

**PENGARUH PERSEPSI, PERILAKU DAN
RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENJADI
NASABAH BANK SYARIAH
(Studi Kasus Pada Pegawai Kementerian Agama Kabupaten
Demak)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S.E)



Oleh :

Lailatul Karimah

(1505036044)

**S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2019**

H. Khoirul Anwar, M.Ag.

NIP. 19690420 199603 1 002

Jl. Bukit Barisan DV/1 Rt 01 Rw 10, Bringin Ngaliyan

Zuhdan Adv Fataron, S.T.,MM

NIP. 19840308 201503 1 003

Bukit Beringin Selatan, Blok F No. 22, Ngaliyan

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdr. Lailatul Karimah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UTN Walisongo

Assalamu'alaikum. Wr. Wb

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

Nama : Lailatul Karimah

NIM : 1505036044

Judul Skripsi : **Pengaruh Persepsi, Perilaku dan Religiusitas Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Study Kasus Pada Pegawai Kementerian Agama Kabupaten Demak)**

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum. Wr. Wb

Pembimbing I

H. Khoirul Anwar, M.Ag.

NIP. 19690420 199603 1 002

Semarang, 02 September 2019

Pembimbing II

Zuhdan Adv Fataron, S.T.,MM

NIP. 19840308 201503 1 003



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

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7608454 Semarang 50185

PENGESAHAN

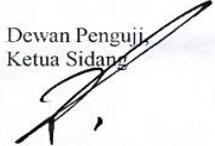
Nama : Lailatul Karimah
N I M : 1505036044
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ S1 Perbankan Syariah
Judul : **PENGARUH PERSEPSI, PERILAKU DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH (Studi Kasus Pada Pegawai Kementerian Agama Kabupaten Demak)**

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan LULUS pada tanggal:

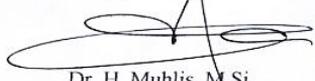
07 Oktober 2019

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2018/2019.

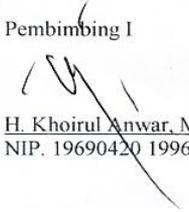
Dewan Penguji
Ketua Sidang


Drs. Saekhu, MH.
NIP. 19690120 199403 1 004

Penguji I

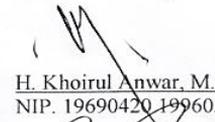

Dr. H. Muhlis, M.Si.
NIP. 19610117 198803 1 002

Pembimbing I

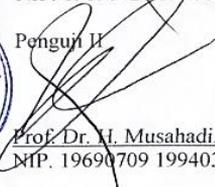

H. Khoirul Anwar, M.Ag.
NIP. 19690420 199603 1 002

Semarang, 07 Oktober 2019

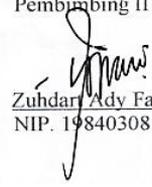
Sekretaris Sidang


H. Khoirul Anwar, M.Ag.
NIP. 19690420 199603 1 002

Penguji II


Prof. Dr. H. Musahadi, M.Ag.
NIP. 19690709 199403 1 003

Pembimbing II


Zuhdar, Ady Fataron, S.T., MM
NIP. 19840308 201503 1 003



MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri” (QS. Ar-Ra’d : 11)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah SWT. Atas rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya kepada diri ini karena tiada daya dan upaya tanpa nikmat dan kekuatan dari-Nya. Sholawat serta salam kepada suri tauladan saya Nabi Agung Muhammad SAW yang mana saya nantikan syafaatnya di akhir nanti.

Dengan segala ketulusan hati karya ini saya persembahkan kepada :

1. Bapak Samui dan Ibu Puji Imronah, kedua orang tua saya yang tak pernah berhenti untuk selalu memberikan limpahan kasih sayang yang tak ternilai harganya, serta yang slalu mengingatkan, mendidik dan mendoakan yang terbaik untuk keluarga dan anak-anak nya.
2. Dewi Yulianti dan Muhammad Salman Aufa (adik-adik saya) yang selalu mendoakan dan mendukung saya, serta mendampingi saya selama ini.
3. Keluarga besar H. Maskuri yang selalu memberikan semangat, doa dan dukungan selama ini.
4. Sahabat-sahabat karib saya yang selalu mendampingi dan memberikan motivasi serta mendoakan saya selama ini.

DEKLARASI

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

Semarang 15 Oktober 2019

Deklator,



Lailatul Karimah

NIM. 1505036044

PEDOMAN TRANSLITERASI HURUF ARAB – LATIN

A. Konsonan

ع = a	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. Diftong

اي	Ay
او	Aw

C. Syaddah (ّ-)

Syaddah dilambangkandengankonsonanganda,
misalnya الطّب *at-thibb*.

D. Kata Sandang (... ال)

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

E. Ta' Marbutah (ة)

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

F. Lafzul Jalalah

Lafzul - jalalah (kata الله) yang berbentuk frase nomina di transliterasikan tanpa hamzah. Contoh: عبد الله = *Abdullah*

G. Vokal

1. Vokal Pendek

◌َ = Fathah ditulis "a" contoh فَتَحَ *fataha*

◌ِ = Kasroh ditulis "i" contoh عَلِمَ *'alima*

◌ُ = Dammah ditulis "u" contoh يَذْهَبُ *yazhabu*

2. Vokal Rangkap

◌َ+ي = Fathah dan ya mati ditulis "ai" contoh كَيْفَ *kaifa*

◌َ+و = Fathah dan wau mati ditulis "au" contoh حَوْلَ *hau*

3. Vokal Panjang

◌َ+◌َ = Fathah dan alif ditulis ā contoh قَالَ *qāla*

◌ِ+◌ِ = Kasroh dan ya ditulis ī contoh قِيلَ *qīla*

◌ُ+◌ُ = Dammah dan wau ditulis ū contoh يَقُولُ *yaqūlu*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis pengaruh persepsi, perilaku dan religiusitas terhadap minat pegawai Kementerian Agama Kabupaten Demak menjadi nasabah bank syariah. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu melalui kuesioner (angket) dengan menggunakan skala pengukuran yaitu skala likert dan dokumentasi yang diberikan kepada pegawai Kementerian Agama Kabupaten Demak. Sampel yang diambil sebanyak 53 pegawai. Untuk menganalisis penulis menggunakan metode regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 16.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah dan religiusitas tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Dan secara bersama-sama menunjukkan bahwa persepsi, perilaku dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja karyawan.

Kata kunci : Persepsi, Perilaku, Religiusitas dan Minat Menjadi Nasabah

ABSTRACT

This research aimed to know the analysis of the influence perception, behavior and religiosity on the interest of employees of the Ministry Of Religion in the district of Demak to become customers of islamic banks. This research used primary data through questionnaire using a measurement scale that is the likert scale and documentation provided to the Demak Ministry Of Religion. The samples of this research were 53 employees. To analyze the writer using the method of multiple linier regression using SPSS version 16.

The result of the research showed that perception had positive and significant effect on the interest of being a customer, behavior had positive and significant effect on the interest of being a customer, religiosity does not have a positive and significant effect on the interest of being a customer. And together show that perception, behavior, and religiosity had positive and significant effect on the interest of being a customer.

Keywords : perception, behavior, religiosity and on the interest of being a customer.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur bagi Allah SWT, yang telah melimpahkan segala taufiq, hidayah, karunia dan nikmat bagi hamba-Nya. Khusus bagi penulis hingga saat ini masih diberikan kenikmatan berupa kesehatan dan akal sehat. Sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul Pengaruh Persepsi, Perilaku dan Religiusitas Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pegawai Kementerian Agama Kabupaten Demak). Sholawat dan salam semoga senantiasa abadi tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai sang penerang jalan kehidupan umat manusia dari zaman kebodohan menuju zaman kecerdasan.

Skripsi ini diajukan pada Jurusan SI Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam ilmu perbankan syariah. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa proses penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat bantuan, petunjuk, usaha, arahan, bimbingan, dan doa yang diberikan oleh berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis menyampaikan rasa terimakasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. Saifullah, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Ibu Dra. Hj. Nur Huda, M. Ag, selaku ketua program studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Khairul Anwar dan Bapak Zuhdan Ady Fataron, selaku dosen pembimbing I dan II yang dengan kesabaran membimbing dengan penuh keikhlasan dan memberi arahan, serta masukan yang amat berguna hingga terselesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. H. Musahadi, M. Ag, selaku Wali Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
6. Bapak dan Ibu dosen program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, yang telah memberikan ilmunya kepada penulis sebagai bekal untuk masa depan.
7. Bapak Musyafak, S. Hi selaku kepala Sub Bagian Tata Usaha Kementerian Agama Kabupaten Demak yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian. Dan juga kepada seluruh pegawai Kementerian Agama Kabupaten Demak yang telah membantu dalam kelancaran penelitian ini.

8. Sahabat-sahabat semua dari fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, yang telah memberikan dukungan, pertisipasi dan doanya.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna baik dari segi bahasa, isi, maupun analisisnya, sehingga kritik dan saran yang konstruktif sangat penulis harapkan demi sempurnanya skripsi ini. Dan penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang 15 Oktober 2019

Hormat Saya,

Lailatul Karimah

NIM. 1505036044

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN DEKLARASI.....	vi
HALAMAN TRANSLITERASI	vii
HALAMAN ABSTRAK.....	ix
HALAMAN KATA PENGANTAR	xi
HALAMAN DAFTAR ISI	xiv
HALAMAN DAFTAR TABEL	xvii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xix
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Sistematika Penulisan	15
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Persepsi	18
2.2 Perilaku	30
2.3 Religiusitas.....	41
2.4 Minat Menjadi Nasabah.....	51

2.5	Perbankan Syariah	55
2.6	Penelitian Terdahulu	68
2.7	Kerangka Berfikir	71
2.8	Hipotesis	72
BAB III : METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis dan Sumber Data.....	74
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	75
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	77
3.4	Variabel Penelitian dan Definisi Oprasional.....	78
3.5	Teknik Analisis Data	82
BAB IV : HASIL PENELITIAN		
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	90
4.1.1	Visi, Misi dan Tujuan Kemenag Kab. Demak.....	90
4.1.2	Struktur Organisasi Kemenag Kab. Demak.....	93
4.1.3	Ruang Lingkup Kemenag Kab. Demak.....	94
4.2	Karakteristik Responden.....	103
4.2.1	Jenis Kelamin Responden.....	103
4.2.2	Usia Responden	104
4.2.3	Pendidikan Terakhir Responden.....	105
4.2.4	Analisis Deskriptif Respdnen	106

4.3 Hasil Penelitian	107
4.3.1 Uji Validitas.....	107
4.3.2 Uji Reliabilitas	110
4.3.3 Uji Normalitas	111
4.3.4 Uji Multikolinieritas	114
4.3.5 Uji Heterokedastisitas.....	115
4.3.6 Uji Koefisien Determinasi	116
4.3.7 Uji Regresi Berganda.....	117
4.3.8 Uji Hipotesis	119
4.4 Pembahasan.....	123
4.4.1 Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Menjadi Nasabah	123
4.4.2 Pengaruh Perilaku Terhadap Minat Menjadi Nasabah	124
4.4.3 Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menjadi Nasabah.....	125
 BAB V : PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	127
5.2 Saran	128
DAFTAR PUSTAKA	129
LAMPIRAN.....	132
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	150

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Lembaga Bank Syariah	4
Tabel 1.2	Bank syariah di Kabupaten Demak.....	5
Tabel 2.1	Perbedaan Antara Bank Syariah Dengan Bank Konvensional	61
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	68
Tabel 3.1	Skala Penilaian Likert	78
Tabel 3.2	Definisi Oprasional Penelitian	80
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	103
Tabel 4.2	Distribusi Usia Responden	104
Tabel 4.3	Pendidikan Terakhir Responden	105
Tabel 4.4	Analisis Deskriptive	106
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi	107
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku	108
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas	109
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menjadi Nasabah.....	110
Tabel 4.9	Hasil Uji reliabilitas Variabel X1, X2, X3 Dan Y	111
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas	112
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinieritas	114
Tabel 4.12	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	116
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	117
Tabel 4.14	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	118

Tabel 4.15	Hasil Uji T.....	120
Tabel 4.16	Hasil Uji F.....	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Grafik P-Plot	113
------------	---------------------	-----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	132
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden	133
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	139
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	143
Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas	144
Lampiran 6 Hasil Uji Multikolinieritas	145
Lampiran 7 Hasil Uji Heterokedastisitas	146
Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi	147
Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	148
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis	149

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Masyarakat di negara maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangannya. Mereka menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan berbagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat di negara maju dan negara berkembang antara lain aktivitas penyimpanan dan penyaluran dana.

Di negara maju, bank menjadi lembaga yang sangat strategis dan memiliki peran penting dalam perekonomian negara. Di negara berkembang, kebutuhan masyarakat terhadap bank tidak hanya terbatas pada penyimpanan dana dan penyaluran dana saja, akan tetapi juga terhadap pelayanan jasa yang ditawarkan oleh bank.

Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat

dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank menghimpun dana dari masyarakat kemudian menyalurkan dananya kepada masyarakat dengan tujuan untuk mendorong peningkatan taraf hidup rakyat banyak.

Undang-Undang perbankan syariah No.21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah.

Bank syariah di Indonesia lahir sejak 1992. Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pada tahun 1992 hingga 1999, perkembangan bank muamalat Indonesia masih tergolong stagnan. Namun sejak adanya krisis moneter yang melanda Indonesia pada 1997 dan 1998, maka para bankir melihat bahwa bank muamalat Indonesia (BMI) tidak terlalu terkena dampak krisis moneter. Para bankir berpikir bahwa BMI, satu-satunya bank syariah di Indonesia tahan

terhadap krisis moneter. Pada tahun 1999, berdirilah Bank Syariah Mandiri yang merupakan konversi dari Bank Susila Bakti. Bank susila bakti merupakan bank konvensional yang dibeli oleh bank dagang negara, kemudian dikonversi menjadi bank syariah mandiri, bank syariah kedua di Indonesia.

Pendirian bank Syariah Mandiri (BSM) menjadi pertaruhan bagi bankir syariah. Bila BSM berhasil, maka bank syariah di Indonesia dapat berkembang. Sebaliknya, bila BSM gagal, maka besar kemungkinan bank syariah di Indonesia akan gagal. Hal ini disebabkan karena BSM merupakan bank syariah yang didirikan oleh Bank BUMN milik pemerintah. Ternyata BSM dengan cepat mengalami perkembangan. Pendirian bank syariah mandiri diikuti oleh pendirian beberapa bank syariah atau unit usaha syariah lainnya.

Tabel berikut menunjukkan perkembangan kelembagaan Bank Syariah.

Tabel 1.1

Perkembangan Lembaga Bank Syariah

	2015	2016	2017	2018
Bank Umum Syariah	12	13	13	13
Usaha Unit Syariah	22	21	21	23
BPRS	163	166	167	167

Sumber: Statistik Perbankan Syariah 2018

Akan tetapi perkembangan perbankan syariah di kabupaten Demak hingga saat ini masih kurang menunjukkan pertumbuhan yang menggembirakan, baik jaringan, maupun volume usaha dibandingkan dengan pertumbuhan bank konvensional. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah bank syariah yang masih sedikit khususnya di kabupaten Demak. Berdasarkan data dari OJK bahwa jumlah bank syariah yang ada di kabupaten Demak tercatat ada empat (4) yaitu:

Tabel 1.2

Bank Syariah di Kabupaten Demak

Nama Bank	Alamat	No. Telepon
Bank Mandiri Syariah	Jl. Demak-Kudus No. 10, Tanubayan, Bintoro, Kecamatan Demak, Kabupaten Demak	(0291) 682004
Bank BRI Syariah	Jl. Sultan Fattah No. 37, Kauman, Bintoro, Kecamatan Demak, Kabupaten Demak	(0291) 682293
Bank Jateng Syariah	Jl. Sultan Fattah No. 41, Kauman, Bintoro, Kecamatan Demak, Kabupaten Demak	(0291) 681750
Bank Wakaf Mikro Pesantren Futuhiyyah	Jl. Suburan Barat No. 31, Mranggen, Brumbung, Mranggen, Kabupaten Demak	(024) 677332

Sumber: OJK.go.id

Bank syariah memiliki sistem operasional yang berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya. Dalam sistem operasional bank syariah, pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi. Bank syariah tidak mengenal sistem bunga, baik bunga yang diperoleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga yang dibayar kepada penyimpan dana di bank syariah.¹

Berkenaan dengan hukum bunga bank, Majelis Ulama Indonesia (MUI) telah mengeluarkan fatwa No. 1 Tahun 2004 tentang hal tersebut. Dalam fatwa yang dikeluarkan pada tanggal 24 Januari 2004 di Jakarta tersebut, MUI memutuskan bahwa praktek pembungaan yang dilakukan oleh bank, Asuransi, Pasar Modal, Pegadaian, Koperasi, dan lembaga keuangan lainnya, hukumnya adalah haram. Fatwa MUI No. 1 Tahun 2004 tentang keharaman bunga dalam lembaga keuangan menjadi salah satu faktor pendorong berkembangnya Bank Syariah di Indonesia.

¹ Drs. Ismail, MBA., Ak. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. 2011. H.32

Sebagaimana islam dengan tegas melarang praktik riba. Hal ini terdapat dalam al-Qur'an menyatakan haram terhadap riba bagi kalangan masyarakat muslim. Allah SWT telah mewahyukan adanya larangan riba. Pada surat ar-Ruum ayat 39:

وَمَا آتَيْتُم مِّن رِّبَا لِّيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا

عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُم مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ

فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ ﴿٣٩﴾

“Dan sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia bertambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada sisi Allah. Dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).”

Larangan riba juga dapat ditemukan dalam hadis Rasulullah SAW, artinya: *“Rasulullah SAW mengutuk orang-orang yang menerima dan memberi riba, orang yang mencatatkan urusan riba, dan*

menjadi saksi dan selanjutnya beliau mengatakan bahwa mereka semuanya sama (dalam melakukan perbuatan dosa).” (HR. Abdullah Ibnu Mas’ud).

Berdasarkan fenomena yang terjadi diduga bahwa tingkat pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah masih tergolong rendah. Dengan masih terbatasnya pemahaman masyarakat mengenai kegiatan usaha jasa keuangan perbankan syariah, menyebabkan banyak masyarakat yang memiliki persepsi yang kurang tepat mengenai operasional bank syariah. Mereka mengatakan bank syariah hanya sekedar perbankan konvensional yang ditambah label syariah dan beranggapan bahwa dengan tidak dijalankannya sistem bunga, bank syariah tidak akan memperoleh pendapatan. Konsekuensinya adalah bank syariah akan sulit untuk survive.

Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana pengertian sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan. Sensasi dapat didefinisikan juga sebagai tanggapan yang cepat dari indra penerima kita terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna dan suara. Dengan adanya itu semua,

maka akan timbul persepsi. Pengertian dari persepsi adalah proses bagaimana stimuli-stimuli itu diseleksi, diorganisasikan, dan diinterpretasikan.

Menurut Stanton et al. (1998) “persepsi dapat didefinisikan sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu, stimuli (rangangan) yang kita terima melalui lima indra”.

Adapun menurut Deshpande, Farley & webster (1993): “persepsi adalah proses bagaimana stimuli-stimuli diseleksi, diorganisasi, dan diinterpretasikan.”

Persepsi merupakan starting point bagi lahirnya macam perilaku seperti apa yang akan dilakukan oleh manusia. Dengan kata lain, persepsi adalah potensi yang sewaktu-waktu siap diaktualisasikan dalam bentuk perilaku. Hal yang demikian, berangkat dari penyimpulan bahwa persepsi adalah salah satu kemampuan kognisi yang sangat berperan sehubungan dengan aktivitas-aktivitas manusia lainnya, yang sifatnya lebih kompleks.

Sedangkan Masalah utama yang dihadapi lembaga keuangan syariah ini adalah bagaimana perusahaan menarik pelanggan dan

mempertahkannya agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang. Untuk mewujudkan tujuan tersebut maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Karena pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam setiap kegiatan yang berhubungan langsung dengan kebutuhan konsumen. Agar pemasaran sesuai sasaran maka pemasar harus memperhatikan perilaku konsumen dengan baik, seperti penciptaan produk, penentuan pasar sasaran dan promosi yang tepat sesuai kebutuhan konsumen.

Menurut Loundon dan Bitta (1993) perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan aktivitas individu untuk mengevaluasi, mencari, menggunakan barang dan jasa.

Sedangkan menurut Wilkie (1990) perilaku konsumen adalah aktivitas dimana seseorang melibatkan diri dalam proses menyeleksi, membeli, dan mempergunakan barang dan jasa sehingga memuaskan kebutuhan dan hasratnya. Beberapa aktivitas melibatkan mental dan proses emosional sebagai tambahan dari reaksi fisik.

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain: faktor kebudayaan, sosial, pribadi,

dan psikologis. Faktor-faktor ini dapat memberi petunjuk bagi pemasar untuk melayani pembeli secara efektif.²

Selain faktor-faktor yang berpengaruh dalam membentuk perilaku konsumen yang telah disebutkan tadi, sensitifitas religiusitas juga merupakan faktor pembentuk perilaku konsumen. Dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT, konsumen muslim lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya kehidupannya selamat baik di dunia maupun di akhirat.

Menurut Rokeach dan Bank mengartikan keberagamaan atau religiusitas merupakan suatu sikap atau kesadaran yang muncul yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama. Sikap keagamaan merupakan suatu keadaan yang ada pada diri seseorang yang mendorongnya

² Dr. Nugroho J. Setiadi, S.E., M.M. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. 2003. H.2

untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.³

Minat menabung merupakan bagian atau salah satu elemen penting dari perilaku nasabah dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang serta jasa ekonomi. Secara umum, perilaku pengambilan keputusan untuk membeli atau mempergunakan jasa tertentu dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu : harga, servis yang ditawarkan, lokasi, kemampuan tenaga penjual, dan periklanan.⁴

Responden penelitian ini lebih difokuskan pada responden pegawai di Kementerian Agama Kabupaten Demak. Karena pegawai di Kementerian Agama Kabupaten Demak merupakan masyarakat yang berpendidikan yang aktif di lingkungan masyarakat yang agamis. Sudah tidak asing lagi bagi mereka mengenal syariah. Para pegawai juga tidak asing dengan perbankan syariah karena perbankan syariah adalah salah satu akses untuk transfer gaji para pegawai. Berdasarkan wawancara dengan salah

³Jalaluddin. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2010, H. 257

⁴Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2002. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga. 2002, H. 206

satu pegawai Kementerian Agama Kabupaten Demak yaitu Bapak Fathan Aziz beliau mengatakan bahwa perbedaan bank syariah dengan bank konvensional terletak pada istilah-istilahnya saja. Sedangkan untuk menggunakan bank syariah beliau hanya sebatas pada pembayaran gaji saja. Dengan adanya perbankan syariah bagaimana persepsi, perilaku dan religiusitas pegawai terhadap perbankan syariah. Dan apakah mereka berniat untuk melaksanakan syariah secara kaffah.

Berdasarkan data di atas, penelitian ini akan mengarah pada usaha menemukan fakta mengenai seberapa besar pengaruh dari dimensi persepsi, perilaku dan religiusitas pada masyarakat terhadap minat menjadi nasabah di Perbankan Syariah. Penelitian ini mencoba menganalisis faktor persepsi, perilaku dan religiusitas yang dianggap dapat mempengaruhi konsumen untuk menjadi nasabah di Bank Syariah. Berdasarkan pemaparan-pemaparan yang telah diuraikan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH PERSEPSI, PERILAKU DAN RELIGIUSITAS TERHADAP**

MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH” (Studi Kasus Pada Pegawai Kementrian Agama Kabupaten Demak)

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah diatas, maka pokok permasalahan yang menjadi fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh persepsi pegawai terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.
2. Adakah pengaruh perilaku pegawai terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.
3. Adakah pengaruh religiusitas pegawai terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap minat pegawai menjadi nasabah di bank syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh perilaku terhadap minat pegawai menjadi nasabah di bank syariah.

3. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di bank syariah.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini peneliti berharap dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, antara lain:

1) Bagi Akademisi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi atau kajian bagi penelitian-penelitian berikutnya, mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan dalam penelitian ini.

2) Bagi Pegawai

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi pegawai terhadap keberadaan bank syariah.

1.4. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini digunakan untuk menyajikan hasil penulisan secara teratur sehingga memudahkan dalam pembahasan.

Adapun sistematika dari penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : Bab ini memaparkan mengenai Pendahuluan yang berisi Latar Belakang masalah, Rumusan Masalah, Batasan Penelitian, Tujuan dan Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : Bab ini memaparkan mengenai Landasan Teori yang berisi Teori, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis Penelitian.

BAB III : Bab ini memaparkan mengenai Metode Penelitian yang berisi Rancangan Penelitian, Variabel Penelitian, Populasi dan Sampel, Jenis dan Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, Variabel Pengukuran dan Instrument Penelitian.

BAB IV :Bab ini memaparkan mengenai Hasil dan Pembahasan berisi tentang Hasil Pengujian Instrument (Validitas dan Reabilitas), Hasil Pengujian Deskripsi, Hasil Pengujian Hipotesis Pembahasan.

BAB V : Bab ini memaparkan mengenai kesimpulan dari seluruh uraian mulai dari bab terdahulu dan saran yang bisa menunjang peningkatan dari permasalahan yang dilakukan peneliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Persepsi

2.1.1. Pengertian Persepsi

Pengertian persepsi itu sendiri dapat dilihat dari beberapa definisi persepsi berikut ini. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1995) persepsi adalah : (1) tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu, serapan dan (2) proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pancainderanya.¹

Dalam Ensiklopedia Indonesia (1984) dijelaskan bahwa persepsi menunjukkan proses mental yang menghasilkan bayangan pada diri individu, sehingga dapat mengenal suatu objek dengan jalan asosiasi pada sesuatu ingatan tertentu, baik secara indera penglihatan, indera perabaan, dan sebagainya sehingga akhirnya bayangan itu dapat di sadari.

Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, dimana pengertian sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembarakan. Sensasi dapat didefinisikan juga sebagai tanggapan yang cepat dari indra penerima kita terhadap

¹Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2001, h.304.

stimuli dasar seperti cahaya, warna dan suara. Dengan adanya itu semua, maka akan timbul persepsi. Pengertian dari persepsi adalah proses bagaimana stimuli-stimuli itu diseleksi, diorganisasikan, dan diinterpretasikan.

Menurut Stanton et al. (1998) “persepsi dapat didefinisikan sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu, stimuli (rangsangan) yang kita terima melalui lima indra”.

Adapun menurut Deshpande, Farley & webster (1993): “persepsi adalah proses bagaimana stimuli-stimuli diseleksi, diorganisasi, dan diinterpretasikan.”

Persepsi kita dibentuk oleh tiga pasang pengaruh:

- a. Karakteristik dari stimuli
- b. Hubungan stimuli dengan sekelilingnya.
- c. Kondisi-kondisi di dalam diri kita sendiri.

Stimuli atau stimulus adalah setiap bentuk fisik, visual atau komunikasi si verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu. Para pemasar harus menyadari bahwa manusia terbuka terhadap jumlah stimuli yang sangat banyak. Karena itu, seorang pemasar harus menyediakan sesuatu yang khusus sebagai stimuli yang jika ia ingin menarik perhatian konsumen.

Persepsi setiap orang terhadap suatu objek akan berbeda-beda. Oleh karena itu, persepsi memiliki sifat subjektif. Persepsi yang dibentuk oleh seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya. Selain itu, satu hal yang perlu diperhatikan dari persepsi ialah bahwa persepsi secara substansial bisa sangat berbeda dengan realitas.

➤ Stimuli pemasaran dan persepsi konsumen

Stimuli atau stimulus merupakan bentuk fisik, visual, atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi individu. Stimuli terdiri dari dua bentuk, yaitu:

a. Stimuli pemasaran

Stimuli pemasaran adalah setiap komunikasi atau stimuli fisik yang di desain untuk mempengaruhi konsumen. Produk dan komponen-komponen seperti (kemasan, isi, ciri-ciri fisik) adalah stimuli utama (primary/intrinsic stimuli). Komunikasi yang di desain untuk mempengaruhi konsumen adalah stimuli tambahan (secondary stimuli) yang merepresentasikan produk seperti kata-kata, gambar, dan simbol atau melalui stimuli lain yang diasosiasikan dengan produk seperti

harga, toko, tempat, produk dijual, dan pengaruh sales.

Pemaparan yang konstan dari secondary stimuli terhadap konsumen akan sangat dibutuhkan untuk tetap ikut dalam persaingan pasar. Iklan yang ditayangkan terus menerus bukan bertujuan untuk memperoleh keuntungan secara langsung, melainkan untuk membujuk agar konsumen bersedia melakukan pembelian kembali. Oleh karena itu, penentu akhir pada tindakan konsumen dimasa datang adalah pengalaman dengan penggunaan produk (primary stimulus).

Persyaratan kunci yang diperlukan dalam komunikasi stimuli sekunder (secondary stimuli) pada konsumen adalah pengembangan konsep produk. Konsep produk adalah himpunan manfaat produk yang dapat diarahkan pada kebutuhan yang didefinisikan pada kelompok konsumen melalui pesan, simbol dan citra. Konsep produk merepresentasikan pengelolaan stimuli sekunder ke dalam posisi produk yang

di koordinasikan yang dikomunikasikan kepada konsumen.

b. Stimuli lingkungan (sosial dan budaya)

Stimuli lingkungan adalah stimuli fisik yang didesain untuk mempengaruhi keadaan lingkungan.

Ada dua faktor kunci yang menentukan stimuli akan dirasakan dan bagaimana stimuli itu dipersepsi, yaitu:

1. Karakteristik stimulus yang mempengaruhi persepsi, karakteristik ini dibagi dalam dua kelompok, yaitu elemen indrawidan elemen struktural.
2. Kemampuan konsumen untuk mendeteksi perbedaan dalam suara, cahaya, bau atau stimuli yang lainnya, ditentukan oleh tingkat ambang batasnya.

Dua faktor yang mempengaruhi itu akan berinteraksi dalam menentukan persepsi konsumen.²

² Dr. Nugroho J. Setiadi, S.E., M.M. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. 2003. H.94

2.1.2. Faktor-Faktor Persepsi

1) Faktor Internal

a. Kebutuhan Saat itu (Motif)

Adalah dorongan untuk memenuhi kebutuhan. Kebutuhan akan menyebabkan seseorang menginterpretasikan stimulus secara berbeda. Semakin kuat kebutuhan itu, semakin besar kecenderungan untuk mengabaikan stimuli yang tidak ada hubungannya di lingkungannya.

Menurut Abraham Maslow mengklasifikasikan kebutuhan secara sistematis kedalam lima kategori sebagai berikut:³

- a. Kebutuhan yang paling pokok, seperti sandang, pangan, dan papan.
- b. Kebutuhan Rasa Aman, Jika kebutuhan fisiologis terpenuhi maka kebutuhan rasa aman muncul menggantikannya. Hal ini menjadi kebutuhan yang berusaha dipenuhi.

³ Sasongko, FerdianArio. *Analisa Pengaruh Motivasi Konsumen Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian PC Tabled Iped*. Skripsi. Semarang: UNDIP, 2012, H. 46

Oleh sebab itu, kebutuhan ini akan memotivasi seseorang seperti jaminan keamanan.

- c. Kebutuhan Sosial, jika kebutuhan fisiologis dan rasa aman terpenuhi maka kebutuhan itu tidak lagi memotivasi perilaku. Selanjutnya, kebutuhan sosial yang menjadi motivasi aktif perilaku seperti afiliasi, memberi dan menerima kasih sayang serta persahabatan.
- d. Kebutuhan Ego, Kebutuhan yang berkaitan dengan kehormatan diri, reputasi seseorang seperti pengakuan, dan penghormatan.
- e. Kebutuhan Perwujudan Diri, Kebutuhan yang hanya mulai mendominasi perilaku seseorang jika semua kebutuhan pada tingkat yang lebih rendah terpenuhi. Kebutuhan tersebut, merupakan kebutuhan yang dimiliki semua.

b. Nilai-Nilai yang Dianutnya

Perilaku konsumen biasa dipengaruhi secara langsung oleh agama dalam produk yang secara simbolis atau ritualistic. Bagaimanakah Islam memandang suatu permasalahan seperti halnya pandangan mengenai fenomena perbankan saat ini. Dalam hubungannya dengan perilaku konsumen atau nasabah Muslim, perbedaan persepsi manusia tidak dapat dielakkan. Namun dalam Islam telah memberikan rambu-rambu hukum kepada umatnya. Dalam Islam mendidik umatnya agar tidak berpersepsi yang buruk mengenai berbagai fenomena yang terjadi. Meski aspek subjektif manusia yang berbeda-beda, namun dalam melihat suatu objek (berpersepsi) terbangun dari sebuah konsep pemikiran yang dianut oleh konsumen.⁴

Selain konsep Utility yang diartikan sebagai konsep kepuasan konsumen ada konsep masalah yang hadir dalam konsep

⁴Schiffman, Leon G. dan Leslies Lazar Kanuk. *Consumen Behaviour*. Indonesia : PT Macanan Jaya Cermelang. 2008, H. 388

ekonomi Islam. Konsep masalah diartikan sebagai konsep pemetaan perilaku konsumen berdasarkan asas kebutuhan dan prioritas. Ada porposi persepsi dalam Islam, yaitu:⁵

- a. Masalah bertujuan melahirkan manfaat, persepsi yang ditentukannya ialah konsumsi sesuai dengan kebutuhan.
 - b. Konsep masalah tidak selaras dengan kemahdhoratan, itulah sebabnya menciptakan persepsi yang menolak kemadhorotan seperti menolak hal-hal yang haram maupun yang syubhat.
 - c. Konsep masalah memmanifestasikan persepsi individu tentang upaya setiap pergerakan amalnya mardhatilah.
- c. Ekspektasi atau Harapan
- Orang biasanya mempunyai harapan mengenai apapun yang mereka hadapi baik produk maupun jasa. Harapan terbentuk dari pengalaman sebelumnya, baik dari

⁵ Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006, H. 93.

pengalaman yang didapat. Dapat dicontohkan pada acara seminar pasti calon peserta diberi informasi mengenai data pribadi dan latarbelakang pendidikan pembicara, bahkan produk diberi kemasan dengan bahan, warna dan gambar tertentu. Semua itu merupakan suatu yang mengkondisikan prospek untuk membentuk ekspektasi.

2) Faktor Eksternal

a. Sifat-Sifat Stimulus

Faktor stimulus yang penting dan dapat mempengaruhi persepsi konsumen antara lain:

a) Kontras

Pada umumnya sifat stimulus yang kontras merupakan salah satu sifat stimulus yang paling menarik perhatian. Sedang sifat stimulus pada Perbankan Syariah memiliki sifat yang kontras dengan perbankan konvensional. Baik dari pelayanan operasionalnya dan sistem yang dianut.

b) Proximity

Menurut prinsip kedekatan (Proximity), benda atau artikel yang berdekatan satu sama lain dalam wawasan waktu maupun ruang akan dipersepsi sebagai bagian-bagian yang berhubungan dari suatu pola atau konfigurasi.

b. Situasi Lingkungan Sosial

Lingkungan adalah semua karakteristik fisik dan sosial dari dunia eksternal konsumen. Sedang lingkungan sosial adalah semua interaksi sosial antara dan di antara masyarakat. Ada beberapa elemen yang termasuk dalam lingkungan sosial yaitu:⁶

a) Efek Budaya

Budaya secara luas sebagai makna yang dimiliki bersama oleh sebagian besar masyarakat dalam suatu kelompok sosial. Konsumen membeli suatu produk sebagai cara untuk mengakuisisi makna budaya yang

⁶ Peter and Olson. *Perilaku Konsumen dan Marketing Strategy*. Jakarta: Salemba Empat, 2000, H. 104

selanjutnya akan digunakan untuk membentuk identitas pribadi mereka.

b) Sub budaya

Sub budaya adalah sekelompok orang tertentu dalam sebuah masyarakat yang sama-sama memiliki makna untuk tanggapan reaksi emosi, kepercayaan, nilai, dan sasaran.

c) Kelas Sosial

Kelas Sosial didefinisikan sebagai pembagian anggota masyarakat kedalam suatu hierarki setatus kelas yang berbeda, sehingga para anggota setiap kelas secara relatif mempunyai status yang sama dan para anggota kelas lainya mempunyai kelas sosial yang lebih tinggi atau yang lebih rendah. Berikut ini adalah indeks variabel kelas sosial:

- a. Pekerjaan
- b. Pendidikan
- c. Penghasilan

d) Kelompok Refensi

Kelompok refensi atau grup refensi adalah melibatkan satu atau lebih orang yang dijadikan sebagai dasar pembandingan atau titik refensi dalam pembentukan sudut pandang (persepsi) dan menentukan tindakan seseorang.

2.2. Perilaku Konsumen

2.2.1. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan dan memuaskan kebutuhan mereka. Dapat diartikan perilaku konsumen merupakan suatu perilaku yang menunjukkan sejauh mana menggunakan suatu produk dan jasa sehingga dapat menilai produk yang satu dengan produk yang lainnya.⁷

Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk dalam bukunya yang berjudul *consumer behavior*, menyatakan bahwa perilaku konsumen merujuk kepada perilaku yang memperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli,

⁷ Hamron Zubadi, *Perilaku Nasabah Bank Syariah*. Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Magelang, 2011, H. 2.

menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan barang dan produk jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Untuk barang atau jasa yang berharga jual rendah (low-involvement) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang atau jasa yang berharga jual tinggi (high-involvement) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan yang matang.

Dalam sumber lain disebutkan, bahwa perilaku konsumen adalah kecenderungan konsumen dalam melakukan konsumsi, untuk memaksimalkan kepuasannya. Adapun pengertian perilaku konsumen, yaitu tingkah laku dari konsumen, dimana mereka dapat mengilustrasikan pencarian untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan memperbaiki suatu produk dan jasa. Fokus dari perilaku konsumen adalah bagaimana individu membuat keputusan untuk mengkonsumsi suatu barang atau produk.⁸

Dari pengertian perilaku konsumen diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah disiplin ilmu

⁸ Abdul Muntholip, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam*. Jurnal Kajian Keislaman Dan Pendidikan, Vol. 01 No. 01 (April 2012), H. 3-5

yang mempelajari perilaku individu, kelompok atau organisasi dan proses-proses yang digunakan konsumen untuk menyeleksi, menggunakan produk, pelayanan, pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen dan dampak dari proses-proses tersebut pada konsumen dan masyarakat, serta dapat merasakan adanya kebutuhan dan keinginan, kemudian berusaha mendapatkan produk yang diinginkan, mengkonsumsi produk tersebut, dan berakhir dengan tindakan-tindakan pasca pembelian. Yaitu perasaan puas atau tidak puas.

Rasionalnya konsumen akan memuaskan konsumsinya sesuai dengan kemampuan barang dan jasa yang dikonsumsi serta kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa tersebut. Dengan demikian kepuasan dan perilaku konsumen di pengaruhi oleh hal-hal sebagai berikut:⁹

- a. Nilai guna (Utility) barang dan jasa yang dikonsumsi. Kemampuan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.
- b. Kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Daya beli dari income konsumen dan ketersediaan barang dan jasa yang ada.

⁹ Nugroho. J. Setiadi. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003, H. 2

- c. Kecenderungan konsumen dalam menentukan pilihan konsumsi menyangkut pengalaman masa lalu, budaya, selera, serta nilai-nilai yang dianut seperti agama dan adat istiadat.

Dari definisi pemasaran diatas, terdapat dua komponen kunci yang harus dilakukan pemasaran. Pertama, pemasar berusaha untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kedua, pemasaran mempelajari proses pertukaran, yaitu dua pihak saling mentransfer sesuatu yang bernilai bagi yang lain. Hal ini berarti pusat kegiatan pemasaran didasarkan pada suatu aplikasi disiplin keunggulan konsumen. Oleh karena, itu konsumen merupakan titik pusat usaha pemasaran.

Prinsip-prinsip yang terdapat dalam perilaku konsumen ini dapat digunakan untuk 4 (empat) bidang manajerial khusus, yaitu: analisis lingkungan, penempatan produk, segmentasi, dan pengembangan bauran pemasaran.

Perilaku konsumen juga penting untuk tujuan penempatan produk. Untuk menempatkan suatu produk, citra produk yang membedakannya dari produk pesaing harus ditampilkan. Dalam kegiatan penempatan produk, perusahaan harus mempunyai pemahaman yang baik tentang karakteristik

dari pemrosesan informasi dari konsumen dan informasi sikap, serta proses perubahan.¹⁰

2.2.2. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan islam (ilmu ekonomi islam), perilaku seorang konsumen haruslah dapat mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Artinya segala tindakan dan kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya haruslah sesuai dengan perintah Allah, dan tidak melanggar segala laranganNya. Ibnu Khaldun menyatakan bahwa perilaku konsumen yang telah terintegrasi dengan syariat akan memiliki pandangan yang seimbang antara pemenuhan kebutuhan untuk hidup dunia dan akhiratnya. Keseimbangan tersebut bertujuan untuk mendapatkan kebahagiaan didunia (falah) dan juga kebahagiaan di akhirat (mardhatillah).

Perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi islam akan sangat dipengaruhi oleh tingkat keimanan masing-masing orang.

Keimanan akan memberikan cara pandang yang berbeda kepada seseorang, yang akan berpengaruh pula

¹⁰ Pandji Anoraga. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004, H. 187

terhadap kepribadian, perilaku, gaya hidup, selera dan juga sikap mereka. Dan sesuai dengan ajaran agama islam dianjurkan untuk berperilaku yang benar seperti ajaran Nabi Muhammad sebagai tauladan seluruh umat muslim di dunia, seperti yang tercantum dalam surat Al-Ahzab Ayat 21 sebagai berikut:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ
وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

Artinya: Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah.

2.2.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Keputusan pembelian dari pembeli sangat di pengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor

yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan.¹¹

Berikut ini akan dibahas pengaruh dari tiap faktor terhadap perilaku pembelian.

a. Faktor Kebudayaan

- 1) Kebudayaan. Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Seorang anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai persepsi, preferensi, dan perilaku melalui suatu proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga-lembaga sosial penting lainnya.
- 2) Budaya. Budaya adalah karakteristik fundamental dari keinginan dan perilaku seseorang. Budaya mengacu pada gagasan, simbol-simbol yang memiliki makna untuk berkomunikasi, nilai, melakukan penafsiran dan evaluasi sebagai anggota dari masyarakat.
- 3) Subbudaya. Setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya-subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya.

¹¹ Nugroho. J. Setiadi. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003, H. 10

Subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis: kelompok kebangsaan, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis.

- 4) Kelas sosial. Kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen, dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

b. Faktor sosial

- 1) Kelompok referensi. Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Diantaranya:
 - a) Kelompok primer, yang dengan adanya interaksi yang berkesinambungan, seperti keluarga, teman, tetangga dan teman sejawat.
 - b) Kelompok sekunder, yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan.
 - c) Kelompok diasosiatif (memisahkan diri) adalah sebuah kelompok yang nilai atau perilakunya tidak disukai oleh individu.

- 2) Keluarga. Dapat dibedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, sebagai berikut:
 - a) Keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tua seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta.
 - b) Keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.
 - 3) Peran dan Status. Seseorang pada umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya keluarga, klub, organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.
- c. Faktor Pribadi
- 1) Umur dan tahapan dalam siklus hidup. Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau

transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

- 2) Pekerjaan. Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat diatas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu.
- 3) Keadaan ekonomi. Yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk presentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.
- 4) Gaya hidup. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.
- 5) Kepribadian dan konsep diri. Maksudnya adalah karakteristik psikologis yang berbeda

dan setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten.

d. Faktor Psikologis

- 1) Motivasi. Beberapa kebutuhan bersifat biogenik, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu, seperti rasa lapar, haus, resah, tidak nyaman. Adapun kebutuhan lain bersifat psikogenik, yaitu kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima.
- 2) Persepsi. Didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Faktor-faktor persepsi yaitu, perhatian, gangguan dan mengingat kembali yang selektif, berarti bahwa para pemasar harus bekerja keras agar pesan yang disampaikan diterima.
- 3) Proses belajar. Menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

2.3. Religiusitas

2.3.1. Pengertian Religiusitas

Menurut ensiklopedia indonesia, religiusitas berarti kehidmatan atau kekhusyukan dalam pemujaan. Sedangkan menurut KBBI, religiusitas memiliki arti bentuk pengabdian terhadap agama. Didalam konteks psikologi agama, religiusitas merupakan perwujudan dari psikologi dan agama yang tidak dapat dipisahkan serta diintegrasikan sebagai inti kualitas hidup manusia yang diartikan sebagai rasa rindu, rasa ingin bersatu dan rasa ingin bersama dengan sesuatu yang abstrak.

Menurut Harun Nasution yang dikutip Jalaluddin pengertian agama berasal dari kata, yaitu: al-Din, religi (relegere, religare) dan agama. Al-Din (semit) berarti undang-undang atau hukum. Kemudian dalam bahasa arab, kata ini mengandung arti menguasai, menundukkan, patuh, utang, balasan, kebiasaan. Sedangkan dari kata religi (latin) atau relegere berarti mengumpulkan dan membaca. Kemudian religare berarti mengikat. Adapun kata agama terdiri dari a=tidak; gam= pergi mengandung arti tidak pergi, tetap ditempat atau diwarisi turun-temurun.¹²

¹²Jalaluddin. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2010.H. 293

Didalam perspektif Islam mengenai religiusitas, dijelaskan bahwa setiap umat muslim harus beragama secara kaffah atau sempurna dan menyeluruh, baik dalam segi berfikir dan bertingkah laku. Tidak hanya dalam segi berfikir ataupun bertingkah laku, didalam melakukan aktivitas ekonomi, sosial, politik, atau aktivitas lainnya, seorang muslim diwajibkan untuk melakukan segala macam kegiatannya dalam rangka beribadah kepada Allah (lillahita'ala). Sebagaimana dalam surat Al-Baqarah ayat 208 dijelaskan bahwa dimanapun atau dalam keadaan apapun, wajib bagi setiap muslim untuk tetap beragama:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اَدْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا

خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ اِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

“hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu kedalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.

Keberagaman atau religusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Aktivitas keberagaman bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tapi juga ketika melakukan aktivitas lain

yang didorong oleh kekuatan akhir. Bukan hanya yang berkaitan dengan aktifitas yang tampak dan dapat dilihat mata, tapi juga aktifitas tak tampak dan terjadi dalam hati seseorang. Karena itu, keberagaman seseorang akan meliputi berbagai macam sisi atau dimensi. Dengan demikian, agama adalah sebuah sistem yang berdimensi banyak. Agama, dalam pengertian Glock & Stark (1966) adalah sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang terlembagakan, yang semuanya itu berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi (ultimate meaning).

a. Dimensi-Dimensi Religiusitas

Menurut Glock & Stark mengatakan bahwa terdapat lima dimensi dalam religiusitas, yaitu:

1. Dimensi keyakinan atau Ideologis

Dimensi keyakinan dimensi ini berisi pengharapan-pengharapan dimana seseorang yang religius berpegang teguh pada pandangan teologi tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut. Setiap agama mempertahankan seperangkat kepercayaan dimana para penganut diharapkan akan taat. Walaupun demikian, isi dan ruang lingkup keyakinan itu bervariasi tidak hanya diantara agama-

agama, tetapi seringkali juga diantara tradisi-tradisi dalam agama yang sama.

2. Dimensi praktik agama atau ritualistik

Dimensi praktik agama yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agama. Unsur yang ada dalam dimensi ini mencakup pemujaan, ketaatan, serta hal-hal yang lebih menunjukkan komitmen seseorang dalam agama yang dianutnya. Wujud dari dimensi ini adalah perilaku masyarakat pengikut agama tertentu dalam menjalankan ritual-ritual yang berkaitan dengan agama. Dimensi praktek dalam agama Islam dapat dilakukan dengan menjalankan ibadah shalat, puasa, zakat, haji ataupun praktek muamalah lainnya.

3. Dimensi pengalaman atau eksperiensial

Dimensi ini berisikan dan memperhatikan fakta bahwa semua agama mengandung pengharapan-pengharapan tertentu. Dimensi ini berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan-perasaan persepsi-persepsi yang pernah dialami dan dirasakan. Misalnya merasa dekat dengan Tuhan, merasa takut berbuat dosa, merasa doanya dikabulkan, diselamatkan oleh Tuhan, dan sebagainya.

4. Dimensi pengetahuan agama atau intelektual

Dimensi pengetahuan agama adalah dimensi yang menerangkan seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran agamanya, terutama yang ada di dalam kitab suci manapun yang lainnya. Paling tidak seseorang yang beragama harus mengetahui hal-hal pokok mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci dan tradisi. Dimensi ini dalam Islam 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 atau perbankan syariah.

5. Dimensi konsekuensi

Yaitu dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial, misalnya apakah ia mengunjungi tetangganya sakit, menolong orang yang kesulitan, mendermakan hartanya, dan sebagainya.

Secara garis besar, agama Islam mencakup tiga hal, yaitu keyakinan (aqidah), norma atau hukum (syariah), dan perilaku (akhlak). Oleh karena itu pengertian religiusitas Islam adalah tingkat

internalisasi beragama seseorang yang dilihat dari penghayatan aqidah, syariah, dan akhlak seseorang. Menurut rumusan Glock & Stark mempunyai kesesuaian dengan Islam, yaitu:

1. Dimensi keyakinan atau akidah Islam menunjuk pada seberapa tingkat keyakinan Muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agamanya. Di dalam keberislaman, isi dimensi keimanan menyangkut keyakinan tentang Allah, surga dan neraka, serta qadha dan qadar.
2. Dimensi peribadatan (atau praktek agama) atau syariah menunjuk pada seberapa tingkat kepatuhan muslim dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana yang disuruh dan dianjurkan oleh agamanya. Dalam keberislaman menyangkut pelaksanaan shalat, puasa, zakat, haji, membaca Al-qur'an, doa, zikir dan sebagainya.
3. Dimensi pengalaman atau akhlak menunjuk pada seberapa besar tingkatan muslim berperilaku dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya, yaitu bagaimana individu berelasi dengan dunianya, terutama dengan manusia lain. Dalam keberislaman, dimensi ini meliputi

perilaku tolong menolong, bekerjasama, berderma, berlaku jujur, memaafkan dan sebagainya.¹³

2.3.2. Sikap Religiusitas

Menurut Gay Hendriks dan Kate Ludeman dalam Ari Ginanjar, terdapat beberapa sikap religiusitas yang tampak didalam diri seseorang dalam menjalankan tugasnya, di antaranya:

- 1) Kejujuran: Rahasia untuk meraih sukses menurut mereka adalah berkata jujur.
- 2) Keadilan: Salah satu skill orang yang religious adalah mampu bersikap adil kepada semua pihak, bahkan saat ia terdesak sekalipun.
- 3) Bermanfaat bagi orang lain: hal ini merupakan salah satu sikap yang tampak dari diri seseorang.
- 4) Rendah hati: merupakan sikap tidak sombong mau mendengarkan pendapat orang lain dan tidak memaksakan gagasan atau kehendaknya.
- 5) Bekerja efisien: mereka mampu memusatkan semua perhatiannya pada pekerjaan sat itu, begitu juga saat mereka mengerjakan pekerjaan selanjutnya.

¹³ Djamaludin Ancok & Fuat Nasori Suroso, *Psikologi Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1994, Hal 76-80

- 6) Visi kedepan: mereka mampu mengajak orang kedalam angan-angannya. Kemudian menjabarkan begitu terinci, cara-cara untuk menuju kesana.
- 7) Disiplin tinggi: kedisiplinan mereka tumbuh dari semangat penuh gairah dan kesadaran, bukan berangkat dari keharusan dan keterpaksaan.
- 8) Keseimbangan: seseorang yang memiliki sikap religiusitas sangat menjaga keseimbangan hidupnya, khususnya empat aspek inti dalam kehidupannya, yaitu: keintiman, pekerjaan, komunitas dan spiritualitas.

2.3.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas

Religiusitas atau keagamaan seseorang ditentukan dari banyak hal, di antaranya: pendidikan keluarga, pengalaman, dan latihan yang dilakukan pada waktu kita kecil atau pada masa kanak-kanak. Seorang remaja yang pada masa kecilnya mendapat pengalaman-pengalaman agama dari kedua orang tuanya, lingkungan sosial dan teman-teman yang taat menjalankan perintah agama serta mendapat pendidikan agama baik di rumah maupun disekolah, sangat berbeda dengan anak yang tidak mendapatkan pendidikan agama di masa kecilnya, maka pada dewasanya ia tidak merasakan pentingnya agama dalam hidupnya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi religiusitas menurut Robert H. Thouless, mengemukakan empat faktor religiusitas yang dimasukkan dalam kelompok utama yaitu : pengaruh-pengaruh sosial, berbagai pengalaman, kebutuhan dan proses pemikiran.¹⁴

1. Faktor sosial mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan sikap keberagaman yaitu: pendidikan orang tua, tradisi-tradisi sosial dan tekanan-tekanan lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan.
2. Faktor lain yaitu pengalaman pribadi atau kelompok pemeluk agama. Pengalaman konflik moral dan seperangkat pengalaman batin emosional yang terikat secara langsung dengan Tuhan atau dengan sejumlah wujud lain pada sikap keberagaman juga dapat membantu dalam perkembangan sikap keberagaman.
3. Faktor ketiga adalah kebutuhan-kebutuhan yang tidak dapat dipenuhi secara sempurna, sehingga mengakibatkan terasa adanya kebutuhan akan kepuasan agama.

¹⁴ Ahmad Isham Nadzir, Nawang Warsi Wulandari, “*Hubungan Religiusitas Dengan Penyesuaian Diri Siswa Pondok Pesantren*”, *Jurnal Psikologi Tabularsa* Volume 8, No. 2, Agustus 2013, Hal 703-704.

Kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat dikelompokkan dalam empat bagian:

- Kebutuhan akan keselamatan
- Kebutuhan akan cinta
- Kebutuhan untuk memperoleh harga diri
- Kebutuhan yang timbul karena adanya kematian.

Menurut Daradjat, mengatakan ada enam kebutuhan yang menyebabkan orang membutuhkan agama. Melalui agama kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat disalurkan. Kebutuhan tersebut ialah: pertama kebutuhan akan rasa harga diri, keempat kebutuhan akan rasa bebas, kelima kebutuhan rasa sukses, dan keenam kebutuhan rasa ingin tahu.

4. Faktor proses pemikiran, dimana faktor ini dimulai dari kebutuhan manusia atau rasa ingin tahu. Manusia akan mulai menggali ilmu yang lebih banyak ketika dia mulai merasakan dorongan dari dalam dirinya untuk menyempurnakan kewajiban-kewajiban dari agama yang dianutnya.

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa agama adalah sebuah sistem yang terintegrasi dari kepercayaan dan praktik-praktik keagamaan yang relatif condong kepada hal-hal yang sakral, sementara religiusitas

adalah pandangan sejauh mana keyakinan seseorang dalam nilai-nilai agama tertentu dan idealisme yang dimiliki dan di praktikkan oleh individu. Maka dari itu, secara garis besar religiusitas sendiri sangat mengacu kepada aspek keagamaan yang telah dianut dan dialami oleh seseorang didalam hatinya. Hal ini jika digabungkan dengan teori riba dalam islam maka dapat disimpulkan bahwa keyakinan keagamaan seseorang yang percaya bahwa bunga bank adalah haram hukumnya akan menjadikan nasabah bank memberikan alternatif pilihannya pada bank syariah.¹⁵

2.4. Minat

2.4.1. Pengertian Minat

Dalam kamus umum bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai sebuah kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu perhatian atau keinginan. Minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.¹⁶

¹⁵ Nurhayati & Fatmasaris Sukesti, “Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Melalui Peningkatan Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Dengan variabel Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Bank Syariah di Kota Semarang)”, *Economica* Volume VII/Edisi 2/Oktober 2016, Hal 144.

¹⁶Mappiare, Andi. *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional. 1997, H. 62

Minat adalah kecenderungan seseorang yang tetap memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Kegiatan yang diminati seseorang dan diperhatikan secara terus-menerus yang disertai dengan rasa senang.¹⁷

Minat (interest) digambarkan sebagai situasi seseorang sebelum melakukan tindakan, yang dapat dijadikan dasar untuk memprediksi perilaku atau tindakan tersebut. Minat menabung diasumsikan sebagai minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.¹⁸

Minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih. Setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Dalam melakukan fungsinya kehendak itu berhubungan erat dengan pikiran dan perasaan. Pikiran mempunyai kecenderungan bergerak dalam sektor rasional analisis, sedang perasaan yang bersifat halus atau tajam lebih mendambakan kebutuhan. Sedangkan akal berfungsi sebagai

¹⁷Slameto. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta. 1995, H. 180

¹⁸Kotler, Philip & Gary Amstrong. 2002. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga. 2002, H.78

ingatan pikiran dan perasaan itu dalam koordinasi yang harmonis, agar kehendak bisa diatur dengan sebaik-baiknya.¹⁹

Ada beberapa tahapan minat yaitu:

- a. Informasi yang jelas sebelum memilih
- b. Pertimbangan yang matang sebelum memilih
- c. Keputusan memilih

Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minat adalah dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Selain itu minat dapat timbul karena adanya faktor eksternal dan juga adanya faktor internal. Minat yang besar terhadap suatu hal merupakan modal yang besar untuk membangkitkan semangat untuk melakukan tindakan yang diminati dalam hal ini minat menabung di bank syariah.

2.4.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

Minat di pengaruhi beberapa faktor, yaitu:

- a) Pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil tahu yang terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indra manusia, yaitu: penglihatan,

¹⁹ Sukanto Mm. *Nafsiologi: Suatu pendekatan Alternatif Atas Psikologi*. Jakarta: Integrita Press,1985, H. 120.

pendengaran, penciuman, raba dan rasa. Sebagaimana besar pengetahuan manusia diperoleh melalui pendidikan, media massa maupun lingkungan.

b) Informasi

Informasi dapat didefinisikan sebagai hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimannya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian yang nyata guna untuk pengambilan keputusan.

c) Pengalaman

Pengalaman sebagai sumber pengetahuan adalah suatu cara untuk memperoleh kebenaran pengetahuan dengan cara mengulang kembali pengetahuan yang diperoleh dalam memecahkan masalah yang dihadapi masa lalu.

Menurut Crow and Crow berpendapat ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yaitu:²⁰

a) Faktor dorongan dari dalam

Artinya mengarah pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu, merupakan

²⁰ Rouf Abdul. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat Di Rumah Zakat Cabang Semarang*. Semarang: Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo, 2011, H. 31

faktor yang berhubungan dengan dorongan fisik, motif, mempertahankan diri dari rasa lapar, rasa takut, rasa sakit, juga dorongan ingin tahu membangkitkan minat untuk mengadakan penelitian dan sebagainya.

b) Faktor motif sosial

Artinya mengarah pada penyesuaian diri dengan lingkungan agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungan atau aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sosial, seperti bekerja, mendapatkan status, mendapatkan perhatian dan penghargaan.

c) Faktor emosional atau perasaan

Artinya minat yang erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang didorong oleh minat akan membawa rasa senang dan memperkuat minat yang sudah ada, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu tersebut.

2.5. Bank Syariah

2.5.1. Pengertian Bank Syariah

Menurut Undang-Undang RI nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 Tentang perbankan, yang dimaksud dengan Bank adalah sebagai berikut:

“Bank adalah suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia bahwa bank adalah lembaga yang berperan sebagai perantara keuangan antara pihak-pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak-pihak yang memerlukan dana serta sebagai lembaga yang berfungsi memperlancar lalu lintas pembayaran.

Menurut M. Arief Mufraeni (2009) bank syariah merupakan bank yang dalam melaksanakan segala aktivitasnya berdasarkan dan berusaha sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Maka dari itu agar dalam menjalankan setiap kegiatan perbankan tidak keluar dari prinsip syariah maka diperlukan suatu dewan yang bertugas mengawasi jalannya praktek perbankan supaya berjalan benar-benar berjalan pada koridor syariat islam. Dewan itu adalah Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang berada dibawah naungan Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Inilah yang membedakan perbankan syariah dengan perbankan konvensional.

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa bank mempunyai suatu falsafah atau pedoman penting dalam menjalankan usahanya, yaitu kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari kegiatan bank yang menerima simpanan dari masyarakat yang menerima simpanan dari masyarakat yang mempunyai kelebihan dana dan menyalurkannya kepada masyarakat lain yang kekurangan dana.²¹

Perbedaan prinsip antara bank syariah dan bank konvensional sangatlah jelas, terutama pada prinsip bunga yang terdapat pada bank konvensional. Bank syariah yang berdasarkan pada prinsip syariat islam tidak mengenal adanya bunga, karena dianggap riba yang dilarang dalam Al-Qur'an dan Sunnah.

Riba secara bahasa adalah ziyadah (tambahan), secara linguistik riba juga berarti tumbuh dan membesar. Adapun menurut istilah riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil. Dalam firman Allah Q.S. An-nisa: 29

²¹ Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007, H. 23.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ
 إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ
 إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢١﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

Bank syariah mempunyai perbedaan prinsip yang berbeda dengan bank konvensional karena tidak menggunakan kontrak berdasarkan bunga. Hal ini membedakan dalam hal produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah kepada nasabahnya. Perbedaan prinsip inilah yang merupakan salah satu faktor yang mendorong nasabah tertarik menggunakan jasa bank syariah dalam melaksanakan kegiatan keuangannya.

Tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan syariah ini adalah sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan syariah islam.

Hal ini diperkuat dengan adanya fatwa yang dikeluarkan oleh Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia

(MUI) berkaitan dengan dilarangnya sistem bunga dalam segala praktik bisnis, termasuk bisnis industri perbankan.²²

2.5.2. Fungsi Bank Syariah

Dalam menjalankan operasinya, fungsi bank syariah terdiri atas sebagai berikut:²³

1. Penerima amanah untuk melakukan investasi atas dana-dana yang dipercayakan oleh pemegang rekening investasi atau deposit atas dasar prinsip bagi hasil sesuai dengan kebijakan investasi bank.
2. Pengelola investasi atas dana yang dimiliki oleh pemilik dana shahibul mal sesuai dengan arahan investasi yang dikehendaki oleh pemilik dana (dalam hal ini bank bertindak sebagai manajer investasi)
3. Penyedia jasa lalu lintas pembayaran dan jasa-jasa lainnya sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah sebagai pengelola fungsi sosial, seperti pengelolaan dana zakat dan penerimaan serta penyaluran dana kebajikan (fungsi optional).

²² M. Syafi'i Antonio. *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001, H. 18

²³ Herry Sutanton & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pusaka Setia, 2003, H. 124

Sedangkan fungsi dan peran bank syariah yang tercantum dalam pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting And Auditing Organization For Islam Financial Institution*), fungsi dan peran tersebut yaitu:

- a. Manajer investasi, bank syariah dapat mengelola investasi dana nasabah.
- b. Investor, bank syariah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan padanya.
- c. Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan jasa-jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya institusi perbankan sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- d. Pelaksana kegiatan sosial, sebagai suatu ciri yang melekat pada entitas keuangan islam, bank syariah juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola zakat serta dana-dana sosial lainnya.²⁴

²⁴ Tim Pengembangan Perbankan Syariah Institut Bankir Indonesia, *Konsep, Produk Dan Implementasi Operasional Bank Syariah*, Jakarta: Djambatan, 2001, H. 24

Perbedaan Antara Bank Syariah Dengan Bank Konvensional.

No	Perbedaan	Bank syariah	Bank konvensional
1	Falsafah	Tidak berdasarkan bunga, spekulasi dan ketidakjelasan	Berdasarkan atas bunga
2	Operasional	<ul style="list-style-type: none">- Dana masyarakat berupa titipan dan investasi yang baru akan mendapat hasil jika diusahakan terlebih dahulu.- Penyaluran pada usaha yang halal dan menguntungkan.	<ul style="list-style-type: none">- Dana masyarakat berupa simpanan yang harus dibayar bunganya pada saat jatuh tempo.- Penyaluran pada sektor yang menguntungkan, aspek halal tidak menjadi pertimbangan utama.
3	Aspek sosial	Dinyatakan secara eksplisit dan tegas yang tertuang dalam misi dan visi.	Tidak diketahui secara tegas.
4	Organisasi	Memiliki Dewan Pengawas Syariah	Tidak memiliki Dewan Pengawas Syariah.

2.5.3. Produk-Produk Bank Syariah

1. Produk Penyaluran Dana (Landing)

Dalam penyaluran dana bank syariah, terdapat empat kategori pembiayaan syariah yang dibedakan berdasarkan kepada tujuan penggunaannya, yaitu:

a. Pembiayaan dengan prinsip Jual beli (Ba'i)

Pembiayaan dengan prinsip jual beli atau ba'i adalah pembiayaan yang memiliki unsur perpindahan kepemilikan barang atau benda antara si penjual dan si pembeli. Berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahan barangnya, pembiayaan dengan prinsip jual beli ada 3, yaitu :

- Pembiayaan Murabahah

Murabahah merupakan transaksi jual beli bank syariah dimana bank berperan sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Dimana nantinya harga jual barang akan dihitung dari harga beli barang ditambah dengan margin yang telah disepakati diawal kesepakatan. Didalam pembiayaan murabahah penyerahan barang dilakukan setelah berlangsungnya akad beserta pembayaran uang muka dan pembayaran selanjutnya dapat dilakukan secara berangsur.

- Pembiayaan Salam

Salam merupakan transaksi jual beli dengan objek transaksi yang belum ada atau tersedia. Didalam pembiayaan salam pembayarannya dilakukan secara tunai diawal transaksi dan penyerahan

barang dilakukan setelahnya. Peran bank di dalam pembiayaan ini bertindak sebagai pembeli dan nasabah sebagai penjual.

- **Pembiayaan Istishna'**

Istishna' merupakan transaksi jual beli yang alur transaksinya hampir mirip dengan salam, akan tetapi yang membedakan antara istishna' dengan salam adalah proses pembayarannya dapat dilakukan secara berangsur.

- b. **Pembiayaan dengan prinsip sewa (Ijarah)**

Pembiayaan ijarah adalah pembiayaan yang berdasarkan pada perpindahan manfaat. Pada hakikatnya prinsip sewa sama dengan prinsip jual beli dan perbedaannya terletak pada objek transaksinya yaitu apabila transaksi jual beli menggunakan objek barang maka transaksi sewa menggunakan objek jasa.

Pada akhir akad objek yang disewakan dapat dijual kepada nasabah. Prinsip syariah yang digunakan merupakan sewa yang diikuti pemindahan kepemilikan atau biasa disebut dengan IMBT (Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik).

- c. Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil
- Produk pembiayaan syariah dengan prinsip bagi hasil terbagi menjadi dua, yaitu :
- Pembiayaan Musyarakah
- Pembiayaan musyarakah merupakan pembiayaan dengan asas kerja sama dimana baik bank dan nasabah sama-sama memberikan kontribusi atau modal dengan keuntungan dan kerugian yang ditanggung bersama sesuai kesepakatan.
- Pembiayaan Mudharabah
- Pembiayaan mudharabah merupakan pembiayaan dengan asas kerja sama antar dua belah pihak dimana salah satu pihak sebagai pemilik modal (shahibul mal) dan pihak lainnya sebagai pengelola modal (mudharib) dengan keuntungan dan kerugian yang ditanggung bersama sesuai kesepakatan.
- d. Pembiayaan dengan akad pelengkap
- Prinsip dari akad pelengkap tidak ditujukan untuk mencari keuntungan, akan tetapi dengan tujuan untuk mempermudah pelaksanaan pembiayaan. Akad pelengkap ini adalah akad-akad tabarru'. Yang termasuk dalam akad pelengkap disini adalah :

- Hiwalah (Peralihan Hutang)
Hiwalah merupakan akad peralihan hutang dengan tujuan untuk membantu nasabah mendapatkan modal tunai dengan cepat dan mudah untuk kelancaran bisnisnya. Dimana bank berperan sebagai penanggung hutang nasabah dan nantinya bank akan mendapat ganti biaya atas jasa peralihan hutang tersebut.
- Rahn (Gadai)
Rahn merupakan akad pencairan modal nasabah dengan cara memberikan jaminan pembayaran kembali kepada pihak bank. Dimana nasabah harus melunasi peminjaman modal yang ada untuk menebus jaminan yang diberikannya kepada bank.
- Qardh (Pinjaman Uang)
Qardh merupakan akad pinjam-meminjam uang yang terbagi kedalam empat aplikasi peminjaman, yaitu: pinjaman tabungan haji, pinjaman tunai dengan produk kartu kredit, pinjaman kepada pengusaha kecil dan pinjaman kepada pengurus bank.

- Wakalah (Perwakilan)
Wakalah merupakan aplikasi perbankan yang disediakan kepada nasabah apabila nasabah meminta kepada bank untuk mewakili dirinya atas pekerjaan atau jasa tertentu. Seperti pembukuan, inkaso, dan transfer uang.
- Kafalah (Garansi Bank)
Kafalah atau garansi bank merupakan aplikasi perbankan yang diberikan kepada nasabah untuk menjamin pembayaran suatu kewajiban pembayaran yang dimiliki oleh nasabah.

2. Produk Penghimpunan Dana (Funding)

Produk penghimpunan dana bank syariah dapat berbentuk giro, tabungan dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan adalah prinsip wadiah dan mudharabah.

- Prinsip Wadiah
Prinsip wadiah yang diterapkan oleh bank syariah adalah wadiah yad-dhamanah yang terdapat dalam produk rekening giro. Berbeda dengan wadiah yad-amanah yang mempunyai prinsip harta titipan tidak boleh dimanfaatkan oleh yang dititipkan. Pada wadiah yad-dhamanah pihak-pihak yang dititipi (bank) bertanggung jawab atas keutuhan

harta titipan sehingga boleh memanfaatkan harta titipan tersebut.

- Prinsip Mudharabah

Prinsip mudharabah disini bank berperan sebagai mudharib (pengelola dana) dan deposan atau nasabah sebagai shahibul mal (pemilik modal). Mudharabah dibagi menjadi dua yaitu mudharabah muthlaqoh dan mudharabah muqayyadah. Mudharabah muthlaqoh adalah deposan atau nasabah memberikan hak sepenuhnya pada bank untuk memutar atau menginvestasikan dananya. Sedangkan mudharabah muqayyadah adalah deposan atau nasabah memberi batasan pada bank untuk menginvestasikan dananya sebagai contoh batasan pada tempat, jenis usaha, dan lainnya.

3. Jasa (Service)

Selain berfungsi sebagai penghubung antara pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang kelebihan dana, bank syariah dapat pula melakukan berbagai pelayanan jasa perbankan pada nasabah dengan imbalan sewa atau keuntungan yang dijanjikan. Jasa pelayanan perbankan tersebut adalah :

- Sharf (Jual Beli Valuta Asing)
Sharf merupakan transaksi jual beli mata uang yang tidak sejenis dalam waktu yang sama dan bank mengambil keuntungan dalam harga jual mata uang tersebut.
- Ijarah (Sewa)
Ijarah merupakan jenis kegiatan bank dengan menyediakan penyewaan kotak penyimpanan dan jasa tata laksana administrasi dokumen. Dan bank akan mendapat imbalan dari kegiatan jasa tersebut.²⁵

3.6. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ellen Kurnia Sari Sholihah dan Fatmah Jurnal El-Qist Volume 7 Nomor 1 April 2017	PENGARUH POTENSI, PERSEPSI, PREFERENSI DAN PERILAKU MASYARAKAT MUSLIM	Variabel potensi suatu daerah memiliki pengaruh negatif terhadap sikap berwakaf uang, variabel persepsi masyarakat terhadap sikap untuk berwakaf uang memiliki

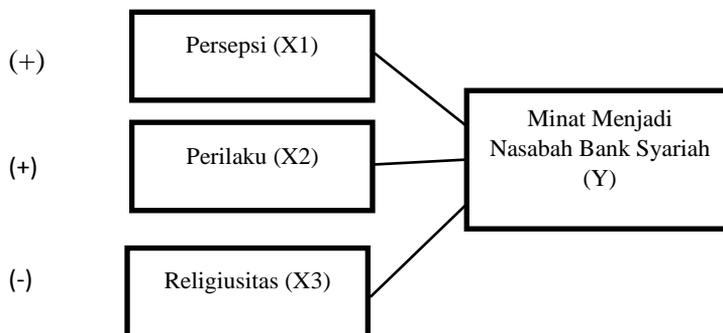
²⁵ Adiwarman A Karim, *Bank Islam; Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017, Hal 97-112.

		SURABAYA TERHADAP WAKAF UANG DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL INTERVENING	pengaruh positif, variabel preferensi masyarakat terhadap sikap untuk wakaf uang memiliki pengaruh positif, variabel sikap terhadap perilaku masyarakat untuk berwakaf uang memiliki pengaruh positif. Secara simultan atau berdasarkan uji F terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel potensi, persepsi, preferensi, dan perilaku.
2	Amir Mu'allim Jurnal Al- Mawarid Edisi X Tahun 2003	PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH	Lembaga keuangan syariah yang ideal masih perlu kerja keras dari seluruh ummat islam, terutama kepada praktisi lembaga keuangan syariah. Penilaian masyarakat tentang lembaga keuangan syariah menjadi modal dasar untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan sehingga pada saatnya nanti lembaga keuangan syariah dapat meningkatkan manajemen yang lebih profesional dengan tetap berpijak pada prinsip-prinsip syariah.
3	Atik Masrurroh Skripsi 2015	ANALISIS PENGARUH TINGKAT RELIGIUSITAS DAN DISPOSIBLE	Bahwa tingkat religiusitas berpengaruh positif terhadap minat menabung mahasiswa, dan disposable income berpengaruh

		INCOME TERHADAP MINAT MENABUNG MAHASISWA DI PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Mahasiswa STAIN Salatiga)	positif. sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi disposable income maka semakin tinggi pula minat menabung mahasiswa yang dimoderasi oleh tingkat religiusitas.
4	M. Zainal Arifin Skripsi, 2016	ANALISIS PENGARUH TINGKAT RELIGIUSITAS DAN PRODUCT KNOWLEDGE TERHADAP PREFERENSI MENABUNG MAHASISWA DI PERBANKAN SYARIAH	Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Tingkat Religiusitas dan Product Knowledge berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa. Secara simultan variabel religiusitas dan product knowledge berpengaruh signifikan.
5	Eka Oktavia Skripsi, 2018	ANALISIS PERSEPSI, PENGETAHUAN DAN SIKAP TEHADAP KEBERADAAN BANK SYARIAH (STUDI KASUS PADA BANK SYARIAH MANDIRI KABUPATEN PRINGSEWU, LAMPUNG)	Persepsi nasabah terhadap keberadaan bank syariah masuk dalam kategori sedang, artinya nasabah belum memahami bank syariah. Pengetahuan nasabah terhadap keberadaan bank syariah masuk dalam kategori sedang, artinya nasabah hanya tau bank syariah tanpa tahu istilah-istilah di perbankan syariah. Sedangkan sikap nasabah terhadap keberadaan bank syariah masuk dalam

			kategori baik, artinya sikap nasabah terhadap keberadaan bank syariah memiliki tanggapan yang baik.
6	Sri Murdianingsih Skripsi, 2015	PERSEPSI DAN PERILAKU SANTRI KOTA SALATIGA TERHADAP PERBANKAN SYARIAH DENGAN SIKAP SEBAGAI VARIABEL INTERVENING	Pengaruh persepsi ekspektasi terhadap keputusan berpengaruh positif terhadap perilaku santri. Pengaruh persepsi situasi lingkungan terhadap keputusan tidak berpengaruh positif terhadap perilaku santri. Sedangkan sikap sebagai variabel intervening tidak berpengaruh signifikan.

3.7. Kerangka Berpikir



3.8. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Pegawai Menjadi Nasabah Bank Syariah

Persepsi adalah proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur dan menafsirkan kedalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia.

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan menjadi hipotesis sebagai berikut:

H1 : Persepsi berpengaruh terhadap minat pegawai menjadi nasabah bank syariah.

2. Pengaruh Perilaku Terhadap Minat Pegawai Menjadi Nasabah Bank Syariah

Perilaku adalah proses mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan barang dan produk jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan menjadi hipotesis sebagai berikut:

H2 : Perilaku berpengaruh terhadap minat pegawai menjadi nasabah bank syariah.

3. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Pegawai Menjadi Nasabah Bank Syariah

Religiusitas adalah seberapa jauh pengetahuan keagamaan, seberapa kuat keyakinan dan keimanannya, seberapa tekun pelaksanaan ibadah dan kaidah keagamaannya dan seberapa dalam penghayatan seorang umat atas perintah dan larangan yang ada di dalam ajaran agama yang dianutnya.

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan menjadi hipotesis sebagai berikut:

H3 : Religiusitas berpengaruh negatif terhadap minat pegawai menjadi nasabah bank syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sumber Data

3.1.1. Jenis Data

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif yaitu menjelaskan hubungan atau pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, dengan menggunakan data primer, yang diperoleh melalui wawancara, angket atau kuesioner dan dokumentasi dari responden yang merupakan Pegawai Kementerian Agama Kabupaten Demak, sedangkan data sekunder sebagai tambahan penelitian.

3.1.2. Sumber Data

Data merupakan bentuk jamak dari datum, yang artinya kumpulan angka, fakta, fenomena, atau keadaan lainnya, merupakan hasil dari pengamatan, pengukuran terhadap objek yang berfungsi dapat membedakan objek satu dengan lainnya

pada variabel yang sama. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh berasal dari dua sumber data, yaitu :¹

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian yaitu narasumber dengan menggunakan alat pengambilan atau pengumpulan data sebagai sumber informasi yang dicari yang berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu Pegawai Kementerian Agama Kabupaten Demak.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi dalam penelitian kuantitatif merupakan istilah yang sangat lazim dipakai. Populasi dapat diartikan sebagai jumlah kumpulan unit yang akan diteliti karakteristik atau cirinya. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016, hal.137

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif....*,H. 80

Jadi populasi bukan hanya orang, akan tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Pegawai Kementerian Agama Kabupaten Demak, yaitu sebanyak 112 pegawai.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari kuantitas atau jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan peneliti tidak dapat mempelajari pada populasi, misalkan karena keterbatasan waktu dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari disampel kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar dari representative (mewakili).

Pengambilan sampel dalam penelitian ini sebanyak 53 Pegawai Kementerian Agama Kabupaten Demak.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

3.3.1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket. Dengan kuesioner peneliti menggali informasi dari responden (orang yang menjadi subjek penelitian). Dengan demikian pertanyaan-pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan informasi (data) yang diperlukan untuk memecahkan masalah atau menguji hipotesis penelitian. Daftar pertanyaan dapat bersifat terbuka, jika opsi jawaban tidak ditentukan sebelumnya, dan bersifat tertutup jika opsi jawaban telah disediakan sebelumnya. Dalam penelitian ini angket diisi oleh Pegawai Kementerian Agama Kabupaten Demak.

Pengukuran yang digunakan menggunakan skala likert, dimana variabel penelitian yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator tersebut dijadikan menjadi titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban dari item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai nilai yang sangat positif sampai sangat negatif. Ada lima ukuran atau tingkatan skala yang digunakan, diantaranya :

Tabel 3.1

Skala Penilaian Likert

Simbol	keterangan	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak setuju	1

3.4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.4.1. Variabel Penelitian

Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Penelitian ini menggunakan dua variabel, variabel pertama merupakan variabel dependen (variabel terikat) yaitu minat pegawai. Variabel yang kedua adalah variabel independen (variabel bebas) yaitu persepsi, perilaku dan religiusitas.

a. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel terikat atau sering disebut dengan variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat

merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini ada satu variabel terikat yang digunakan yaitu minat pegawai. Minat pegawai yang akan diteliti yaitu mengenai persepsi, perilaku, dan religiusitas menjadi nasabah di bank syariah.

b. Variabel Independen (Bebas)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadikan sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas yaitu persepsi (X1), perilaku (X2) dan religiusitas (X3).³

3.4.2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penarikan batasan yang lebih menjelaskan ciri-ciri spesifik dari suatu konsep. Tujuan dari operasional agar peneliti dapat mencapai suatu alat yang sesuai dengan hakikat variabel yang sudah didefinisikan konsepnya. Untuk menciptakan kesatuan persepsi peneliti terhadap objek yang diteliti, maka adapun definisi operasional variabel-variabel dalam penelitian ini dibatasi sebagai berikut :

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif.....*,H.39

Tabel 3.2

Definisi Operasional Penelitian

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Pengukuran
1	Persepsi (X1)	Suatu proses seseorang menafsirkan stimulus yang diterimanya dan juga merupakan suatu proses seseorang mengorganisasikan pikirannya dengan menafsirkan dan mengalami serta mengolah pertanda atau segala sesuatu yang terjadi dilingkungannya.	<ul style="list-style-type: none"> a. Motif b. Nilai yang dianutnya c. Ekspektasi d. Sifat stimulus e. Situasi lingkungan 	Skala Likert
2	Perilaku (X2)	suatu proses pencarian untuk mendapatkan barang atau jasa yang meliputi cara yang digunakan individu agar dapat menyingkirkan sisa produk atau jasa yang meliputi cara yang digunakan individu agar dapat menyingkirkan	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggali permasalahan b. Mencari informasi c. mengevaluasi d. keputusan membeli e. perilaku pasca beli 	Skala Likert

		<p>sisa produk atau jasa yang sudah tidak terpakai antara lain membuang, menjual kembali, memperbaiki, memberi fungsi lain dan sebagainya.</p>		
3	Religiusitas (X3)	<p>Suatu kewajiban-kewajiban atau aturan-aturan yang harus dilaksanakan, yang semuanya itu berfungsi untuk mengikat dan mengutuhkan diri seseorang atau sekelompok orang dalam hubungannya dengan tuhan atau sesama manusia, serta alam sekitar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Keyakinan b. Praktik Agama c. Pengalaman d. Pengetahuan Agama e. Konsekuensi 	Skala Likert
4	Minat Menjadi Nasabah (Y)	<p>Minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> a. Dorongan dari dalam b. Motif sosial c. Emosional atau perasaan 	Skala Likert

3.5. Teknik Analisis Data

3.5.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah keadaan yang menggambarkan tingkat instrument yang bersangkutan mampu mengukur apa yang diukur. Untuk dapat mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen (kuesioner maupun tes) yang digunakan dalam pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor variable jawaban masing-masing variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis dan taraf signifikan 0,05 (5%) dan 0,01 (1%).

Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Tinggi rendahnya instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran data yang dimaksudkan.⁴

Rumus uji validitas

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{((n\sum X^2 - (\sum X)^2) (n\sum Y^2 - (\sum Y)^2))}}$$

⁴ Ricki Yuliardi dan Zuli Nuraeni, *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS.....*, hal.91

Keterangan :

r_{xy} : koefisien korelasi

n : banyaknya sampel

X : skor masing-masing item

Y : skor total variabel

Dari rumus diatas dapat dikatakan valid apabila nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, sebaliknya, apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka data tidak berkorelasi signifikan atau tidak valid.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas yaitu uji yang berkenaan dengan tingkat ketetapan atau konsistensi hasil pengukuran. Suatu instrument dikatakan memiliki tingkat reabilitas yang memadai, bila instrument tersebut digunakan untuk mengukur aspek yang diukur beberapa kali hasilnya sama atau relative sama. Untuk mengetahui instrumen tersebut reliabel atau tidaknya dapat dilihat jika kurang dari 0,6 adalah kurang baik. Sedangkan 0,7 dapat diterima dan lebih dari 0,8 adalah baik.⁵ Jadi pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan karena keterandalan instrumen berkaitan dengan taraf kepercayaan terhadap instrumen penelitian tersebut.

⁵ Ricki Yulardi dan Zuli Nuraeni, *Statistika Penelitian Plus TutorialSPSS.....*, hal.104

Rumus Uji Reliabilitas :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

- r_{11} : reliabilitas yang dicari
 n : jumlah item pertanyaan yang diuji
 $\sum \sigma_t^2$: jumlah varian skor setiap item
 σ_t^2 : varian total

3.6. Uji Asumsi Klasik

3.6.1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan teknik untuk mengetahui garis lurus atau apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Jika analisis menggunakan metode parametrik maka persyaratan normalitas harus terpenuhi. Jika data tidak berdistribusi normal atau jumlah sampel sedikit, dan jenis data nominal atau ordinal maka metode yang digunakan adalah statistik non parametrik.⁶ Uji normalitas dapat menggunakan uji Kolmogorof Smirnov. Kriteria pengambilan keputusan

⁶ Ricki Yuliardi dan Zuli Nuraeni, *Statistika Penelitian Plus TutorialSPSS.....*, hal.113

dengan pendekatan Kolmogorof Smirnov adalah sebagai berikut :

- a. Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas < 0,05 distribusi data adalah tidak normal.
- b. Nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas > 0,05 distribusi data adalah normal.

3.6.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan bentuk pengujian untuk asumsi dalam analisis regresi berganda, dilakukan untuk melihat apakah ada keterkaitan antara hubungan yang sempurna antara variabel independen. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model dalam menggunakan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dilakukan dengan menganalisis nilai Tolerance dan Variance Factor (VIF) dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika nilai VIF > 10 dan Tolerance < 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi terdapat masalah multikolinieritas.
- b. Jika nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas.

3.6.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk menguji heteroskedastisitas, dalam penelitian ini digunakan uji Glejser dengan meregresikan nilai absolute residual terhadap variabel independen. Jika signifikan hitung lebih besar dari $\alpha = 5\%$, maka tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Akan tetapi jika nilai signifikan kurang dari $\alpha = 5\%$ maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terjadi heteroskedastisitas. Adanya heteroskedastisitas dapat diketahui dengan cara melihat grafik plot antar prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residual (ZRESID).

3.7. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi adalah analisis untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan kata lain angka tersebut dapat mengukur seberapa dekatkah garis regresi yang diperkirakan dengan data sesungguhnya. Suatu persamaan regresi yang diperkirakan dengan data

sesungguhnya. Suatu persamaan regresi yang baik ditentukan oleh R^2 nya yang mempunyai nilai antara nol dan satu.

Rumus :

$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

R^2 : Koefisien Determinasi

r : Koefisien Korelasi

3.8. Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dimana variabel terikat dipengaruhi oleh tiga variabel bebas. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah positif atau negatif untuk memprediksi nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Berikut ini rumus regresi linear berganda :

$$Y = \alpha + b_1 \Sigma X_1 + b_2 \Sigma X_2 + b_3 \Sigma X_3 + e$$

Dimana :

Y = variabel dependen (minat pegawai)

X_1, X_2, X_3 = variabel independen (persepsi, perilaku dan religiusitas)

- a = konstanta (nilai Y apabila $X=0$)
b₁, b₂, b₃ = koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)
e = error

3.9. Uji Hipotesis

3.9.1. Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara Persepsi, (X1), Perilaku (X2), dan Religiusitas (X3) terhadap Minat Pegawai (Y). Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau taraf signifikan 5% ($\lambda = 0,05$) dengan kriteria sebagai berikut :

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan probabilitas (nilai signifikan) $<$ tingkat signifikansi 5% ($\lambda = 0,05$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak berarti ada variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan probabilitas (nilai signifikansi) $>$ tingkat signifikansi 5% ($\lambda = 0,05$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti ada variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.9.2. Uji T (pengujian secara Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui keterandalan serta kemaknaan dari nilai koefisien regresi, sehingga dapat diketahui apakah pengaruh variabel Persepsi (X1), Perilaku (X2) dan Religiusitas (X3) terhadap minat pegawai menjadi nasabah (Y), signifikan atau tidak.

Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau taraf signifikan 5% ($\lambda = 0,05$) dengan kriteria sebagai berikut :

- a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan probabilitas (nilai signifikan) $<$ tingkat signifikansi 5% ($\lambda = 0,05$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.
- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan probabilitas (nilai signifikan) $>$ tingkat signifikansi 5% ($\lambda = 0,05$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Kantor Kementerian Agama Kabupaten Demak

4.1.1. Visi Dan Misi

a. Visi Kementerian Agama Kabupaten Demak

“terwujudnya masyarakat demak yang taat beragama, rukun, cerdas dan sejahtera lahir batin dalam rangka mendukung terwujudnya indonesia yang berdaulat, mandiri dan berkepribadian berlandaskan gotong royong.”

b. Misi Kementerian Agama Kabupaten Demak

1. Meningkatkan pemahaman dan pengamalan ajaran agama.
2. Memantapkan kerukunan intra dan antar umat beragama.
3. Menyediakan pelayanan kehidupan beragama yang merata dan berkualitas.
4. Meningkatkan pemanfaatan dan kualitas pengelolaan potensi ekonomi keagamaan
5. Mewujudkan penyelenggaraan ibadah haji dan umrah yang berkualitas dan akuntabel
6. Meningkatkan akses dan kualitas pendidikan umum berciri agama, pendidikan agama pada satuan pendidikan umum dan pendidikan keagamaan.

7. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang bersih, akuntabel dan terpercaya.

4.2.1. Kedudukan

Pada pasal 6 kementerian agama kabupaten/kota sebagaimana dimaksud dalam pasal 1 ayat (2) berkedudukan di kabupaten/kota, berada di bawah dan bertanggung jawab kepada kepala kantor wilayah kementerian agama.

4.2.2. Tugas Dan Fungsi

- a. Tugas Kementerian Agama Kabupaten Demak

Sebagaimana dijelaskan dalam pasal 7, kantor kementerian agama kabupaten/kota mempunyai tugas melaksanakan tugas dan fungsi kementerian agama dalam wilayah kabupaten/kota berdasarkan kebijakan kepala kantor wilayah kementerian agama provinsi dan ketentuan peraturan perundang-undangan.

- b. Fungsi Kementerian Agama Kabupaten Demak

Dalam melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam pasal 7, kantor kementerian agama kabupaten/kota menyelenggarakan fungsi:

- a. Perumusan dan penetapan visi, misi dan kebijakan teknis di bidang pelayanan dan bimbingan kehidupan beragama kepada masyarakat di kabupaten/kota.

- b. Pelayanan, bimbingan dan pembinaan di bidang haji dan umrah.
- c. Pelayanan, bimbingan dan pembinaan di bidang pendidikan madrasah, pendidikan agama dan keagamaan.
- d. Pembinaan kerukunan umat beragama
- e. Pelaksanaan kebijakan teknis di bidang pengelolaan administrasi dan informasi.
- f. Pengkoordinasian perencanaan, pengendalian, pengawasan dan evaluasi program.
- g. Pelaksanaan hubungan dengan pemerintah daerah, instansi terkait dan lembaga masyarakat dalam rangka pelaksanaan tugas kementerian di kabupaten/kota.

4.2.3. Tata Nilai Kementerian Agama Kabupaten Demak

- a. Tata nilai kementerian agama
- b. Ikhlas beramal
- c. Amanah
- d. Profesional
- e. Kebersamaan
- f. Keteladanan
- g. Taat azas

4.2.4. Lima Nilai Budaya Kerja Kementerian Agama

- a. Integritas
- b. Profesionalitas

- c. Inovasi
- d. Tanggung jawab
- e. Keteladanan

4.2.5. Struktur Organisasi

Sebagaimana peraturan menteri agama Republik Indonesia nomor 13 tahun 2012 tentang organisasi dan tata kerja instansi vertikal kementerian agama provinsi jawa tengah yang telah ditetapkan pada tanggal 16 agustus 2012 dan diundangkan di jakarta pada tanggal 24 agustus 2012, susunan organisasi kantor kementerian agama kabupaten demak terdiri atas:

- 1) Sub bagian tata usaha : sebagaimana dimaksud dalam pasal 430 mempunyai tugas melakukan koordinasi perumusan kebijakan teknis dan perencanaan, pelaksanaan pelayanan dan pembinaan administrasi keuangan dan barang milik negara di lingkungan kementerian agama.
- 2) Seksi bimbingan masyarakat islam : sebagaimana dimaksud dalam pasal 430 mempunyai tugas melakukan pelayanan, bimbingan teknis, pembinaan serta pengelolaan data dan informasi pada masyarakat islam.
- 3) Seksi penyelenggaraan haji dan umroh : sebagaimana dimaksud dalam pasal 430 mempunyai tugas melakukan pelayanan, bimbingan teknis, pembinaan serta

pengelolaan data dan informasi dibidang penyelenggara haji dan umrah.

- 4) Seksi pendidikan madrasah : sebagaimana dimaksud dalam pasal 430 mempunyai tugas melakukan pelayanan, bimbingan teknis, pembinaan serta pengelolaan data dan informasi dibidang pendidikan madrasah.
- 5) Seksi pendidikan agama islam : sebagaimana dimaksud dalam pasal 430 mempunyai tugas melakukan pelayanan, bimbingan teknis, pembinaan serta pengelolaan data dan informasi dibidang pendidikan agama islam.
- 6) Seksi pendidikan diniyyah dan pondok pesantren :sebagaimana dimaksud dalam pasal 430 mempunyai tugas melakukan pelayanan, bimbingan teknis, pembinaan serta pengelolaan data dan informasi dibidang pendidikan diniyyah dan pondok pesantren.
- 7) Penyelenggara syariah :sebagaimana dimaksud dalam pasal 430 mempunyai tugas melakukan pelayanan, bimbingan teknis, pembinaan serta pengelolaan data dan informasi dibidang pembinaan syariah.

4.2.6. Ruang Lingkup Kementerian Agama Kabupaten Demak

- A. Ruang Lingkup Layanan Sub Bagian Tata Usaha (Sub Bag TU), meliputi:

- 1) Layanan perencanaan
Layanan di bidang perencanaan, penganggaran, pemantauan dan evaluasi, serta pelaporan.
- 2) Layanan umum dan kehumasan
Layanan di bidang ketata usahaan, pengelolaan persuratan dan kearsipan, keprotokolan, perlengkapan, dan kerumahtanggaan, pengelolaan dan penyelenggaraan serta evaluasi di bidang hubungan masyarakat, data dan informasi.
- 3) Layanan keuangan
Layanan perbendaharaan dan pelaksanaan anggaran, PNBPN, pemeliharaan barang milik negara, akuntansi dan pelaporan keuangan.
- 4) Layanan kepegawaian
Layanan pengelolaan data kepegawaian, sistem dan layanan informasi kepegawaian promosi dan mutasi pegawai, pembinaan dan pengembangan pegawai, pengelolaan administrasi penilaian kinerja dan disiplin pegawai, fasilitas PAK jabatan fungsional, tata laksana dan evaluasi kinerja organisasi.

B. Ruang Lingkup Layanan Seksi Bimas Islam, meliputi :

- 1) Layanan urusan agama islam dan pembinaan syariah
Layanan dibidang hisab, rukyat, dan pembinaan syariah, kemasjidan, pembinaan paham keagamaan dan penanganan konflik, serta kepustakaan islam.
- 2) Layanan urusan agama dan keluarga sakinah
Layanan dibidang kepenghuluan, urusan agama, dan keluarga sakinah.
- 3) Layanan penerangan agama islam
Layanan di bidang penyuluhan agama, dakwah dan HBI, MTQ, kemitraan umat islam, serta seni, budaya dan siaran keagamaan.
- 4) Layanan pemberdayaan zakat dan wakaf
Layanan di bidang bimbingan dan pembinaan zakat dan wakaf.

C. Seksi Pendidikan Madrasah (Penma)

Tugas pokok seksi pendidikan madrasah yaitu :

- a. Pengembang potensi siswa pada seksi pendidikan madrasah
- b. Jabatan fungsional pranata komputer
- c. Pengembang kurikulum pada seksi pendidikan madrasah
- d. Pengembang kelembagaan pada seksi pendidikan madrasah

- e. Analisis sarana dan prasarana pendidikan pada seksi pendidikan madrasah
- f. Pengevaluasi ketenagaan pada seksi pendidikan madrasah
- g. Pengadministrasi pada seksi pendidikan madrasah
- h. Pengelola administrasi dan dokumentasi seksi pendidikan madrasah.

Sedangkan ruang lingkup layanan seksi pendidikan madrasah (PenMa) yaitu :

- 1) Layanan kurikulum dan evaluasi
Layanan dalam bidang bimbingan teknis, pembinaan dan pelaksanaan kurikulum dan evaluasi pada RA, MI, MTS, dan MA.
- 2) Layanan pendidikan dan tenaga kependidikan
Layanan dalam bidang bimbingan teknis dan pembinaan pendidik dan tenaga kependidikan RA, MI, MTS, dan MA.
- 3) Sarana dan prasarana
Layanan dalam bidang pengembangan sarana dan prasarana pada RA, MI, MTS dan MA.

4) Kesiswaan

Layanan dalam bidang pembinaan dan pengembangan potensi siswa pada RA, MI, MTS dan MA.

5) Kelembagaan dan sistem informasi madrasah

Layanan dalam bidang pengembangan kelembagaan, kerjasama serta pengelolaan sistem informal pendidikan RA, MI, MTS dan MA.

D. Seksi Pendidikan Diniyah dan Pondok Pesantren

Tugas pokok seksi pendidikan diniyah dan pondok pesantren yaitu :

- a. Pengembang potensi santri
- b. Pengembang kelembagaan
- c. Pengelola bantuan operasional
- d. Pengadministrasi

Sedangkan ruang lingkup layanan seksi pendidikan diniyah dan pondok pesantren yaitu :

- 1) Layanan pendidikan diniyah takmiliyah
Layanan di bidang bimbingan dan pembinaan pendidikan diniyah takmiliyah
- 2) Layanan pendidikan diniyah formal dan kesetaraan

Layanan di bidang bimbingan dan pembinaan pendidikan diniyah formal dan kesetaraan

3) Layanan pondok pesantren

Layanan di bidang bimbingan dan pembinaan pondok pesantren

4) Layanan pendidikan al-qur'an

Layanan di bidang bimbingan dan pembinaan pendidikan al-qur'an

5) Layanan informasi pendidikan diniyah dan pondok pesantren Layanan di bidang informasi pendidikan diniyah dan pondok pesantren.

E. Seksi Pendidikan Agama Islam

Tugas pokok seksi pendidikan agama islam yaitu :

- a. Penyusun bahan pembinaan pada seksi pendidikan agama islam
- b. Pengolah data pada seksi pendidikan agama islam
- c. Pengelola administrasi dan dokumentasi pada seksi pendidikan agama islam
- d. Pengadministrasi pada seksi pendidikan agama islam.

Sedangkan ruang lingkup layanan seksi pendidikan agama islam, yaitu:

- 1) Layanan pendidikan agama islam pada PAUD dan TK
Pelayanan dalam bidang bimbingan dan pembinaan pendidikan agama islam pada PAUD dan TK.
- 2) Layanan pendidikan agama islam pada SD atau SDLB
Pelayanan dalam bidang bimbingan dan pembinaan pendidikan agama islam pada SD atau SDLB.
- 3) Layanan pendidikan agama islam pada smp atau smplb
Pelayanan dalam bidang bimbingan dan pembinaan pendidikan agama islam pada smp atau smplb.
- 4) Layanan pendidikan agama islam pada sma atau smalb atau smk
Pelayanan dalam bidang bimbingan dan pembinaan pendidikan agama islam pada sma atau smalb atau smk.
- 5) Layanan sistem informasi pendidikan agama islam
Pelayanan dalam bidang bimbingan dan pembinaan sistem informasi pendidikan agama islam.

F. Seksi Penyelenggara Haji Dan Umroh

Tugas pokok seksi penyelenggara haji dan umroh yaitu :

- a. Penyusun laporan pengendalian BPS BPIH
- b. Penyusun bahan pendaftaran atau pembatalan haji

- c. Penyusun dokumen haji
- d. Pengelola administrasi dan dokumentasi
- e. Pengelola penyelenggaraan haji dan umroh

Sedangkan ruang lingkup layanan seksi penyelenggara haji dan umroh yaitu :

- 1) Layanan pendaftaran
Layanan dalam bidang pendaftaran haji dengan sistem pendaftaran satu atap.
- 2) Layanan dokumen
Layanan dalam bidang pelayanan dokumen haji bagi calon jamaah haji.
- 3) Layanan pembinaan haji dan umroh
Layanan dalam bidang bimbingan dan pembinaan ibadah haji dan umroh bagi calon jamaah.
- 4) Layanan akomodasi, transportasi dan perlengkapan haji
Layanan dalam bidang akomodasi, transportasi dan perlengkapan haji bagi jamaah calon haji.
- 5) Layanan sistem informasi haji
Layanan dalam hal informasi haji bagi jamaah calon haji.
- 6) Layanan rekomendasi paspor jamaah umroh

Layanan permohonan rekomendasi paspor bagi jamaah umroh.

7) Layanan izin operasional KBIH

Layanan permohonan izin operasional bagi KBIH.

8) Layanan pembatalan jamaah haji

Layanan permohonan pembatalan jamaah haji bagi jamaah yang mengundurkan diri.

G. Penyelenggara Syariah

Tugas pokok penyelenggara syariah meliputi :

- a. Pengolah bahan registrasi dan sertifikasi
- b. Pengadministrasi

Sedangkan ruang lingkup layanan penyelenggara syariah yaitu :

1) Layanan hisab ru'yat dan pembinaan faham keagamaan

Layanan dalam bidang bimbingan dan pembinaan hisab ru'yat dan faham keagamaan.

2) Layanan sistem informasi penyelenggara syariah

Layanan dalam bidang pengelolaan data dan informasi penyelenggara syariah.

3) Layanan pengembangan syariah

Layanan dalam bidang bimbingan dan pembinaan pengembangan syariah.

4.3. Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, populasi yang diambil adalah pegawai Kementerian Agama Kabupaten Demak. Setiap responden mempunyai karakteristik yang berbeda. Oleh karena itu, perlu dilakukannya pengelompokan pada setiap karakteristik tertentu. Adapun karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir. Berikut pengelompokan responden berdasarkan kuisisioner yang telah disebar:

4.3.1. Jenis Kelamin Responden

Responden dalam penelitian ini di kelompokkan berdasarkan laki-laki dan perempuan. Untuk mengetahui proporsi dengan lebih jelas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Perempuan	10	18,9%
Laki-Laki	43	81,1%
Total	53	100%

Sumber: Data Primer Diolah

Pada tabel 4.1 dapat diketahui tentang jenis kelamin pegawai kementerian agama kabupaten demak yang diambil sebagai responden, yaitu sebanyak 10 responden perempuan atau 18,9% dan 43 responden laki-laki atau 81,1%. Hal ini menunjukkan bahwa pegawai Kementerian Agama Kabupaten Demak di dominasi oleh laki-laki.

4.3.2. Usia Responden

Usia dalam keterkaitannya dengan perilaku individu di lokasi kerja biasanya adalah sebagai gambaran akan pengalaman dan tanggung jawab individu. Tabulasi umur responden dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.2
Distribusi Usia Responden

Usia	Jumlah Responden	Persentase
20-30	5	9,5%
30-40	35	66,0%
>40	13	24,5%
Total	53	100%

Sumber: Data primer diolah

Pada tabel 4.2 diatas, menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah pegawai Kementerian Agama Kabupaten Demak yang berusia 20-30 tahun dengan presentase 9,5%. Usia 30-40 tahun

dengan presentase 66,0%. Dan usia lebih dari 40 tahun dengan presentase 24,5%. Hal ini menunjukkan bahwa pegawai Kementrian Agama Kabupaten Demak dengan kisaran usia tahun merupakan responden dengan presentase terbesar.

4.3.3. Pendidikan Terakhir Responden

Adapun data mengenai pendidikan terakhir pegawai Kementrian Agama Kabupaten Demak adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase
SMA/SLTA	8	15,0%
Diploma/D3	2	3,8%
S1	41	77,4%
S2/S3	2	3,8%
Total	53	100%

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan data bahwa tingkat pendidikan responden pegawai kementrian agama kabupaten demak di dominasi oleh lulusan strata satu/S1 yaitu sebanyak 41 responden atau 77,4%, lulusan SMA/SLTA sebanyak 8 responden atau 15,0%,

diploma/D3 sebanyak 2 responden atau 3,8%, dan sisanya adalah lulusan S2/S3 sebanyak 2 responden atau 3,8%.

4.3.4. Analisis Deskriptive

Tabel 4.4
Analisis Deskriptive

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PERSEPSI	53	15	25	19.47	2.860
PERILAKU	53	14	25	19.06	3.066
RELIGIUSITAS	53	12	25	20.02	2.770
MINAT MENJADI NASABAH	53	8	15	11.25	1.807
Valid N (listwise)	53				

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan tabel diatas, menjelaskan bahwa pada variabel persepsi jawaban minimum responden 15 dan maksimum sebesar 25, dengan rata-rata total jawaban minimum 19.47 dan standar deviasi sebesar 2.860. Variabel perilaku jawaban minimum responden 14 dan maksimum sebesar 25, dengan rata-rata total jawaban minimum 19.06 dan standar deviasi sebesar 3.066. Variabel religiusitas jawaban minimum responden 12 dan maksimum sebesar 25, dengan rata-rata total jawaban minimum 20.02 dan standar deviasi sebesar 2.770. Variabel minat menjadi nasabah jawaban minimum responden 8 dan maksimum sebesar 15, dengan rata-rata total jawaban minimum 11.25 dan standar deviasi sebesar 1.087.

Jadi dapat di katakan bahwa variabel minat menjadi nasabah yang mempunyai nilai terendah diantara variabel lainnya.

4.4. Hasil Penelitian

4.4.1. Uji validitas

Uji validitas adalah keadaan yang menggambarkan tingkat instrument yang bersangkutan mampu mengukur apa yang di ukur. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan antara r-hitung dengan r-tabel. Suatu instrument penelitian dapat dikatakan valid, jika:

- a. Apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ (pada taraf $\alpha = 10\%$), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
- b. Apabila $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$ (pada taraf $\alpha = 10\%$), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi

Item Soal	r-hitung	Tingkat Signifikan	Keterangan
X1.1	$0,697 > 0,225$	0,1	Valid
X1.2	$0,603 > 0,225$	0,1	Valid
X1.3	$0,684 > 0,225$	0,1	Valid
X1.4	$0,658 > 0,225$	0,1	Valid
X1.5	$0,550 > 0,225$	0,1	Valid

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji validitas variabel persepsi (X1) dapat diketahui bahwa r-tabel dengan df (Alpha, n-2) atau (53-2) = 51 dengan tingkat signifikansi 0,1 dengan uji 2 arah adalah 0,225. maka masing-masing item soal dapat dinyatakan valid karena nilai r-hitung > r-tabel.

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku

Item Soal	r-hitung	Tingkat Signifikan	Keterangan
X2.1	0,822 > 0,225	0,1	Valid
X2.2	0,603 > 0,225	0,1	Valid
X2.3	0,697 > 0,225	0,1	Valid
X2.4	0,563 > 0,225	0,1	Valid
X3.5	0,585 > 0,225	0,1	Valid

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji validitas variabel perilaku (X2) dapat diketahui bahwa r-tabel dengan df (Alpha, n-2) atau (53-2) = 51 dan tingkat signifikansi 0,1 dengan uji 2 arah adalah 0,225. maka masing-masing item soal dapat dinyatakan valid karena r-hitung > r-tabel.

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas

Item Soal	r-hitung	Tingkat Signifikan	Keterangan
X3.1	0,772 > 0,225	0,1	Valid
X3.2	0,684 > 0,225	0,1	Valid
X3.3	0,747 > 0,225	0,1	Valid
X3.4	0,575 > 0,225	0,1	Valid
X3.5	0,509 > 0,225	0,1	Valid

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji validitas variabel religiusitas (X3) dapat diketahui bahwa r-tabel dengan df (Alpha, n-2) atau (53-2) = 51 dan tingkat signifikansi 0,1 dengan uji 2 arah adalah 0,225. Maka masing-masing item soal dapat dinyatakan valid karena nilai r-hitung > r-tabel.

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menjadi Nasabah

Item Soal	r-tabel	Tingkat Religiusitas	Keterangan
Y1	0,820 > 0,225	0,1	Valid
Y2	0,592 > 0,225	0,1	Valid
Y3	0,840 > 0,225	0,1	Valid

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji validitas variabel minat menjadi nasabah (Y) dapat diketahui bahwa r-tabel dengan df (Alpha, n-2) atau $(53-2) = 51$ dengan tingkat signifikansi 0,1 dengan uji 2 arah adalah 0,225. Maka masing-masing item soal dapat dinyatakan valid karena nilai r-hitung > r-tabel.

4.4.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu uji yang berkenaan dengan tingkat ketetapan atau konsistensi hasil pengukuran. Suatu instrument dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang memadai, bila instrument tersebut digunakan untuk mengukur aspek yang diukur beberapa kali hasilnya sama atau relative sama.

Kriteria suatu instrumen dapat dikatakan reliabel atau tidaknya dapat dilihat dari cronbach alpha. Jika nilai cronbach alpha

kurang dari 0,6 adalah kurang baik (tidak reliabel), sedangkan jika 0,7 dapat diterima (reliabel) dan lebih dari 0,8 adalah baik (reliabel). Uji reabilitas dari instrumen penelitian dengan tingkat signifikan (α) = 5%.

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, X3 dan Y

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Persepsi (X1)	0,632	Reliabel
Perilaku (X2)	0,664	Reliabel
Religiusitas (X3)	0,669	Reliabel
Minat Menjadi Nasabah (Y)	0,617	Reliabel

Sumber : data primer diolah

Dari tabel 4.9 hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa setiap variabel dapat dikatakan reliabel karena nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6.

4.4.3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel terkait, variabel bebas atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat

menggunakan uji kolmogrof smirnov. Kriteria pengambilan keputusan dengan pendekatan Kolmogrov Smirnov adalah sebagai berikut :

- a. Nilai Sig. atau signifikasi atau nilai probabilitas < 0,05 distribusi data adalah tidak normal.
- b. Nilai Sig. atau signifikasi atau nilai probabilitas > 0,05 distribusi data adalah normal.

Tabel 4.10

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		53
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.25244402
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.067
Kolmogorov-Smirnov Z		.494
Asymp. Sig. (2-tailed)		.968
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : data primer diolah

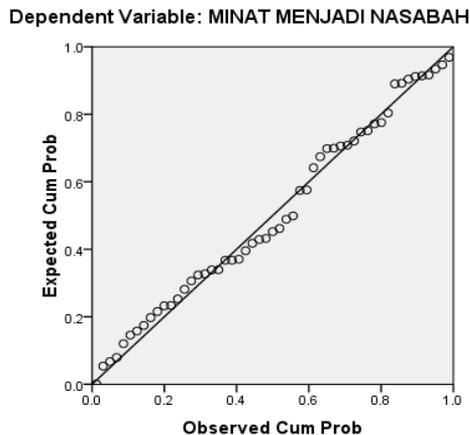
Dari tabel 4.10 hasil uji normalitas kolmogorov-smirnov dapat diketahui berdistribusi normal. Hal ini dibuktikan dengan nilai (Asymp. Sig. 2-tailed) pada variabel persepsi, perilaku, religiusitas dan minat menjadi nasabah lebih besar dari 0,05 yaitu 0,968 > 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Uji normalitas yang kedua menggunakan uji grafik P-Plot untuk mengetahui apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak. Data dapat dikatakan normal jika data atau titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Gambar 4.1

Grafik P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : data primer di olah

Berdasarkan gambar 4.1 grafik P-Plot diatas dapat diketahui bahwa titik-titik tersebut menyebar disekitar atau mengikuti arah garis diagonal yang menunjukkan pada distribusi normal.

4.4.4. Uji Multikolinieritas

Dalam uji multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Gejala multikolinieritas adalah gejala korelasi antar variabel dependen. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model dalam menggunakan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dasar pengambilan keputusan adalah :

- a. Jika nilai VIF > 10 dan Tolerance < 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi terdapat masalah multikolinieritas.
- b. Jika nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas.

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.772	1.475		1.201	.235		
	PERSEPSI	.220	.096	.349	2.307	.025	.429	2.331
	PERILAKU	.227	.088	.386	2.579	.013	.438	2.283
	RELIGIUSITAS	.042	.076	.065	.561	.577	.728	1.374

a. Dependent Variable: MINAT MENJADI NASABAH

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa variabel X1 (Persepsi) memperoleh nilai VIF 2.331, variabel X2 (Perilaku) memperoleh nilai VIF 2.283 dan variabel X3 (Religiusitas) memperoleh nilai VIF 1.374. hasil nilai VIF ketiga variabel tersebut lebih kecil dari 10. Sehingga dapat dikatakan bahwa penelitian ini terbebas dari adanya multikolinieritas.

4.4.5. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heterokedastisitas.

Untuk menguji heterokedastisitas, dalam penelitian ini digunakan uji Glejser dengan meregresikan nilai absolute residual terhadap variabel independen. Jika signifikan hitung lebih besar dari $\text{Alpha} = 5\%$, maka tidak terdapat masalah heterokedastisitas. Akan tetapi jika nilai signifikan kurang dari $\text{alpha} = 5\%$ maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terjadi heterokedastisitas. Adanya heterokedastisitas dapat diketahui dengan cara melihat grafik plot antar prediksi variabel dependen (ZPRED dengan residualnya (ZRESID)).

Tabel 4.12

Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.519	.876		.593	.556
PERSEPSI	.000	.057	.001	.004	.997
PERILAKU	.016	.052	.065	.300	.765
RELIGIUSITAS	.009	.045	.032	.192	.848

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji heterokedastisitas tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel X1 (Persepsi) sebesar 0,997, variabel X2 (Perilaku) sebesar 0,765, dan variabel X3 (Religiusitas) sebesar 0,848. dari masing-masing variabel mempunyai nilai signifikan lebih dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa penelitian ini tidak terdapat heterokedastisitas.

4.4.6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi adalah analisis untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen dengan kata lain angka tersebut dapat mengukur seberapa dekatkah garis regresi yang diperkirakan dengan data sesungguhnya. Suatu persamaan regresi

yang baik ditentukan oleh R^2 nya yang mempunyai nilai antara nol dan satu.

Tabel 4.13

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721 ^a	.520	.490	1.290

a. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, PERILAKU, PERSEPSI

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji koefisien determinasi tersebut dapat diketahui bahwa R Squer (R^2) sebesar 0,520 atau 520% yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh variabel persepsi, perilaku dan religiusitas. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

4.4.7. Uji Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah positif atau negatif untuk memprediksi nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel 4.14

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.772	1.475		1.201	.235
PERSEPSI	.220	.096	.349	2.307	.025
PERILAKU	.227	.088	.386	2.579	.003
RELIGIUSITAS	.042	.076	.065	.561	.577

a. Dependent Variable: MINAT MENJADI NASABAH

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = 1.772 + 0,220X_1 + 0,227X_2 + 0,042X_3 + e$$

Dari persamaan regresi diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Konstanta sebesar 1.772 menunjukkan nilai minat menjadi nasabah sebelum dipengaruhi oleh variabel persepsi, perilaku, dan religiusitas adalah positif.
- b. Nilai koefisien regresi variabel persepsi sebesar 0,220 yang berarti apabila persepsi mengalami peningkatan 1% maka

minat menjadi nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,220 dengan asumsi variabel-variabel lainnya konstan. Koefisien bernilai positif, artinya terjadi pengaruh positif antara persepsi dengan minat menjadi nasabah.

- c. Nilai koefisien regresi variabel perilaku sebesar 0,227 yang berarti apabila perilaku mengalami peningkatan 1% maka minat menjadi nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,227 dengan asumsi variabel-variabel lainnya konstan. Koefisien bernilai positif, artinya terjadi pengaruh positif antara perilaku dengan minat menjadi nasabah.
- d. Nilai koefisien regresi variabel religiusitas sebesar 0,042 yang berarti apabila religiusitas mengalami peningkatan 1% maka minat menjadi nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,042 dengan asumsi variabel-variabel lainnya konstan. Koefisien bernilai positif, artinya terjadi pengaruh positif antara religiusitas dengan minat menjadi nasabah.

4.4.8. Uji Hipotesis

4.4.8.1. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau taraf signifikan 5% ($\lambda = 0,05$) dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan probabilitas (nilai signifikan) $<$ tingkat signifikansi 5% ($\lambda = 0,05$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dan probabilitas (nilai signifikan) $>$ tingkat signifikansi 5% ($\lambda = 0,05$) maka H_a ditolak dan H_0 diterima berarti ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.15

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.772	1.475		1.201	.235
PERSEPSI	.220	.096	.349	2.307	.025
PERILAKU	.227	.088	.386	2.579	.003
RELIGIUSITAS	.042	.076	.065	.561	.577

a. Dependent Variable: MINAT MENJADI NASABAH

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.15 hasil Uji t menunjukkan bahwa :

- 1) Nilai t-hitung sebesar 2.307 sedangkan t-tabel 1,675, maka dapat disimpulkan bahwa $t\text{-hitung } 2.307 > 1,675$ dan nilai signifikan variabel persepsi (X1) adalah 025, dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa persepsi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah.
- 2) Nilai t-hitung sebesar 2.579 sedangkan t-tabel 1,675, maka dapat disimpulkan bahwa $t\text{-hitung } 2.579 > 1,675$ dan nilai signifikan variabel perilaku (X2) adalah 003, dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa persepsi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah.
- 3) Nilai t-hitung sebesar 561 sedangkan t-tabel 1,675, maka dapat disimpulkan bahwa $t\text{-hitung } 561 < 1,675$ dan nilai signifikan variabel religiusitas (X3) adalah 577, dimana nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa persepsi secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menjadi nasabah.

4.4.8.2. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara persepsi (X1), perilaku (X2), dan religiusitas (X3) terhadap minat menjadi nasabah (Y). Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 95% atau taraf signifikan 5% ($\lambda = 0,05$) dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika F-hitung > F-tabel dan probabilitas (nilai signifikan) < tingkat signifikansi 5% ($\lambda = 0,05$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak berarti ada variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika F-hitung < F-tabel dan probabilitas (nilai signifikan) > tingkat signifikansi 5% ($\lambda = 0,05$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak berarti ada variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.16
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88.243	3	29.414	17.670	.000 ^a
	Residual	81.568	49	1.665		
	Total	169.811	52			

a. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, PERILAKU, PERSEPSI

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88.243	3	29.414	17.670	.000 ^a
	Residual	81.568	49	1.665		
	Total	169.811	52			

b. Dependent Variable: MINAT MENJADI NASABAH

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 4.16 hasil uji F diatas, didapat nilai F-hitung sebesar 17.670 dengan nilai probabilitas atau taraf signifikan 0,000. Karena probabilitas lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi minat menjadi nasabah atau dapat dikatakan bahwa persepsi, perilaku dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah.

4.5. Pembahasan Hasil Analisis Data

4.5.1. Pengaruh Persepsi terhadap Minat Menjadi Nasabah

Berdasarkan olahan statistik pada uji regresi linier berganda dapat diketahui nilai uji statistik t dengan nilai t-hitung sebesar 2.307 sedangkan t-tabel 1,675, dapat disimpulkan bahwa t-hitung $2.307 > 1,675$ dan nilai signifikannya adalah 0.25, dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dapat dikatakan bahwa hubungan persepsi dengan minat menjadi nasabah mempunyai arah positif dan signifikan. Dengan dilakukan pengujian tersebut maka hipotesis H_0 diterima dan H_a diterima.

Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Eros Khaitun Oktavianto dan Wilfridus, B. Elu (2018), yang menunjukkan bahwa persepsi produk, harga, dan promosi Bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih nasabah CMS Bank DKI. Artinya semakin tinggi persepsi tentang bank syariah maka akan meningkatkan kepercayaan dan keyakinan nasabah sehingga dapat mempengaruhi minat menggunakan jasa perbankan syariah. Sebaliknya, semakin kecil persepsi tentang bank syariah maka akan mengurangi kepercayaan nasabah sehingga keinginan menggunakan jasa perbankan syariah atau berinvestasi akan semakin kecil.

4.5.2. Pengaruh Perilaku terhadap Minat Menjadi Nasabah

Berdasarkan olahan statistik pada uji regresi linier berganda dapat diketahui nilai uji statistik t dengan nilai t-hitung sebesar 2.579 sedangkan t-tabel 1,675, dapat disimpulkan bahwa t-hitung 2.579 > 1,675 dan nilai signifikannya adalah 0,03, dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dapat dikatakan bahwa hubungan perilaku dengan minat menjadi nasabah mempunyai arah positif dan signifikan sehingga apabila setiap terjadi peningkatan perilaku akan meningkatkan minat menjadi nasabah. Oleh karena itu, hipotesis H_a diterima dan H_o diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ary Permatadeny Nevita dan Zainal Arifin (2015) yang menunjukkan bahwa perilaku berpengaruh positif dan signifikan

terhadap bank syariah. Artinya semakin baik perilaku seseorang maka semakin baik pula respon seseorang terhadap bank syariah.

4.5.3. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menjadi Nasabah

Berdasarkan olahan statistik pada uji regresi linier berganda dapat diketahui nilai uji statistik t dengan nilai t-hitung sebesar 561 sedangkan t-tabel 1,675, dapat disimpulkan bahwa $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ dan nilai signifikannya adalah 577, dimana nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dapat dikatakan bahwa hubungan religiusitas dengan minat menjadi nasabah tidak mempunyai arah positif dan tidak signifikan sehingga apabila setiap terjadi peningkatan religiusitas tidak akan meningkatkan minat menjadi nasabah. Oleh karena itu, hipotesis H_0 ditolak dan H_a ditolak.

Dari hasil penelitian ini menyatakan bahwa walaupun tingkat religiusitas pegawai tinggi belum tentu mempengaruhi minat pegawai menjadi nasabah bank syariah. Hal ini dikarenakan meskipun tingkat religiusitas pegawai tinggi namun pengetahuan seluk beluk perbankan syariah baik dari segi definisi, produk dan jasa, dan prinsip-prinsip bank syariah masih sangat rendah dikarenakan sosialisasi dan edukasi perbankan syariah untuk mengenalkan kepada masyarakat masih sangat minim.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Nasrullah (2015) yang menyatakan bahwa

religiusitas sebagai variabel moderating tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan konsumen. Artinya, masyarakat Indonesia cenderung konsumtif sehingga mereka lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan dan secara keagamaan belum menjadikan agama sebagai *way of life*. Dari hasil penelitian Bank Indonesia dan Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga (2003) menunjukkan kondisi yang menggambarkan masyarakat Jawa Timur yang sebagian besar mengaku memahami ajaran agama dan senantiasa mempraktikkannya dalam kehidupan sehari-hari. Namun, seperti halnya perkembangan bank syariah di Indonesia, perkembangan bank syariah di Jawa Timur masih sangat kecil jika dibandingkan dengan tingkat perkembangan perbankan konvensional.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti pada bab sebelumnya mengenai pengaruh persepsi, perilaku dan religiusitas terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pegawai menjadi nasabah bank syariah, artinya semakin tinggi persepsi tentang bank syariah maka akan meningkatkan kepercayaan dan keyakinan nasabah sehingga dapat mempengaruhi minat menggunakan jasa perbankan syariah. Sebaliknya, semakin kecil persepsi tentang bank syariah maka akan mengurangi kepercayaan nasabah sehingga keinginan menggunakan jasa perbankan syariah atau berinvestasi akan semakin kecil.
2. Perilaku mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pegawai menjadi nasabah bank syariah, artinya semakin baik perilaku seseorang maka akan semakin baik juga respon seseorang terhadap bank syariah.
3. Religiusitas tidak mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat pegawai menjadi nasabah bank

syariah, artinya semakin tinggi tingkat religiusitas pegawai maka akan semakin baik juga minat pegawai menjadi nasabah bank syariah.

5.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dikemukakan, maka untuk meningkatkan minat pegawai Kementrian Agama Kabupaten Demak, penulis memberikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat, yaitu :

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengungkap variabel-variabel lain yang mempengaruhi minat pegawai menjadi nasabah bank syariah. Karena ada banyak variabel-variabel yang mempengaruhi minat nasabah seperti
2. Dalam penyempurnaan terhadap indikator pernyataan dalam kuesioner dan disesuaikan dengan objek penelitian, sehingga dapat menggambarkan maksud dan tujuan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A Karim, *Bank Islam; Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017.
- Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah: Dari Teori Ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2001.
- Ancok, Djamaludin dan Suroso, Fuat Nasori, *Psikologi Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1994.
- Anoraga Pandji, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2004.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011.
- J. Setiadi Nugroho, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2003.
- Jalaluddin, *Psikologi Agama*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia*, Jakarta: Erlangga, 2002.
- Kanuk, Schiffman dan Leon G, *Consumen Behaviour*, Indonesia : PT Macanan Jaya Cermelang, 2008.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Muflih, Muhammad, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu ekonomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006.

- Mappiare Andi, *Psikologi Remaja*, Surabaya: Usaha Nasional, 1997.
- Olson dan Peter, *Perilaku Konsumen dan Marketing Strategy*, Jakarta: Salemba Empat, 2000
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2001.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.
- Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, Jakarta: Rineka Cipta, 1995.
- Sukanto, *Nafsiologi: Suatu pendekatan Alternatif Atas Psikologi*, Jakarta: Integrita Press, 1985.
- Sutanton, Herry dan Umam Khaerul, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pusaka Setia, 2003.
- Tim Pengembangan Perbankan Syariah Institut Bankir Indonesia, *Konsep, Produk Dan Implementasi Operasional Bank Syariah*, Jakarta: Djembatan, 2001.
- Yuliardi, Ricki dan Zuli Nuraeni, *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS*, Yogyakarta : Innosain, 2017.
- FerdianArio Sasongko, Skripsi: “*Analisa Pengaruh Motivasi Konsumen Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian PC Tabled Iped*”. (Semarang: Universitas Diponegoro, 2012)
- Zubadi Hamron, *Perilaku Nasabah Bank Syariah*, Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Magelang, 2011.

- Muntholip Abdul, “*Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam*”, Jurnal Kajian Keislaman Dan Pendidikan, Volume, 01 Nomer, 01, April 2012.
- Ahmad Isham Nadzir, Nawang Warsi Wulandari, “*Hubungan Religiusitas Dengan Penyesuaian Diri Siswa Pondok Pesantren*”, Jurnal Psikologi Tabularsa Volume 8, No. 2, Agustus 2013.
- Nurhayati & Fatmasaris Sukesti, “*Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Melalui Peningkatan Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Dengan variabel Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Bank Syariah di Kota Semarang)*”, *Economica* Volume VII/Edisi 2/Oktober 2016.
- Rouf Abdul. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Membayar Zakat Di Rumah Zakat Cabang Semarang*. Semarang: Fakultas Syari’ah IAIN Walisongo, 2011.
- Tim Pengembangan Perbankan Syariah Institut Bankir Indonesia, *Konsep, Produk Dan Implementasi Operasional Bank Syariah*, Jakarta: Djambatan, 2001.

KUESIONER PENELITIAN

Yang Terhormat

Bapak/Ibu/Saudara/i Pegawai Kementerian Agama Kabupaten Demak

Di Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kuesioner ini bertujuan untuk membantu pengumpulan data guna menyusun skripsi yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI, PERILAKU DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH PADA BANK SYARIAH (Studi Kasus Pada Pegawai Kementerian Agama Kabupaten Demak)”** sebagai salah satu syarat bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan studi program S1 Jurusan Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Untuk itu saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini. Atas perhatian dan bantuannya saya mengucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat Saya,
Peneliti

Lailatul Karimah
NIM: 1505036044

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki
 Perempuan
3. Usia : 20-30 tahun 30-40 tahun
 >40 tahun
4. Pendidikan : SMA Diploma/D3
 S1 S2/S3

II. PETUNJUK PENGISIN KUESIONER

1. Kuesioner ditujukan untuk seluruh pegawai Kementerian Agama Kabupaten Demak
2. Setiap pernyataan pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu/Sdr/Sdri. Berilah tanda centang (√) pada kolom yang tersedia.
3. Keterangan pilihan:
SS : Sangat Setuju
S : Setuju
N : Netral
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

➤ Variabel Persepsi (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		(Sangat Setuju)	(Setuju)	(Netral)	(Tidak Setuju)	(Sangat Tidak Setuju)
1	Saya menggunakan jasa perbankan syariah karena untuk konsumsi sendiri.					
2	Dengan menggunakan jasa perbankan syariah saya dapat merealisasikan salah satu syariat islam secara menyeluruh.					
3	Di bank syariah tidak ada potongan administrasi dan akan mendapatkan bagi hasil yang proporsional.					
4	Di bank syariah sistem bagi hasilnya sesuai dengan prinsip syariat islam di bandingkan dengan sistem bunga oleh bank konvensional.					
5	Saya menggunakan jasa perbankan syariah karena pimpinan saya juga menggunakannya.					

➤ Variabel Perilaku (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		(Sangat Setuju)	(Setuju)	(Netral)	(Tidak Setuju)	(Sangat Tidak Setuju)
1	Saya lebih memilih bank syariah karena pelayanannya sangat nyaman dibandingkan dengan bank konvensional.					
2	Saya selalu mencari tahu informasi mengenai bank syariah.					
3	Saya menggunakan bank syariah karena bebas dari riba.					
4	Saya sudah membuka rekening di bank syariah.					

5	Saya tidak akan menggunakan bank lain untuk jalur transaksi keuangan.					
---	---	--	--	--	--	--

➤ Variabel Religiusitas (X3)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		(Sangat Setuju)	(Setuju)	(Netral)	(Tidak Setuju)	(Sangat Tidak Setuju)
1	Saya yakin bahwa tiada Tuhan selain Allah.					
2	Saya rutin mengerjakan kewajiban sholat 5 waktu.					
3	Saya yakin Allah akan mengabulkan doa hambanya yang beriman kepadanya.					
4	Saya rutin					

	membaca kitab suci Al-Qur'an.					
5	Saya suka membantu orang yang butuh bantuan.					

➤ Variabel Minat Menabung (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		(Sangat Setuju)	(Setuju)	(Netral)	(Tidak Setuju)	(Sangat Tidak Setuju)
1	Saya menabung di bank syariah karena keinginan diri sendiri.					
2	Saya menggunakan jasa perbankan syariah karena rekomendasi dari teman, keluarga dan tempat					

	bekerja.					
3	Saya menabung di bank syariah karena ingin mendapatkan keselamatan dunia dan akhirat.					

***“Terima kasih atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i
Untuk pengisian Kuesioner ini”***

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

➤ Persepsi

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL_X1
X1.1 Pearson Correlation	1	.423**	.322*	.407**	.114	.697**
Sig. (2-tailed)		.002	.019	.002	.415	.000
N	53	53	53	53	53	53
X1.2 Pearson Correlation	.423**	1	.164	.280*	.183	.603**
Sig. (2-tailed)	.002		.241	.042	.189	.000
N	53	53	53	53	53	53
X1.3 Pearson Correlation	.322*	.164	1	.219	.377**	.684**
Sig. (2-tailed)	.019	.241		.115	.005	.000
N	53	53	53	53	53	53
X1.4 Pearson Correlation	.407**	.280*	.219	1	.127	.658**
Sig. (2-tailed)	.002	.042	.115		.364	.000
N	53	53	53	53	53	53
X1.5 Pearson Correlation	.114	.183	.377**	.127	1	.550**
Sig. (2-tailed)	.415	.189	.005	.364		.000
N	53	53	53	53	53	53
TOTAL_X1 Pearson Correlation	.697**	.603**	.684**	.658**	.550**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	53	53	53	53	53	53

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

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

➤ Perilaku

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL_X2
X2.1 Pearson Correlation	1	.261	.620**	.435**	.372**	.822**
Sig. (2-tailed)		.059	.000	.001	.006	.000
N	53	53	53	53	53	53
X2.2 Pearson Correlation	.261	1	.182	.139	.264	.603**
Sig. (2-tailed)	.059		.191	.322	.056	.000
N	53	53	53	53	53	53
X2.3 Pearson Correlation	.620**	.182	1	.219	.309*	.697**
Sig. (2-tailed)	.000	.191		.115	.024	.000
N	53	53	53	53	53	53
X2.4 Pearson Correlation	.435**	.139	.219	1	.069	.563**
Sig. (2-tailed)	.001	.322	.115		.624	.000
N	53	53	53	53	53	53
X2.5 Pearson Correlation	.372**	.264	.309*	.069	1	.585**
Sig. (2-tailed)	.006	.056	.024	.624		.000
N	53	53	53	53	53	53
TOTAL_X2 Pearson Correlation	.822**	.603**	.697**	.563**	.585**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	53	53	53	53	53	53

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

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

➤ Religiusitas

Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL_X3
X3.1 Pearson Correlation	1	.132	.241	-.060	-.021	.334*
Sig. (2-tailed)		.347	.082	.668	.880	.014
N	53	53	53	53	53	53
X3.2 Pearson Correlation	.132	1	.449**	.501**	.026	.673**
Sig. (2-tailed)	.347		.001	.000	.854	.000
N	53	53	53	53	53	53
X3.3 Pearson Correlation	.241	.449**	1	.389**	.209	.713**
Sig. (2-tailed)	.082	.001		.004	.133	.000
N	53	53	53	53	53	53
X3.4 Pearson Correlation	-.060	.501**	.389**	1	.410**	.770**
Sig. (2-tailed)	.668	.000	.004		.002	.000
N	53	53	53	53	53	53
X3.5 Pearson Correlation	-.021	.026	.209	.410**	1	.583**
Sig. (2-tailed)	.880	.854	.133	.002		.000
N	53	53	53	53	53	53
TOTAL_X3 Pearson Correlation	.334*	.673**	.713**	.770**	.583**	1
Sig. (2-tailed)	.014	.000	.000	.000	.000	
N	53	53	53	53	53	53

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

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

➤ Minat Menjadi Nasabah

		Correlations			
		Y.1	Y.2	Y.3	TOTAL_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.159	.682**	.820**
	Sig. (2-tailed)		.256	.000	.000
	N	53	53	53	53
Y.2	Pearson Correlation	.159	1	.196	.592**
	Sig. (2-tailed)	.256		.160	.000
	N	53	53	53	53
Y.3	Pearson Correlation	.682**	.196	1	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.160		.000
	N	53	53	53	53
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.820**	.592**	.840**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	53	53	53	53

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

Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas

➤ Persepsi (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.635	5

➤ Perilaku (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.664	5

➤ Religiusitas (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.603	5

➤ Minat Menjadi Nasabah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.617	3

Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas

➤ Kolmogorov Smirnov

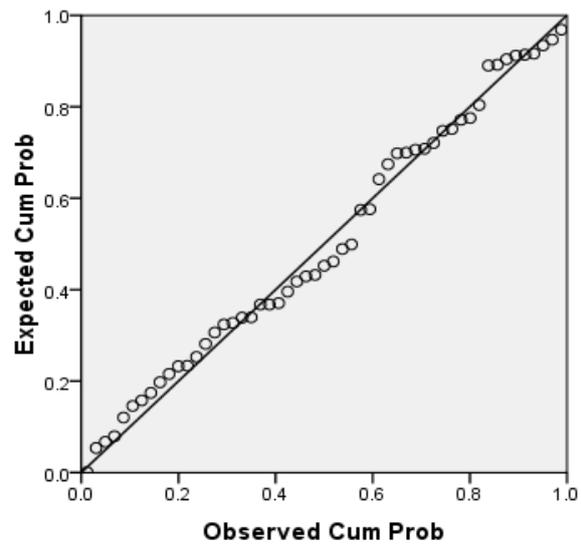
		Unstandardized Residual
N		53
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.25244402
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.067
Kolmogorov-Smirnov Z		.494
Asymp. Sig. (2-tailed)		.968

a. Test distribution is Normal.

➤ Grafik P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: MINAT MENJADI NASABAH



Lampiran 6 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.772	1.475		1.201	.235		
PERSEPSI	.220	.096	.349	2.307	.025	.429	2.331
PERILAKU	.227	.088	.386	2.579	.013	.438	2.283
RELIGIUSITAS	.042	.076	.065	.561	.577	.728	1.374

a. Dependent Variable: MINAT MENJADI NASABAH

Lampiran 7 Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Uji Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.519	.876		.593	.556
PERSEPSI	.000	.057	.001	.004	.997
PERILAKU	.016	.052	.065	.300	.765
RELIGIUSITAS	.009	.045	.032	.192	.848

a. Dependent Variable: RES2

Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721 ^a	.520	.490	1.290

a. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, PERILAKU, PERSEPSI

Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.772	1.475		1.201	.235
PERSEPSI	.220	.096	.349	2.307	.025
PERILAKU	.227	.088	.386	2.579	.003
RELIGIUSITAS	.042	.076	.065	.561	.577

a. Dependent Variable: MINAT MENJADI NASABAH

Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis

➤ Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.772	1.475		1.201	.235
PERSEPSI	.220	.096	.349	2.307	.025
PERILAKU	.227	.088	.386	2.579	.003
RELIGIUSITAS	.042	.076	.065	.561	.577

a. Dependent Variable: MINAT MENJADI NASABAH

➤ Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	88.243	3	29.414	17.670	.000 ^a
Residual	81.568	49	1.665		
Total	169.811	52			

a. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, PERILAKU, PERSEPSI

b. Dependent Variable: MINAT MENJADI NASABAH