmah yang terdapat di desa Mororejo, Pondok Pesantren Darussalam Saribaru yang terdapat di desa Krajan Kulon, Ponpes Apik yang terdapat di Desa Krajan Kulon,

⁸¹ Wikipedia, Kaliwungu Kendal, https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kaliwungu_Kendal di akses pada 1 Juni 2023

⁸² Kendalkab bps, Jumlah pondok pesantren pengajar santri, <https://kendalkab.bps.go.id/indicator/108/379/1/jumlah-pondok-pesantren-pengajar-santri.html> di akses pada tanggal 13 Juni 2023

Ponpes Al Manar Muhammadiyah Kaliwungu yang terdapat di Desa Krajan Kulon, dsb.

b) Gambaran Umum Kaliwungu Selatan

Kaliwungu Selatan adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Kendal, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia. Kecamatan ini berupa kecamatan pemekaran dari kecamatan Kaliwungu. Kecamatan Kaliwungu Selatan sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Singorojo, sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Brangsong, dan sebelah Timur berbatasan dengan Kota Semarang. Luas wilayahnya mencapai 65,19 km².⁸³

Kecamatan Kaliwungu Selatan terdiri atas 8 Desa/Kelurahan yaitu Darupono, Kedungsuren, Magelung, Plantaran, Protomulyo, Sukomulyo, jeruk giling, Sidomakmur. Data yang diperoleh dari data kependudukan dan pencatatan sipil semester II Tahun 2022 Kabupaten Kendal didapatkan bahwa jumlah penduduk sebanyak 52.729 jiwa, yang terdiri dari laki-laki sebanyak 26.530 jiwa, dan perempuan sebanyak 26.199 jiwa. Pada tahun 2020 didapatkan data bahwa terdapat pondok pesantren sejumlah 2 yaitu Pondok Pesantren Al Fatihah yang terdapat di Desa Palntaran dan Pondok Pesantren Al Ulya yang terdapat di Desa Kedungsuren.⁸⁴

4.2 Analisis Deskripsif

Sebelum melakukan analisa data, maka pada sub bab ini akan terlebih dahulu di kemukakan gambaran karakteristik responden berupa jenis kelamin, usia, pendidikan, dan pekerjaan, penelitian ini menggunakan data primer yang di dapatkan dari kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Berikut adalah penyajian hasil mengenai profil responden :

⁸³ Wikipedia, Kaliwungu Selatan Kendal, https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kaliwungu_Selatan,_Kendal di akses pada 1 Juni 2023

⁸⁴ Kendalkab bps, Jumlah pondok pesantren pengajar santri, <https://kendalkab.bps.go.id/indicator/108/379/1/jumlah-pondok-pesantren-pengajar-santri.html> di akses pada tanggal 13 Juni 2023

4.2.1 Karakteristik Responden

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Hasil Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah Responden | Presentase |
|---------------|------------------|------------|
| Perempuan | 60 | 60% |
| Laki-laki | 40 | 40% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden paling banyak ialah berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 60 responden atau setara dengan 60%, selanjutnya dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki yaitu berjumlah 40 responden atau setara dengan 40%. dengan demikian responden dalam penelitian ini di dominasi oleh perempuan.

b. Usia

Tabel 4.2

Hasil Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

| Usia | Jumlah Responden | Presentase |
|-------------|------------------|------------|
| 12-22 tahun | 42 | 42% |
| 23-27 tahun | 13 | 13% |
| 28-32 tahun | 3 | 3% |
| 33-37 tahun | 12 | 12% |
| >37 tahun | 30 | 30% |

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, terdapat 42 orang yang berusia 17-22 tahun atau setara dengan 42%, orang yang berusia 23-27 tahun sebanyak 13 orang atau

setara dengan 13%, orang yang berusia 28-32 tahun sebanyak 3 orang atau setara dengan 3%, orang yang berusia 33-37 tahun sebanyak 12 orang atau setara dengan 12%, orang yang berusia >37 tahun sebanyak 30 orang atau setara dengan 30 %. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa responden dalam penelitian ini di dominasi oleh responden dengan rentan usia 17-22 tahun.

c. Pendidikan

Tabel 4.3

Hasil Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir

| Pendidikan | Jumlah Responden | Presentase |
|------------|------------------|------------|
| SMP | 3 | 3% |
| SMA | 60 | 60% |
| D3 | 4 | 4% |
| S1 | 33 | 33% |

Sumber Data : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden terdapat 3 responden atau setara dengan 3% yang berpendidikan SMP, 60 responden atau setara dengan 60% yang berpendidikan SMA, 4 responden atau setara dengan 4% yang berpendidikan D3, 33 responden atau setara dengan 33% yang berpendidikan S1. Dengan demikian dapatdiketahui bahwa dalam penelitian ini di dominasi oleh responden yang berpendidikan SMA.

d. Pekerjaan

Tabel 4.4

Hasil Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

| Usia | Jumlah Responden | Presentase |
|------------|------------------|------------|
| Wiraswasta | 43 | 43% |

| | | |
|-------------------|----|-----|
| PNS | 4 | 4% |
| Mahasiswa/Pelajar | 22 | 22% |
| Pegawai swasta | 3 | 3% |
| Pekerjaan lain | 28 | 28% |

Sumber Data : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, terdapat 43 responden atau setara dengan 43% yang bekerja sebagai Wiraswasta, 4 responden atau setara dengan 4% yang bekerja sebagai PNS, 22 responden atau setara dengan 22% yang merupakan mahasiswa/pelajar, 3 responden atau setara dengan 3% yang bekerja sebagai pegawai swasta, 28 responden atau setara dengan 28% dengan pekerjaan lain. Dengan demikian dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini di dominasi oleh responden yang bekerja sebagai wiraswasta.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Dalam pengukuran validitas data pada penelitian dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r table untuk degree of freedom (df) = n-2, dimana n adalah jumlah sampel. Kriteria hasil uji validitas sebagai berikut :

- a) $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (pada taraf $\alpha = 5\%$ atau 0,05) , maka dapat dikatakan bahwa hasil kuesioner tidak valid.
- b) $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (pada taraf $\alpha = 5\%$ atau 0,05) , maka dapat dikatakan bahwa , maka hasil kuesioner valid.

Nilai r tabel dicari dengan degree of freedom (df) = (n; n-2) atau (100-2) = 98 dengan tingkat signifikan 0,05 dan menggunakan uji dua arah yaitu : . untuk perhitungan Uji Validitas ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 21. Berikut hasilnya :

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas (X1)

| No | r hitung | r tabel 5% (98) | Sig. | Keterangan |
|----|----------|-----------------|-------|------------|
| 1 | 0,2370 | 0,1966 | 0,018 | Valid |
| 2 | 0,8570 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| 3 | 0,8600 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| 4 | 0,8540 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| 5 | 0,8310 | 0,1966 | 0,000 | Valid |

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji validitas variable religiusitas (X1) menunjukkan hasil bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel (r hitung > r tabel), maka hal tersebut membuktikan bahwa seluruh item pertanyaan pada variable religiusitas dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X2)

| No | r hitung | r tabel 5% (98) | Sig. | Keterangan |
|----|----------|-----------------|-------|------------|
| 1 | 0,4650 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| 2 | 0,7850 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| 3 | 0,7560 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| 4 | 0,6640 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| 5 | 0,5190 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| 6 | 0,5960 | 0,1966 | 0,000 | Valid |

Sumber Data : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji validitas variable kepercayaan (X2) menunjukkan hasil bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel (r hitung > r tabel), maka hal tersebut membuktikan bahwa seluruh item pertanyaan pada variable kepercayaan dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Keputusan Memilih Bank Syariah (Y)

| No | r hitung | r tabel 5% (98) | Sig. | Keterangan |
|----|----------|-----------------|-------|------------|
| 1 | 0,5280 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| 2 | 0,7080 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| 3 | 0,7130 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| 4 | 0,7510 | 0,1966 | 0,000 | Valid |
| 5 | 0,7800 | 0,1966 | 0,000 | Valid |

Sumber Data : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji validitas variable keputusan memilih bank syariah (Y) menunjukkan hasil bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel (r hitung > r tabel), maka hal tersebut membuktikan bahwa seluruh item pertanyaan pada variable keputusan memilih bank syariah dalam penelitian ini adalah valid.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur apakah suatu kuesioner dapat dikatakan reliable. Untuk mengukurnya menggunakan teknik Cronbach's Alpha. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliable apabila setiap variable mempunyai Cronbach's Alph > 0,6 atau koefisien reliabilitas lebih dari 0,6. Adapun hasil dari uji reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian, berikut ini :

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas

| No | Variabel | Nilai Cronbach's | Batas | Keterangan |
|----|----------|------------------|-------|------------|
| 1 | X1 | 0,850 | 0,6 | Reliabel |
| 2 | X2 | 0,699 | 0,6 | Reliabel |
| 3 | Y | 0,729 | 0,6 | Reliabel |

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Dari hasil tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa setiap instrument pertanyaan mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,6 . hal ini menunjukkan bahwa instrument tersebut dinyatakan reliable. Dengan demikian hasil dari penelitian ini memiliki penukuran yang konsisten.

4.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan alat untuk mengetahui apakah data yang telah di kumpulkan berdistribusi normal atau tidak. Salah satu cara yang digunakan untuk mengetahui data berdistribusi normal yaitu Kolmogorov Smirnov. Jika nilai Sig > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai Sig < 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data tidak berdistribusi normal. Adapun hasil dari uji Kolmogorov Smirnov yang diperoleh dalam penelitian ini, sebagai berikut :

Tabel 4.9

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.42855311 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .060 |
| | Positive | .060 |
| | Negative | -.058 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .600 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .864 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Primer diolah, 2023

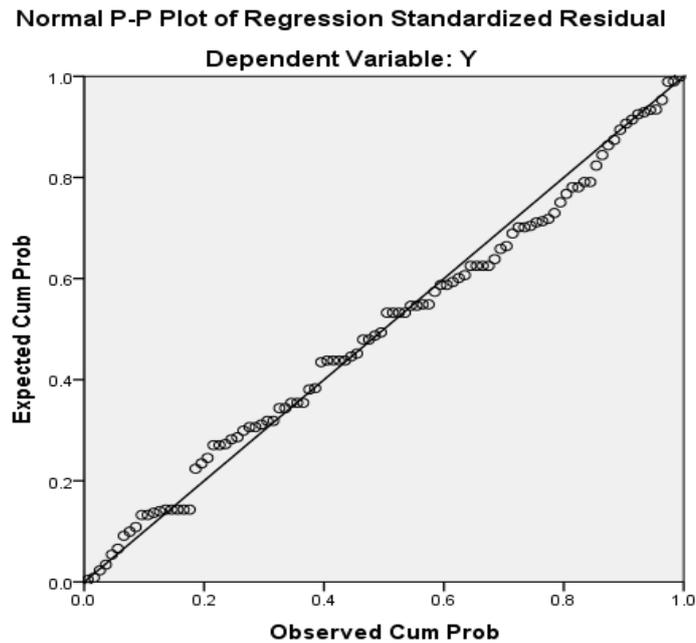
Dari hasil tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa nilai Sig 0,864 > 0,05 atau nilai sig lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Oleh karena itu seluruh variable dan data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal dan menunjukkan bahwa model regresi layak untuk digunakan karena telah memenuhi asumsi normalitas yang ditentukan yaitu sebesar 0,05.

Uji normalitas yang lainnya yaitu menggunakan uji normal P-Plot, dengan ketentuan jika penyebaran titik-titik masih berada di sekitar garis

diagonal maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal, sebaliknya jika penyebaran titik-titik menjauh dari garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa data tidak berdistribusi normal. Adapun hasil dari uji normal P-Plot yang diperoleh dalam penelitian ini, sebagai berikut :

Gambar 4.1

Hasil Uji Normalitas P-Plot



Sumber : Data Primer diolah, 2023

Dari hasil gambar 4.1 diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal atau titik-titik menyebar mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

4.3.4 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan alat yang digunakan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas (independent). Jika terjadi korelasi, maka dapat dikatakan dengan terdapatnya masalah multikolinearitas. Dalam ukuran pengujiannya apabila nilai $VIF > 10$ maka terdapat masalah multikolinearitas, sebaliknya jika nilai $VIF < 10$ maka tidak terdapat

masalah multikolinearitas. Adapun hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini, sebagai berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinieritas

| Coefficients ^a | | | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|-------|-------------------------|------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 3.198 | 2.138 | | 1.496 | .138 | |
| | X1 | .050 | .057 | .070 | .884 | .379 | .940 |
| | X2 | .657 | .082 | .635 | 8.021 | .000 | .940 |

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Dari tabel 4.10 diatas dapat diketahui bahwa tidak terdapat variable yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,1. Dengan penjelasan sebagai berikut yaitu : variable Religiusitas memiliki nilai tolerance sebesar 0,940 dan variable Kepercayaan sebesar 0,940. Hasil dari nilai VIF juga menunjukkan tidak terdapat variable yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Dengan penjelasan sebagai berikut : variable Religiusitas memiliki nilai VIF sebesar 1,064 dan Kepercayaan memiliki nilai VIF sebesar 1,064. Maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terdapat masalah multikolinearitas antar variable.

4.3.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah data mempunyai variansi yang berbeda diantara data tersebut. Yang diharapkan dalam penelitian ini yaitu data mempunyai variansi yang sama diantara data yang lainnya atau biasa disebut dengan homoskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat di uji dengan uji glejser. Jika nilai sig > 0,05 maka dikatakan penelitian ini tidak terdapat masalah heteroskedastisitas, sebaliknya jika nilai sig < 0,05 maka diatkan bahwa penelitian terdapat masalah heteroskedastisitas. Adapun hasil dari uji glejser dalam penelitian ini, sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 2.683 | 1.374 | | 1.952 | .054 |
| Religiusitas | -.049 | .037 | -.139 | -1.345 | .182 |
| Kepercayaan | -.020 | .053 | -.040 | -.387 | .700 |

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Dari tabel 4.11 diatas dapat diketahui bahwa variabel religiusitas memiliki nilai signifikan sebesar $0,182 > 0,05$ dan variable kepercayaan memiliki nilai signifikan sebesar $0,700 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

4.3.6 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Uji analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh setiap variable bebas terhadap variable terikat. Adapun hasil dari uji regresi linier berganda dalam penelitian ini, sebagai berikut :

Tabel 4.12
Hasil Analisis Refresi Linier Berganda

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 3.198 | 2.138 | | 1.496 | .138 |
| Religiusitas | .050 | .057 | .070 | .884 | .379 |
| Kepercayaan | .657 | .082 | .635 | 8.021 | .000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih Bank Syariah

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Dari tabel 4.12 diatas dapat diketahui bahwa hasil koefisien regresi linier berganda dengan variable independen religiusitas (x1) dan kepercayaan (x2) menunjukkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

$$Y = 3,198 + 0,050 X_1 + 0,657 X_2 + e$$

Berikut penjelasan persamaan regresi linier berganda :

- a. Nilai konstanta bernilai positif sebesar 3,198 berarti ketika variable religiusitas dan kepercayaan jika dianggap tetap (0), maka tingkat keputusan memilih bank syariah tetap sebesar 3,198, karena nilai konstanta menunjukkan nilai sebesar 3,198.
- b. Nilai koefisien religiusitas (x_1) sebesar 0,050 menunjukkan bahwa apabila variable religiusitas ditingkatkan satu-satuan dengan catatan nilai variable dianggap tetap, maka akan meningkatkan tingkat keputusan masyarakat memilih bank syariah sebesar 0,050%.
- c. Nilai koefisien kepercayaan (x_2) sebesar 0,657 menunjukkan bahwa apabila variable kepercayaan ditingkatkan satu-satuan dengan catatan nilai variable dianggap tetap, maka akan meningkatkan tingkat keputusan masyarakat memilih bank syariah sebesar 0,657 %.

4.3.7 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh hubungan masing-masing variable independen secara individual terhadap variable dependen. Untuk menghitung t tabel yaitu :

$$\begin{aligned} T \text{ tabel} &= t(\alpha/2 ; n-k-1) \\ &= t(0,025 ; 100 - 2 - 1) \\ &= t(0,025 ; 97) \\ &= 1,984 \end{aligned}$$

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $t \text{ hitung} < t \text{ table}$ maka H_0 diterima.
- 2) Jika $t \text{ hitung} > t \text{ table}$, maka H_0 ditolak. Berdasarkan signifikan:
 - a. Jika signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak.
 - b. Jika signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima.

Hipotesis yang akan diuji dalam uji t ini sebagai berikut :

H0 = Religiusitas dan kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah

H1 = Religiusitas dan kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah

Adapun hasil uji t dalam penelitian ini , sebagai berikut :

Tabel 4.13

Hasil Uji t

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3.198 | 2.138 | | 1.496 | .138 |
| | Religiusitas | .050 | .057 | .070 | .884 | .379 |
| | Kepercayaan | .657 | .082 | .635 | 8.021 | .000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih Bank Syariah

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat diketahui bahwa :

- Variable religiusitas mempunyai nilai t hitung < t tabel yaitu 0,884 < 1,984 dan nilai sig 0,379 > 0,05 maka H0 diterima, H1 ditolak, yang artinya secara parsial (individu) variable religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah.
- Variable kepercayaan mempunyai nilai t hitung > t tabel yaitu 8,021 > 1,984 dan nilai sig 0,000 < 0,05, maka H0 ditolak, H1 diterima, yang artinya secara parsial variable kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah.

4.3.8 Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable independen terhadap variable dependen secara simultan (bersama-sama). Uji F dapat dijelaskan dengan menggunakan analisis varian (*analysis of variance* = ANOVA). Jika nilai α yang digunakan lebih kecil 5% (0,05) maka menunjukkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa

variabel dependen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel independent secara simultan (Bersama-sama). Dan begitu sebaliknya.

Hipotesis yang akan diuji adalah :

H_0 : Religiusitas dan kepercayaan secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah.

H_a : Religiusitas dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah.

Tabel 4.14

Hasil Uji F

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 151.964 | 2 | 75.982 | 36.480 | .000 ^b |
| | Residual | 202.036 | 97 | 2.083 | | |
| | Total | 354.000 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dapat diketahui bahwa untuk mencari F tabel yaitu ($F_{tabel} = k ; n-k = 2 ; 100 - 2 = 98 = 3,09$), maka dilihat dari hasil uji F diketahui bahwa nilai F hitung sebesar $36,480 > F_{tabel}$ sebesar 3,09 dan diketahui bahwa nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan penjelasan hasil uji F dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya jika variable independen (religiusitas dan kepercayaan) di uji secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variable dependen (keputusan memilih bank syariah).

4.3.9 Uji koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variable independen menjelaskan variable dependen. Nilai koefisien determinasi dikatakan baik apabila nilai (R^2) mendekati 1. Jika

mendekati 1 maka pengaruh variable independen terhadap variable dependen sangat besar, sebaliknya jika koefisien determinasi menjauhi 0 maka pengaruh variable independen terhadap variable dependen sangat kecil. Adapun hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini, sebagai berikut :

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .655 ^a | .429 | .418 | 1.443 |

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat diketahui bahwa nilai R square yaitu 0,429, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh religiusitas dan kepercayaan terhadap keputusan memilih bank syariah sebesar 42,9%, sedangkan sisanya ($100\% - 42,9\% = 57,1\%$) dipengaruhi oleh variable lain yang tidak terdapat di dalam penelitian ini.

4.4 Pembahasan

Berdasarkan analisis dari persamaan regresi linier berganda diatas, pembahasan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh religiusitas terhadap keputusan memilih bank syariah

Dalam penelitian ini didapatkan hasil dari nilai t hitung sebesar 0,884 yang artinya nilai t hitung $0,884 < t$ tabel 1,984 berarti terdapat pengaruh positif tidak signifikan antara variable religiusitas terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah. Untuk nilai signifikansi nya yaitu sebesar $0,379 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variable religiusitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah.

Hal ini dapat di ketahui bahwa religiusitas berpengaruh positif atau meningkat namun tidak mempengaruhi keputusan masyarakat

Kaliwungu dan Kaliwungu Selatan dalam memanfaatkan adanya bank syariah. Masyarakat memilih bank syariah karena ada factor lain seperti para mahasiswa yang dibuatkan rekening bank syariah oleh pihak kampus, pengajar pondok pesantren yang dituntut untuk memiliki rekening di bank syariah, sehingga religiusitas bukanlah factor utama supaya masyarakat Kaliwungu dan Kaliwungu Selatan untuk memilih bank syariah. Dapat di artikan bahwa jika banyak masyarakat Kaliwungu dan Kaliwungu Selatan memiliki tingkat religiusitas yang tinggi namun belum tertarik untuk memilih bank syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ananda Fadila Widodo (2022) bahwa religiusitas pengaruhnya positif tidak signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah di Kota Salatiga. Ini dapat diartikan bahwa semakin meningkatnya religiusitas seseorang tidak mempengaruhi terhadap keputusan masyarakat Salatiga dalam memilih bank syariah, sebab masyarakat lebih tertarik pada digital banking yang ada pada bank syariah sehingga religiusitas bukanlah factor utama yang mendorong keputusan masyarakat Salatiga dalam memilih bank syariah.

Hasil penelitian yang tidak sejalan dengan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya oleh Tutty Alawiyah (2021) yang menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara religiusitas dengan keputusan menabung. Artinya religiusitas sebagai acuan untuk berpedoman hidup dalam menjalankan kegiatan sehari-hari begitu pula dalam melakukan transaksi karena sebagai umat muslim hendaknya menjauhi riba dengan menggunakan jasa bank syariah.

2. Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan memilih bank syariah

Dalam penelitian ini didapatkan hasil dari nilai t hitung sebesar 8,021 yang artinya nilai t hitung $8,021 > t$ tabel 1,984, berarti secara parsial terdapat pengaruh positif antara variable kepercayaan terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah. Untuk nilai signifikansi nya yaitu sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa

variable kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah.

Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah, hal ini dikarenakan bank membangun kepercayaan dengan memberikan rasa aman kepada nasabah dalam bertransaksi maupun dalam memberikan pilihan produk tabungan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Bank juga memberikan pelayanan yang baik dalam memenuhi kebutuhan nasabah. Karena kepercayaan bisa muncul akibat dari hubungan timbal balik yang baik antara nasabah dengan pihak bank untuk jangka yang panjang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Imro'atus Solekhah (2020) yang menunjukkan hasil bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa memilih bank syariah. Karena berdasarkan kuesioner penelitian variable kepercayaan menunjukkan bahwa asumsi pada indikator brand reliability mempunyai pengaruh yang lebih dominan. Sehingga karyawan di bank syariah memberikan pelayanan yang terbaik sesuai harapan.

Hasil penelitian yang tidak sejalan dengan penelitian ini dilakukan oleh Pariliya Dwi Anggarini (2016) menunjukkan hasil bahwa secara parsial, kepercayaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penggunaan fasilitas Anjungan Tunai Mandiri (ATM) bank syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pengguna fasilitas Anjungan Tunai Mandiri (ATM) bank syariah, namun kenaikan kepercayaan ini tidak signifikan atau pada tingkat yang rendah.

3. Pengaruh Religiusitas dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap keputusan memilih bank syariah

Dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama dan signifikan antara variabel religiusitas dan kepercayaan terhadap keputusan masyarakat memilih bank syariah. Hal tersebut di buktikan berdasarkan hasil uji F dalam penelitian ini yaitu sebesar 36,480, sedangkan hasil F tabel sebesar 3,09 atau nilai F hitung

sebesar $36,480 > F$ tabel sebesar $3,09$. Dan untuk nilai signifikan pada penelitian ini $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas mengenai pengaruh religiusitas dan kepercayaan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah pada masyarakat Kaliwungu dan Kaliwungu Selatan yang telah diuraikan sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah. Hal ini dapat dilihat berdasarkan perhitungan Uji t yaitu $t_{hitung} < t_{tabel}$ sebesar $0,884 < 1,984$ dengan nilai signifikansinya $0,379 > 0,05$. Dan pada uji regresi linier berganda pada variable religiusitas mampu menjelaskan variable keputusan memilih bank syariah sebesar $0,050$ semakin tinggi tingkat religiusitas masyarakat Kaliwungu dan Kaliwungu Selatan tidak mempengaruhi keputusannya untuk memilih bank syariah
2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah. Hal ini dapat dilihat berdasarkan perhitungan Uji t yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $8,021 > 1,984$ dengan nilai signifikansi nya $0,000 < 0,05$. Dan pada uji regresi linier berganda pada variable kepercayaan mampu menjelaskan variable keputusan memilih bank syariah sebesar $0,657$. Dapat disimpulkan bahwa semakin meningkatnya rasa percaya masyarakat Kaliwungu dan Kaliwungu Selatan terhadap bank syariah maka akan semakin tinggi pula keputusannya dalam memilih bank syariah.
3. Religiusitas dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan masyarakat Kaliwungu dan Kaliwungu Selatan memilih bank syariah. Hal tersebut di buktikan berdasarkan hasil uji F dalam penelitian ini yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu F_{hitung} sebesar $36,480 > F_{tabel}$ sebesar $3,09$. Dan untuk nilai signifikansinya

sebesar $0,000 < 0,05$, dan dilihat dari nilai uji koefisien determinasi (R Square) sebesar 42,9% sisanya yaitu 57,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Ada beberapa saran yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian tentang pengaruh religiusitas dan kepercayaan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah pada masyarakat Kaliwungu dan Kaliwungu Selatan adalah sebagai berikut :

1. Bagi masyarakat Kaliwungu dan Kaliwungu Selatan di sarankan untuk lebih menambah tingkat religiusitas serta mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-hari salah satunya dengan memilih bank syariah untuk bertransaksi ataupun menabung.
2. Bagi pihak Bank Syariah untuk lebih meningkatkan kualitas dalam pelayanan seperti penjelasan mengenai produk serta dalam menanggapi keluhan dari nasabah. Serta menambah cabang untuk masing-masing daerah / kecamatan. Dengan tujuan untuk memotivasi agar masyarakat memilih bank syariah.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti variable-variabel lain yang belum diteliti seperti lokasi, kualitas pelayanan serta menambah informasi lebih lengkap dalam memengaruhi keputusan masyarakat memilih bank syariah agar menghasilkan gambaran yang lebih luas terhadap masalah yang diteliti.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam proses penelitian ini, terdapat keterbatasan yang mungkin dapat mempengaruhi dari hasil penelitian :

1. Adanya keterbatasan waktu penelitian, tenaga dan kemampuan peneliti.
2. Jumlah responden yang hanya 100 orang, ini tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
3. Dalam pengambilan data kuesioner, informasi yang diberikan responden terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini

dapat terjadi karena beberapa faktor seperti faktor kejujuran responden dalam pengisian pendapat kuesionernya.

4. Pada penelitian ini hanya melakukan pengkajian terhadap pengaruh beberapa faktor religiusitas dan kepercayaan terhadap keputusan memilih bank Syariah sehingga perlu dikembangkan penelitian lebih lanjut untuk meneliti pengaruh faktor lain yang belum dikaji.

DAFTAR PUSTAKA

- Agriyanto Ratno, Dessy Noor Farida, Azizah Setiyawati, 'Pengaruh *Good Corporate Governance, Free Cash Flow*, dan Perencanaan Pajak pada Manajemen Laba', *Jurnal At-Taquadum*, 13, 2021.
- Agus Tri Basuki, Nano Prawoto, "Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis", (Jakarta:PT. Grafindo Persada, 2017).
- Ali Hasan, 'Marketing dan Kasus-kasus Pilihan', (Jakarta: PT Buku Seru, 2013)
- Bawono, Anton, Fakultas Ekonomi, and Iain Salatiga, 'Analisis Pemahaman , Produk , Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Menjadi Nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga'.
- Faturrahman, Ahmad, 'Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2019).
- Glock & Stark, '*Religion and society intension*'. California: Rand Me Nally Company, 1969
- Gultom, Selfi Afriani, and Saparuddin Siregar, 'Apakah Regiulitas Memoderasi Keputusan Nasabah Bank Syariah', 8.02 (2022).
- Handayani, R, Sri Darwini, and Eka Agustiani, 'BANK SYARIAH MELALUI KEPERCAYAAN MEREK', 6.2 (2018).
- Iskamto, Dedi, 'Analisis Peranan Religiusitas Terhadap Kepercayaan Kepada Perbankan Syariah'
- Isra Misra, Muhammad Ragil, And Muhammad Iqbal Fachreza, 'Manajemen Perbankan Syariah', Yogyakarta: K-Media, 2021.
- Ismail, 'Akuntansi Bank (Teori Dan Aplikasi Dalam Rupiah)', Jakarta: Kencana, 2011.
- Kalianda, D I B M T Al-hafiidz, 'Sebesar 1,682. (2) Religiusitas Berpengaruh Tidak Signifikan Terhadap Keputusan Menabung Dengan Nilai T', 09.02

(2018).

Kusmayadi, 'Pengaruh relationship quality terhadap loyalitas nasabah tabungan STEI STAN Indonesia Mandiri Jepara. Skripsi IAIN Walisongo'

Misra, Isra, Muhammad Ragil, and Muhammad Iqbal Fachreza, *No Title*

Muhammad Nisfiannor, "Pendekatan Statistik Modern", (Jakarta: Salemba Humanika, 2009).

Nur Afni dan Alwahidin 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia', *Arbitrase : Journal Of Economics And Accounting, Sulawesi Tenggara*, 2022.

Noviarita, Heni, Universitas Islam, Negeri Raden, Intan Lampung, Roslee Ahmad, Universitas Islam, and others, 'The Impact of Leadership , Motivation , Discipline , and Wages on The Performance of Sharia Bank Employees Idzam Fautau', 12 (2021).

Philip Kotler, 'Prinsip-Prinsip Pemasaran, (Jakarta : PT Gelora Aksara Pratama, 1997).

Promosi, Pengaruh, 'Makhdaleva H, Ade Sofyan M ':, 8.1 (2017).

Religiusitas, D A N, and Terhadap Keputusan, 'Peran Kepercayaan Dalam Memoderasi Pengaruh Sales Promotion, Advertisig Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menbung', 9 (2021).

Sugiyono, "Metode Penelitian Manajemen", (Bandung: CV. Alfabeta, 2014). Hal. 168.

Supranto, Dan Nanda Limakrisna, ' Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran Edisi Kedua', (Jakarta: Penerbit Mitra Wacana Media, 2011)

Syariah, Nasabah Bank, 'Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah', 1.2 (2016).

Usvita, Mega, and Simpang Empat, 'Kcp Simpang Empat *The Inffleunce Of Religiusity And Customer Trust On Saving Decisions In Bank Nagari*

Syariah', 9 (2021).

V. Wiratna Sujarweni, "SPSS untuk Penelitian", (Yogyakarta: PustakaBaru Press, 2014).

Veitzal Rivai dkk, '*Bank and Financial Institution Management(Coventional and Sharia System)*', Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2007.

Widana, Oka, 'Pengaruh *Consumer Knowledge* , *Brand Image* , Religiusitas , Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada Bank ...'

Wijayani, Dianing Ratna, 'Kepercayaan Masyarakat Menabung Pada Bank Umum Syariah', 8.1 (2017).

Zuhirsyan, Muhammad, and Nurlinda Nurlinda, 'Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah', *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2.2 (2021).

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
.....
2. Alamat :
.....
3. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
4. Usia : 17-22 tahun 23-27 tahun
 28-32 tahun > 37 tahun
 33-37 tahun
5. Pendidikan terakhir : SD SMP SMA
 D3 S1
6. Pekerjaan : Wiraswasta PNS
 Mahasiswa/pelajar
 Pegawai Swasta Lain-lain
7. Pernah menggunakan Bank Syariah
 Pernah Belum pernah

B. PETUNJUK PENGISIAN

Berikut ini terdapat sejumlah pertanyaan, silahkan baca dan pahami dengan baik setiap pertanyaan tersebut. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan diri anda, dengan cara memberi tanda centang (√) pada salah satu pilihan yang tersedia, yaitu :

- SS : Sangat Setuju
S : Setuju
RR : Ragu-ragu
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

1. Variabel Religiusitas (X1)

| No | Pernyataan | Pertimbangan |
|----|------------|--------------|
|----|------------|--------------|

| | | SS | S | RR | TS | STS |
|---|--|----|---|----|----|-----|
| 1 | Saya menyakini bahwa Allah SWT yang menciptakan manusia dan alam semesta | | | | | |
| 2 | Saya menjalankan ibadah sholat, puasa. | | | | | |
| 3 | Saya sering memanjatkan doa kepada Allah | | | | | |
| 4 | Saya mengetahui pokok-pokok ajaran agama yang harus diimani dan dilaksanakan | | | | | |
| 5 | Saya suka menolong dan berbuat jujur kepada orang lain. | | | | | |

2. Variabel Kepercayaan (X2)

| No | Pernyataan | Pertimbangan | | | | |
|----|---|--------------|---|----|----|-----|
| | | SS | S | RR | TS | STS |
| 1 | Produk yang ditawarkan bank syariah sangat beragam sesuai dengan iklan. | | | | | |
| 2 | Pegawai bank syariah memberikan informasi yang lengkap tentang produk pada nasabah. | | | | | |
| 3 | Pegawai bank syariah selalu tanggap dalam memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi | | | | | |
| 4 | Bank syariah mampu menjaga kepercayaan nasabah dalam menggunakan produk dan layanan. | | | | | |
| 5 | Bank syariah mempunyai kemampuan untuk menyediakan produk dan layanan jasa yang berkualitas | | | | | |
| 6 | Bank syariah menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi. | | | | | |

3. Variabel Keputusan (Y)

| No | Pernyataan | Pertimbangan | | | | |
|----|--|--------------|---|----|----|-----|
| | | SS | S | RR | TS | STS |
| 1 | Saya memilih bank syariah karena mempunyai citra merek yang baik | | | | | |
| 2 | Saya mencari informasi produk dan layanan jasa Bank syariah yang sesuai dengan kebutuhan | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|
| 3 | Saya memilih produk dan jasa bank syariah sesuai dengan kebutuhan. | | | | | |
| 4 | Saya dapat dengan mudah memilih produk yang akan digunakan karena bank syariah memiliki banyak produk yang ditawarkan | | | | | |
| 5 | Saya merasa aman melakukan transaksi di Bank syariah | | | | | |

Lampiran 2 Tabulasi Data

| Variabel Religiusitas (X1) | | | | | | |
|----------------------------|------|------|------|------|------|-------|
| NO | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | Total |
| 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 |
| 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 23 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 7 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 |
| 8 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 19 |
| 9 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 10 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 20 |
| 11 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 18 |
| 12 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 13 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 14 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 15 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 16 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 18 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 19 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 21 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 22 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 23 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 19 |
| 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 27 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 19 |
| 28 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 29 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |

| | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|----|
| 30 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 31 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 32 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 33 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 34 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 35 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 18 |
| 36 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 37 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 20 |
| 38 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 40 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 41 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 42 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 44 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 45 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 46 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 47 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 48 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 19 |
| 49 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 50 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 20 |
| 51 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 52 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 53 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 54 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 18 |
| 55 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 56 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 57 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 58 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 59 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 60 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 19 |
| 61 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 62 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 63 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 64 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 65 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 66 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 67 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 68 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 69 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 70 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 19 |

| | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|----|
| 71 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 72 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 23 |
| 73 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 19 |
| 74 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 20 |
| 75 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 20 |
| 76 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 23 |
| 77 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 78 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 19 |
| 79 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 80 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 23 |
| 81 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 82 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 20 |
| 83 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 84 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 85 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 21 |
| 86 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 87 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 88 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 89 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 90 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 91 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 92 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 93 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 94 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 95 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 96 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 97 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 20 |
| 98 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 20 |
| 99 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 19 |
| 100 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |

| Variabel Kepercayaan (X2) | | | | | | |
|---------------------------|------|------|------|------|------|-------|
| X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | Total |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|----|
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 25 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 25 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 27 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|----|
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 25 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 22 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 25 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 26 |
| 5 | 3 | 1 | 4 | 5 | 5 | 23 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 20 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|----|
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 20 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |

| Variabel Keputusan Memilih Bank Syariah (Y) | | | | | |
|---|----|----|----|----|-------|
| Y1 | Y2 | Y3 | Y4 | Y5 | Total |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 18 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 20 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|----|
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 23 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|----|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 21 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 17 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 17 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 14 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 20 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 18 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 19 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 18 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas 30 Responden

Hasil Uji Validitas Variabel X1

| | | Correlations | | | | | |
|----------|---------------------|----------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------|---------------------|
| | | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | TOTAL_X1 |
| X1.1 | Pearson Correlation | . ^a | . ^a | . ^a | . ^a | . ^a | . ^a |
| | Sig. (2-tailed) | . | . | . | . | . | . |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X1.2 | Pearson Correlation | . ^a | 1 | 1.000 ^{**} | 1.000 ^{**} | . ^a | 1.000 ^{**} |
| | Sig. (2-tailed) | . | . | .000 | .000 | . | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X1.3 | Pearson Correlation | . ^a | 1.000 ^{**} | 1 | 1.000 ^{**} | . ^a | 1.000 ^{**} |
| | Sig. (2-tailed) | . | .000 | . | .000 | . | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X1.4 | Pearson Correlation | . ^a | 1.000 ^{**} | 1.000 ^{**} | 1 | . ^a | 1.000 ^{**} |
| | Sig. (2-tailed) | . | .000 | .000 | . | . | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X1.5 | Pearson Correlation | . ^a | . ^a | . ^a | . ^a | . ^a | . ^a |
| | Sig. (2-tailed) | . | . | . | . | . | . |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| TOTAL_X1 | Pearson Correlation | . ^a | 1.000 ^{**} | 1.000 ^{**} | 1.000 ^{**} | . ^a | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | . | .000 | .000 | .000 | . | . |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

a. Cannot be computed because at least one of the variables is constant.

Hasil Uji Validitas Variabel X2

| | | Correlations | | | | | | |
|------|---------------------|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | TOTAL_X2 |
| X2.1 | Pearson Correlation | 1 | .033 | .055 | -.042 | .262 | .055 | .374 |
| | Sig. (2-tailed) | . | .861 | .775 | .825 | .161 | .775 | .042 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X2.2 | Pearson Correlation | .033 | 1 | .442 ^{**} | .709 ^{**} | .582 ^{**} | .442 ^{**} | .792 ^{**} |
| | Sig. (2-tailed) | .861 | . | .014 | .000 | .001 | .014 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| X2.3 | Pearson Correlation | .055 | .442 ^{**} | 1 | .515 ^{**} | .505 ^{**} | .306 | .723 ^{**} |
| | Sig. (2-tailed) | .775 | .014 | . | .004 | .004 | .101 | .000 |

| | | | | | | | | |
|----------|---------------------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| | Pearson Correlation | -.042 | .709** | .515** | 1 | .499** | .193 | .705** |
| X2.4 | Sig. (2-tailed) | .825 | .000 | .004 | | .005 | .307 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| | Pearson Correlation | .262 | .582** | .505** | .499** | 1 | .208 | .773** |
| X2.5 | Sig. (2-tailed) | .161 | .001 | .004 | .005 | | .270 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| | Pearson Correlation | .055 | .442* | .306 | .193 | .208 | 1 | .571** |
| X2.6 | Sig. (2-tailed) | .775 | .014 | .101 | .307 | .270 | | .001 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| | Pearson Correlation | .374* | .792** | .723** | .705** | .773** | .571** | 1 |
| TOTAL_X2 | Sig. (2-tailed) | .042 | .000 | .000 | .000 | .000 | .001 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel Y

| | | Correlations | | | | | |
|----|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|---------|
| | | FG | Y2 | Y3 | Y4 | Y5 | TOTAL_Y |
| FG | Pearson Correlation | 1 | .022 | .019 | -.025 | -.150 | .285 |
| | Sig. (2-tailed) | | .908 | .919 | .895 | .428 | .127 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Y2 | Pearson Correlation | .022 | 1 | .502** | .398* | .451* | .722** |
| | Sig. (2-tailed) | .908 | | .005 | .029 | .012 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Y3 | Pearson Correlation | .019 | .502** | 1 | .495** | .644** | .826** |
| | Sig. (2-tailed) | .919 | .005 | | .005 | .000 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Y4 | Pearson Correlation | -.025 | .398* | .495** | 1 | .472** | .689** |
| | Sig. (2-tailed) | .895 | .029 | .005 | | .008 | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| Y5 | Pearson Correlation | -.150 | .451* | .644** | .472** | 1 | .739** |

| | | | | | | | |
|---------|---------------------|------|--------|--------|--------|--------|------|
| | Sig. (2-tailed) | .428 | .012 | .000 | .008 | | .000 |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| | Pearson Correlation | .285 | .722** | .826** | .689** | .739** | 1 |
| TOTAL_Y | Sig. (2-tailed) | .127 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas 100 Responden

Hasil Uji Validitas Variabel X1

| | | Correlations | | | | | |
|----------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|----------|
| | | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | TOTAL_X1 |
| X1.1 | Pearson Correlation | 1 | .101 | .074 | .250* | .239* | .237* |
| | Sig. (2-tailed) | | .316 | .464 | .012 | .017 | .018 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.2 | Pearson Correlation | .101 | 1 | .885** | .639** | .627** | .857** |
| | Sig. (2-tailed) | .316 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.3 | Pearson Correlation | .074 | .885** | 1 | .652** | .630** | .860** |
| | Sig. (2-tailed) | .464 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.4 | Pearson Correlation | .250* | .639** | .652** | 1 | .735** | .854** |
| | Sig. (2-tailed) | .012 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.5 | Pearson Correlation | .239* | .627** | .630** | .735** | 1 | .831** |
| | Sig. (2-tailed) | .017 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| TOTAL_X1 | Pearson Correlation | .237* | .857** | .860** | .854** | .831** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .018 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel X2

Correlations

| | | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | TOTAL_X2 |
|----------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|
| X2.1 | Pearson Correlation | 1 | .238* | .201* | .073 | .090 | .099 | .465** |
| | Sig. (2-tailed) | | .017 | .045 | .467 | .372 | .325 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.2 | Pearson Correlation | .238* | 1 | .619** | .427** | .252* | .368** | .785** |
| | Sig. (2-tailed) | .017 | | .000 | .000 | .011 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.3 | Pearson Correlation | .201* | .619** | 1 | .409** | .191 | .246* | .756** |
| | Sig. (2-tailed) | .045 | .000 | | .000 | .057 | .014 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.4 | Pearson Correlation | .073 | .427** | .409** | 1 | .390** | .334** | .664** |
| | Sig. (2-tailed) | .467 | .000 | .000 | | .000 | .001 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.5 | Pearson Correlation | .090 | .252* | .191 | .390** | 1 | .299** | .519** |
| | Sig. (2-tailed) | .372 | .011 | .057 | .000 | | .002 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.6 | Pearson Correlation | .099 | .368** | .246* | .334** | .299** | 1 | .596** |
| | Sig. (2-tailed) | .325 | .000 | .014 | .001 | .002 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| TOTAL_X2 | Pearson Correlation | .465** | .785** | .756** | .664** | .519** | .596** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Variabel Y

Correlations

| | | Y1 | Y2 | Y3 | Y4 | Y5 | TOTAL_Y |
|----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|---------|
| Y1 | Pearson Correlation | 1 | .148 | .064 | .291** | .259** | .529** |
| | Sig. (2-tailed) | | .141 | .526 | .003 | .009 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y2 | Pearson Correlation | .148 | 1 | .667** | .354** | .417** | .708** |
| | Sig. (2-tailed) | .141 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y3 | Pearson Correlation | .064 | .667** | 1 | .424** | .445** | .713** |
| | Sig. (2-tailed) | .526 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y4 | Pearson Correlation | .291** | .354** | .424** | 1 | .516** | .751** |
| | Sig. (2-tailed) | .003 | .000 | .000 | | .000 | .000 |

| | | | | | | | |
|---------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | Pearson Correlation | .259** | .417** | .445** | .516** | 1 | .780** |
| Y5 | Sig. (2-tailed) | .009 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| | Pearson Correlation | .529** | .708** | .713** | .751** | .780** | 1 |
| TOTAL_Y | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden

Uji Reliabilitas Variabel X1

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .833 | 5 |

Uji Reliabilitas Variabel X2

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .721 | 6 |

Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .655 | 5 |

Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas 100 Responden

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .850 | 5 |

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .699 | 6 |

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .729 | 5 |

Lampiran 7 Uji Normalitas

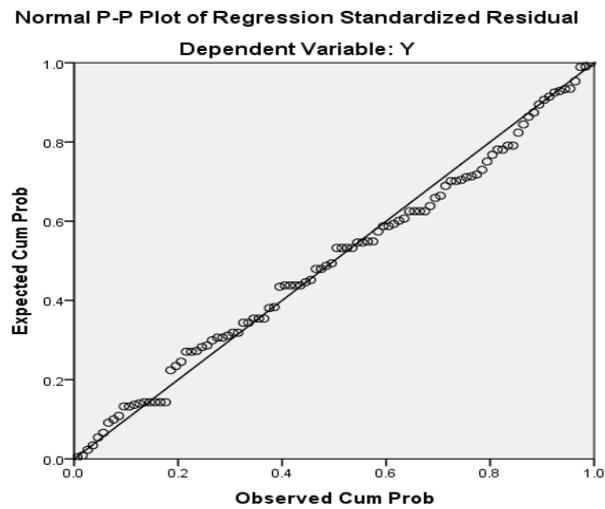
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|------------------------------------|----------------|-------------------------|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 1.42855311 |
| | Absolute | .060 |
| Most Extreme Differences | Positive | .060 |
| | Negative | -.058 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .600 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .864 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Gambar P-P Plot



Lampiran 8 Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | 3.198 | 2.138 | | 1.496 | .138 | | |
| X1 | .050 | .057 | .070 | .884 | .379 | .940 | 1.064 |
| X2 | .657 | .082 | .635 | 8.021 | .000 | .940 | 1.064 |

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 9 Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Glejser

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 2.683 | 1.374 | | 1.952 | .054 |
| Religiusitas | -.049 | .037 | -.139 | -1.345 | .182 |
| Kepercayaan | -.020 | .053 | -.040 | -.387 | .700 |

a. Dependent Variable: Abs_RES

Lampiran 10 Uji Regresi Linear Berganda

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 3.198 | 2.138 | | 1.496 | .138 |
| Religiusitas | .050 | .057 | .070 | .884 | .379 |
| Kepercayaan | .657 | .082 | .635 | 8.021 | .000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih Bank Syariah

Lampiran 11 Uji t

Hasil Uji t

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 3.198 | 2.138 | | 1.496 | .138 |
| Religiusitas | .050 | .057 | .070 | .884 | .379 |
| Kepercayaan | .657 | .082 | .635 | 8.021 | .000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih Bank Syariah

Lampiran 12 Uji F

Hasil Uji F

ANOVA^a

| Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 151.964 | 2 | 75.982 | 36.480 | .000 ^b |
| Residual | 202.036 | 97 | 2.083 | | |
| Total | 354.000 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih Bank Syariah

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Religiusitas

Lampiran 13 Uji Koefisien Determinasi

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .655 ^a | .429 | .418 | 1.443 |

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Religiusitas

b. Dependent Variable: Keputusan Memilih Bank Syariah

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Fepti Nur Ismiyati

Tempat, Tanggal Lahir : Kendal, 14 Februari 2001

Alama : Dk. Protowetan Rt 02 Rw 02 Protomulyo, Kec.
Kaliwungu Selatan, Kab. Kendal

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

No. Hp : 0895360270867

Email : nurfepti@gmail.com

Pendidikan : 1. SDN 03 Protomulyo
2. SMP Negeri 1 Kaliwungu
3. SMA Negeri 1 Kaliwungu

Nama Ayah : Ismam (Alm)

Pekerjaan : -

Nama Ibu : Siti Nur Sholihah

Pekerjaan : Wiraswasta