

**Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan terhadap
Keputusan Masyarakat untuk Menabung di Bank Syariah di
Kecamatan Tambakromo Kabupaten Pati**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Strata S.1 Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Oleh:

RYANJI HARIMANSYAH

NIM: 1905036096

**PROGRAM S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGRI WALISONGO SEMARANG**

2023

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka (Kampus III) Ngaliyan Telp/Fas (024) 7601291, 72691. Semarang, Kode Pos 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Ryanji Harimansyah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN WALISONGO SEMARANG

Assalamu'alaikum Wr. Wbr.

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

Nama : Ryanji Harimansyah

Nim : 1905036096

Jurusan : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **Pengaruh Pengetahuan Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Islam terhadap Keputusan Masyarakat Untuk Menabung di Bank Syariah di Kecamatan Tambakromo Kabupaten Pati**

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

Semarang, 21 November 2023

Pembimbing I

Dr. A. Turmudi, SH, M. Ag.
NIP.196907082005011004

Pembimbing II

Nurudin, S.E., M.M.
NIP.199005232015031004

PENGESAHAN



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

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
website : febi.Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Naskah Skripsi dengan:

Judul : Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Masyarakat untuk Menabung di Bank Syariah di Kecamatan Tambakromo Kabupaten Pati
Penulis : Ryanji Harimansyah
NIM : 1905026096
Jurusan : S-1 Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang munaqasyah oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus pada tanggal 22 Desember 2023

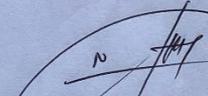
Dengan demikian dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (satu) Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam tahun akademik 2022/2023.

Semarang, 22 Desember 2023

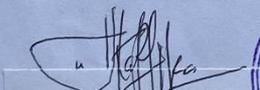
Ketua Sidang


Heny Yuningsri, S.E., M.Si
NIP. 198106092007102005

Sekretaris Sidang


Nurudin, S.E., M.M.
NIP. 199005232015031004

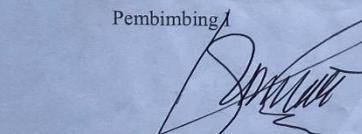
Penguji I


Kartika Marella Vanni, M.E.
NIP. 199304212019032028

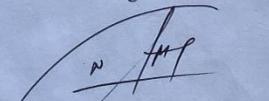
Penguji II


Rakhmat Dwi Pambudi, M.Si.
NIP. 198607312019031008

Pembimbing I


Dr. A. Turmudi, S.H., M.Ag.
NIP. 196907082005011004

Pembimbing II


Nurudin, S.E., M.M.
NIP. 199005232015031004

MOTO HIDUP

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membanjiri seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al Baqarah, 286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada TUHAN mulah engkau berharap”

(QS. Al-Insyirah, 6-8)

PERSEMBAHAN

Puja dan puji syukur peneliti panjatkan kepada kehadiran ALLAH SWT yang mana telah memberikan kemudahan, kelancaran, petunjuk dan bimbingannya terhadap peneliti, sebagaimana sekripsi ini dapat ditulis sebagaimana mestinya. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan kita, Nabi akhir zaman Nabi besar Muhammad SAW yang selalu kita nantikan syafaatnya di hari kiamat nanti.

Sekripsi ini peneliti haturkan, sembahkan kepada kedua orang tua tercinta, ibu, ibu, ibu (ibu Hariani) dengan doa-doa beliau yang mampu menggetarkan langit, tanpa doa doa beliau mungkin akan terasa begitu berat dalam langkah demi langkah dalam menyelesaikan sekripsi ini. Bapak (bapak Maji) tanpa tetesan keringat beliau, semangat dan motivasi peneliti belum tentu bisa menyelesaikan sekripsi dan sampai di titik ini.

Dosen pembimbing yang begitu baik, sabar, telaten dalam membimbing dan memberikan arahan kepada peneliti dan proses penulisan sekripsi ini. Selanjutnya kepada adik peneliti yang senantiasa mendoakan peneliti agar segera dapat menyelesaikan sekripsinya.

Terahir kepada diri peneliti sendiri yang berjuang tak kenal lelah, terus semangat dan berhasil melawan rasa malas untuk menyelesaikan penelitian ini. walaupun banyak drama dan banyak rasa malasnya namun dengan mengucap rasa syukur yang tidak pernah terhenti sekripsi ini dapat terselesaikan.

DEKLARASI

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, peneliti menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "*Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Islam terhadap Keputusan Masyarakat untuk Menabung di Bank Syariah di Kecamatan Tambakromo Kabupaten Pati*" adalah murni hasil pemikiran peneliti yang belum pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Skripsi ini juga tidak berisis pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan rujukan.

Semarang, 11 Desember 2023

Deklarasi



Ryanji Harimansyah

1905036096

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah hal yang pokok dalam penulisan sekripsi. Pada umumnya banyak istilah Arab, nama seseorang, nama lembaga dan judul buku yang nota benenya menggunakan tulisan arab namun di tulis dengan huruf latin. Guna menjamin konsisten, perlu diterapkan satu panduan transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

ء = ,,	ش = z	ق = q
ب = b	ض = s	ك = k
خ = t	غ = sy	ه = l
ز = ts	ص = sh	م̣ = m
ض = j	ض = dl	ن̣ = n
غ = h	ط = th	و̣ = w
خ = kh	ظ = zh	ه̣ = h
د = d	ع = _	ي̣ = y
ذ = dz	غ̣ = gh	
ز = r	ف = f	

ABSTRAK

Secara umum Bank Syariah dipahami sebagai lembaga keuangan yang bisnis utamanya adalah simpanan, pinjaman dan layanan pembiayaan lainnya, dengan segala kegiatannya berdasarkan dengan hukum syariah yang dilandaskan pada Al Qur' an dan Hadist. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui: 1) Apakah terdapat pengaruh pengetahuan masyarakat Kecamatan Tambakromo Kabupaten Pati terhadap keputusan dalam menabung di Bank Syatiah. 2) Apakah tedapat pengaruh religiusitas terhadap keputusan masyarakat Kecamatan Tambakromo Kabupaten Pati dalam menabung di Bank Syariah. 3) Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan islam terhadap keputusan masyarakat Kecamatan Tambakromo Kabupaten Pati dalam menabung di Bank Syariah.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Tambakromo Kabupaten Pati. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 masyarakat Kecamatan Tambakromo Kabupaten Pati, kemudian menggunakan metode perposif sampling (sampel pilihan). Tehnik dalam pengumpul data yaitu menggunakan angket, yang disebar langsung kepada 40 responden yang notabenenya adalah Masyarakat Kecamatan Tambakromo. Dalam analisisnya penelitian ini menggunaka regresi linier berganda. Dalam input dan pengolahan data peneliti menggunakan softwere IMB SPSS versi 25.

Hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyakat Kecamatan Tambakromo Kabupaten Pati dalam menabung di Bank Syariah. (2) Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat Kecamatan Tambakromo Kabupaten Pati dalam menabung di Bank Syariah. (3) Kualitas pelyanan Islam tidak berpengaruh positif dan siknifikan terhadap keputusan msyarakat Kecamatan Tambakromo Kabupaten Pati dalam menabung di Bank Syariah. Hasil dari koefisiensi determinasi dari ketiga variabel X sebesar 0,261 (26,1%) berpengaruh sedangkan 73,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model penelitian.

Kata kunci: Pengetahuan,Religiusitas,Kualitas Pelayanan dan Keputusan Menabung

ABSTRACT

In general, Sharia Banks are understood as financial institutions whose main business is savings, loans and other financing services, with all their activities based on Sharia law which is based on the Qur'an and Hadith. The aim of this research is to find out: 1) Is there an influence of the knowledge of the people of Tambakromo District, Pati Regency on the decision to save at Bank Syatiah. 2) Is there an influence of religiosity on the decision of the people of Tambakromo District, Pati Regency to save at Sharia Bank? 3) Is there an influence on the quality of Islamic services on the decision of the people of Tambakromo District, Pati Regency to save at Sharia Banks?

This research is descriptive quantitative research. The population in this research is the people of Tambakromo District, Pati Regency. The number of samples used in this research was 40 people from Tambakromo District, Pati Regency, then the purposive sampling method (selected sample) was used. The technique for collecting data was using a questionnaire, which was distributed directly to 40 respondents who incidentally were the people of Tambakromo District. In the analysis, this research uses multiple linear regression. In inputting and processing data, researchers used IBM SPSS version 25 software.

The results of this research are as follows: (1) knowledge has a positive and significant effect on the decision of the people of Tambakromo District, Pati Regency in saving at Sharia Bank. (2) Religiosity has a positive and significant effect on the decision of the people of Tambakromo District, Regency of Pati to save at Sharia Bank. (3) The quality of Islamic services does not have a positive and significant influence on the decision of the people of Tambakromo District, Pati Regency to save at Sharia Bank. The results of the coefficient of determination of the three X variables are 0.261 (26.1%) and 73.9% are influenced by other factors outside the research model.

Keywords: Knowledge, Religiosity, Service Quality and Saving Decisions

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puja dan puji senantiasa kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT, Tuhan semesta Alam yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, dan hidayahnya kepada kita semua, dan yang selalu memberikan kemudahan kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir. Dan atas segala karunianya sehingga kita semua masih diberikan kesehatan jasmani maupun rohani sampai dengan saat ini.

Sholawat beserta salam kita haturkan kepada junjungan kita, yang telah menuntun kita dari zaman kegelapan jahiliyah menuju zaman yang terang benderan dan penuh kedamaian, mahluk paling sempurna nabi besar Nabi Muhammad SAW yang kita nanti-nantikan syafaatnya di hari kiamat nanti. Dengan segenap rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan Alhamdulillah telah menyelesaikan sebuah karya ilmiah yang berupa skripsi dengan judul “ Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Islam terhadap Keputusan di Masyarakat Kecamatan Tambakromo Kabupaten Pati Dalam Menabung di Bank Syariah.” Dengan lancar walaupun ada beberapa hambatan yang berari dan semata mata karena saya pribadi.

Peneliti sadar bahwa terselesaikannya skripsi ini bukanlah bukan semata-mata karena jerih payah peneliti sendiri, akan tetapi karena adanya wujud pertolongan dan kemurahan Allah SWT yang selalu memberikan kemudahan disetiap langkahnya. Juga bantuan doa, semangat, memberikan kekuatan dan motivasi dari berbagai pihak yang telah berkenan membantu dalam penulisan skripsi ini. Karena itu, sudah seharusnya peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nizar, M.Ag. selaku Plt Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Heny Yuningrum, SE, M.Si.. selaku Kepala Jurusan Perbankan Syariah serta Ibu Muyassarah, M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Dr. A. Turmudi, SH, M.Ag. selaku dosen pembimbing I dan bapak Nurudin, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing II, yang selalu meluangkan waktu dan dengan sabar memberikan arahan, bimbingan dan penjelasan dari awal hingga selesainya skripsi ini, tanpa pernah memberatkan atau menyusahkan peneliti.
5. Segenap dosen, tenaga pendidik dan akademisi tidak ketinggalan staf-staf yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang memberikan

pengetahuan, pembelajaran selama peneliti menempuh pendidikan di UIN Walisongo Semarang.

6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Maji dan Ibu Hariani yang senantiasa memberikan dukungan materil, moral maupun doa-doa yang beliau panjatkan memberikan kemudahan dan kelancaran peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Sahabat dan teman-teman terdekat peneliti, Nevita Aulia Ana, Timur Dwi Antara, Aufal Maram, Bagas Junindra, Fadli Maulana, Hanif Maulana, Aji Masyaid, Amirudin Zaki, Muhammad Syafii, Ghuril muhajalin, masyarakat kontraan oren dan teman-teman CB UIN Walisongo Semarang, yang memberikan semangat dan menemani peneliti di semester akhir juga menemani penelit dalam pengerjaan dan penyelesaian skripsi ini.
8. Kopi Ngelak, yang memberikan fasilitas berupa wifi dan tempat yang nyaman untuk peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman pbas-C 2019 yang menjadi teman pertama serta teman seperjuangan dalam menempuh bangku perkuliahan selama di UIN Walisongo Semarang.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi yang tidak bisa saya sebut satu persatu.

Terima kasih peneliti sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu, memberi semangat, memberimotivasi dan doa kepada peneliti. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan dibalas dengan kebikan yang lebih baik pula.

Semarang, 1 November 2023

Peneliti

Ryanji Harimansyah

NIM 1905036096

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN	ii
MOTO HIDUP	iii
PERSEMBAHAN	iv
DEKLARASI	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Manfaat Teori	8
1.4.2. Manfaat Praktis	9
1.5. Sistematika penulisan	9
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Keputusan	11
2.1.1. Pengertian Keputusan.....	11
2.1.2. Tahapan dalam Pengambilan Keputusan	13
2.2. Pengetahuan.....	17
2.2.1. Pengertian Pengetahuan	17
2.2.2. Jenis Pengetahuan Nasabah	18
2.2.3. Faktor – faktor Pengetahuan Nasabah.....	19
2.3. Religiusitas	20
2.3.1. Pengertian Religiusitas	20

2.3.2. Faktor – Faktor yang mempengaruhi religiusitas	22
2.4. Kualitas Pelayanan	25
2.4.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	25
2.4.2. Kualitas Pelayanan dalam Islam.....	27
2.4.3. Faktor – Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan	28
2.5. Landasan Hukum	30
2.6. Pengertian Bank	31
2.6.1. Perbankan Syariah	32
2.7. Penelitian Terdahulu	41
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritik	47
2.9. Hipotesis	47
BAB III	
METODE PENELITIAN.....	51
3.1. Jenis Penelitian	51
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	51
3.3. Populasi dan Sampel	51
3.3.1. Populasi	51
3.3.2. Sampel	51
3.4. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran	52
3.4.1. Sumber Data	52
3.4.2. Variabel	53
3.4.3. Skala Pengukuran	54
3.5. Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	54
3.4.1. Teknik Pengumpulan Data	54
3.5.2. Devinisi Oprasional	55
3.6. Teknik Anaisi Data	57
3.6.1. Uji Instrumen Penelitian	57
3.6.2. Uji Normalitas Data.....	59
3.6.3. Uji Asumsi Klasik	59
3.6.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
3.7. Uji Hipotesis.....	61

3.8. Uji Koefisien Determinan (R^2).....	62
BAB IV	
PEMBAHASAN.....	64
4.1. Deskripsi Data	64
4.2. Gambaran Objek Penelitian.....	64
4.3. Deskriptif Karakteristik Responden.....	65
4.4. Uji Instrumen Penelitian	67
4.4.1. Uji Validitas.....	67
4.4.2. Uji Reliabilitas.....	70
4.5. Uji Asumsi Klasik.....	70
4.5.1. Uji Normalitas	71
4.5.2. Uji Multikolinieritas.....	72
4.5.3. Uji heteroskedestitas.	73
4.6. Analisis Linier Berganda	74
4.7. Uji Hipotesis.....	76
4.7.1. Uji <i>ttest</i> (uji persial).....	76
4.7.2. Uji Signifikansi Simultan (uji F)	78
4.7.3. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2).....	78
4.8. Pembahasan Hasil Analisis Data.....	79
4.8.1. Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan Masyarakat Menabung di Bank Syariah.	79
4.8.2. Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Masyarakat Menabung di Bank Syariah.	81
4.8.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Masyarakat Menabung di Bank Syariah.	83
4.8.4. Pengaruh X1, X2 dan X3 terhadap Keputusan Masyarakat dalam Menabung di Bank Syariah	84
BAB V	
PENUTUP.....	85
5.1. Kesimpulan	85
5.2. Saran.....	86
Daftar Pustaka	88
Lampiran	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 jumlah rekening.....	3
Tabel 1.2 Hasil Survey.....	7
Tabel 2.1 perbedaan bank syariah dan konvensional.....	40
Tabel 2.2 penelitian terdahulu.....	41
Tabel 3.1 devinisi oprasional.....	56
Tabel 4.1 karakteristik responden.....	65
Tabel 4.2 uji validitas.....	68
Tabel 4.3 uji reliabilitas.....	70
Tabel 4.4 uji kolmogorov smirnov.....	71
Tabel 4.5 uji multikolinieritas.....	72
Tabel 4.6 uji glesjer.....	73
Tabel 4.7 analisis regresi.....	75
Tabel 4.8 uji persial.....	77
Tabel 4.9 uji f hitung.....	78
Tabel 4.9 uji koefisiensi determinasi.....	79

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bank syariah secara umum dapat dipahami sebagai lembaga keuangan yang bisnis utamanya adalah simpanan, pinjam dan layanan aliran pembayaran. Bank syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip hukum syariah yang mengacu pada Al-Qur'an dan As-Sunnah.¹ Oleh karena itu Bank Syariah harus menahan diri dari kegiatan yang bertentangan dengan syariat Islam atau kegiatan yang termasuk unsur riba. Terdapat beberapa perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional, yaitu bank syariah tidak menerapkan rezim suku bunga dalam segala aktivitasnya, sedangkan bank konvensional menggunakan bunga, yang dampaknya sangat luas dan mempengaruhi pada aspek operasional dan pengembangan produk.

Dalam keuangan Islam, bunga uang secara fiqih dikategorikan sebagai riba yang mana semua yang transaksi yang menggunakan bunga atau berlipat ganda adalah riba, oleh karena itulah hukumnya haram.² Hasil konferensi penelitian dari 150 ulama' di bulan Muharram 1385 H, atau Mei 1965 di Kairo, Mesir menyepakati secara aklamasi bahwa segala keuntungan atas berbagai macam pinjaman semua merupakan praktek riba yang diharamkan termasuk bunga bank.

Dari sejarah perkembangan bank syariah ditandai dengan semakin meningkatnya jumlah nasabah yang dijadikan tolak ukur perkembangan bank syariah. Dari pedoman dan prinsip aturan islam dalam pengawasan Majelis Ulama Indonesia dan pemerintah, masyarakat lebih memilih Bank Syariah untuk transaksi yang dilakukannya. Sebaliknya, Bank Syariah juga menggunakan sistem bagi hasil yang transparan.

Perbankan Syariah terlahir dari tuntunan masyarakat muslim yang menginginkan badan keuangan berupa perbankan yang berbasis ajaran dan syariat islam. Agama islam sangat melarang segala kegiatan muamalah yang memiliki unsur maisir, ghoror dan riba. Kesepakatan ulama menyatakan bahwasannya bunga yang di

¹ DR. A. Wangsawidjaja Z., S.H., M.H. *Pembiayaan Bank Syariah* (jakrta, 2012) hal. 02

² Kusnan dan Hakim, *Peran Ulama dalam Sosialisasi Pengembangan Perbankan Syariah*, (Malang 2018). hal 12

terapkan dalam perbankan konvensional adalah riba yang di haramkan dalam ajaran agama islam yang hal tersebut sudah di nas dalam Al Quraan dan hadis Nabi Muhammad SAW.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia tidak lain dan tidak bukan di karenakan adanya pemikiran keras dari beberapa kalangan seperti para tokoh masyarakat, ulama, akademisi, praktisi ekonomi dan dengan dukungan penuh oleh pemerintah saat itu dengan adanya perbankan yang berbasis syariat islam, dan momen tersebut di jadikan sebagai terakreditasinya sistem ekonomi syariah ke dalam sistem ekonomi nasional.

Keberadaan perbankan syariah sebagai bagian tak terpisah dari sistem keuangan nasional telah di kembangkan sejak tahun 1992, ditandai dengan berlakunya undang undang Republik Indonesia No 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Undang – undang perbankan ini mengakomodir perbankan syariah namun belum memiliki landasan yang kuat terhadap perbankan syariah. Undang – undang perbankan belum secara tegas mencantumkan prinsip syariah dan pengertian bagi hasil yang di maksud dalam undang – undang No 7 Tahun 1992 belum mencakup secara luas dalam pengertian bank syariah.³

Sejarah mencatat bahwa bank muamalat adalah bank islam yang pertama kali di dirikan di Indonesia. Dana awal saat akta pendiriannya di buat sebesar 84 milyar rupiah. Tanggal 3 November 1991 dalam acara silaturrahi dengan Presiden Soeharto di istana Bogor, terkumpul dana Rp. 106.126,382.000 hampir mencapai 107 milyar rupiah. Dengan terkumpulnya modal awal tersebut resmi beroprasinya peroprasinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tanggal 1 mei 1992⁴.

Perbankan syariah mengalami perkembangan yang pesat dari awal terbentuknya hingga sekarang. Dalam setiap tahunnya jumlah dana pihak ketiga dan pembiayaan yang di salurkan selalu mengalami peningkatan, terutama pada

³ Undang – undang R.I No. 21 Tahun 2008

⁴ Muh. Firdaus N.H., et al, Implementasi dan Konsep Bank Syariah, (Jakarta:P.T.Renaisan, 2005), Hal. 24

tahun 2017-2021 yang lebih jelasnya di paparkan pada table di bawah, sebagai berikut:

Table 1.1
Jumlah Rekening (Dalam Jutaan dan ribuan) tahun 2017 - 2021

Jumlah Rekening (Dalam Jutaan - Ribuan)	2017	2018	2019	2020	2021
PYD	5.695	5.672	6.162	6.248	7.173
DPK	25.837	29.096	33.786	38.144	42.321

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2021

Berdasarkan table di atas sudah tertera jelas perkembangan setiap tahunnya jumlah rekening jutaan atau ribuan selalu meningkat di setiap tahunnya dari tahun 2017 sampai 2021 menjadi bukti perkembangan perbankan syariah di Indonesia. Hal tersebut menjadi tantangan bagaimana cara menarik minat nasabah dan mempertahankannya di karenakan persaingan yang semakin kuat dengan perbankan konvensional. Maka dari itu di butuhkan strategi strategi yang sesuai dengan faktor yang mempengaruhi minat masyarakat untuk menabung di bank syariah

Banyak faktor yang menjadi pengaruh keputusan nasabah dalam menabung di perbankan syariah, pertama adalah mengenai pengetahuan nasabah tentang apa itu perbankan syariah. Ada satu pendapat dari teori Reber yang mengemukakan bahwa pengetahuan merupakan kupulan dari beberapa informasi yang di miliki oleh individu, kelompok atau budaya tertentu. Semua informasi yang dimiliki nasabah mengenai macam-macam produk dan jasa ataupun pengetahuan lainnya dan hal hal lain terkait informasi yang berhubungan dengan perbankan syariah itu bias di sebut dengan pengetahuan nasabah. Pengetahuan nasabah sangat mempengaruhi keputusan dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Ketika nasabah memiliki

kemampuan yang luas dalam memahami pengetahuan ia akan mudah untuk mengambil keputusan dan tepat pula dalam mengelola segala informasi.⁵

Pengalaman menjadi landasan suatu perubahan setiap perilaku individu yang berasal dari pengetahuan⁶. Seseorang yang mengetahui informasi dan terbuka pengetahuannya tentang perbankan syariah akan memilih bank syariah sebagai tempat pinjaman, tabungan dan segala jasa bank syariah. Pengetahuan dan informasi yang di pahami nasabah sangat lah di perlukan untuk menggugah keputusan masyarakat menjadi nasabah bank syariah. Dalam penelitian terdahulu yang di tulis Abhimantra⁷ dalam jurnal menjelaskan pengaruh pengetahuan positif dan signifikan dalam mempengaruhi minat nasabah memilih menabung di Bank syariah dan dalam penelitian Yuliawan⁸ dalam jurnalnya menjelaskan pengetahuan konsumen berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah di PT Bank Syariah Cabang Bandung. Sedangkan hasil lain di peroleh dalam penelitian Sulistyono⁹ yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh negatif terhadap keputusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah studi kasus BNI Syariah Condong Catur Yogyakarta.

Religiusitas merupakan salah satu dari beberapa faktor yang sudah tertera di atas yang membentuk perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah di bank syariah¹⁰, sesuai dengan teori Delener perilaku masyarakat dan keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah di Bank Syariah salah satunya adalah faktor religiusitas. Dimana islam mengajarkan hablum minallah yang mana

⁵ Ujang Sumarwan, Penerapan dalam Pemasaran dan Teori Perilaku Konsumen, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hal. 120

⁶ Chairil Anam 2016, Pengetahuan Agama, Pengaruh Komitmen, dan Orientasi Agama terhadap Prefrensi masyarakat pada Bank Syariah di Surabaya. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis. Hal. 83

⁷ Abhimatara 2015, Analisis Faktor-Faktir yang Mempengaruhi Nasabah terhadap Keputusan menjadi Nasabah dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah Jurnal Preceeding Psikologi. Hal 15

⁸ Yuliawan 2016, Pengaruh Pengetahuan Konsumen tentang Perbankan Syariah terhadap Keputusan menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung. Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil.

⁹ MA Sulistyono 2016, Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan Konsumen terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Study Pada PT BNI Syariah Cabang Condong Catur Yogyakarta)

¹⁰ Muhammad Nasrullah 2015, Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen terhadap Produk. Jurnal Hukum Islam. Hal. 13

mencerminkan hubungan manusia dengan Allah SWT. Menjauhi segala perbuatan yang haram tidak memiliki sifat rakus, kikir dan tamak sehingga manusia selamat dalam menjalani hidupnya di dunia sampai akhirat.

Keyakinan yang kokoh dan praktik agama yang baik merupakan salah satu contoh dari sifat religiusitas pribadi masing-masing manusia. Religiusitas bermaksud suatu kesadaran kepercayaan dan tingkah laku manusia dengan apa yang sudah di atur oleh Allah SWT. Religiusitas merupakan keadaan yang ada pada diri manusia yang mencerminkan perbuatan dan tingkat ketakwaan terhadap keyakinan kepada Allah SWT.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Bawono dan Nabila Safitri menyatakan dalam penelitian mereka bahwa religiusitas berpengaruh secara signifikan, terhadap keputusan nasabah di Bank Syariah. Religiusitas menjadi tolak ukur yang signifikan terhadap mahasiswa IAIN menjadi nasabah Bank Syariah cabang Salatiga dan dalam penelitian selanjutnya religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah sebagai tempat pendanaan, pinjaman dan simpanan adalah sistem pelayanan dan kualitas pelayanan yang sesuai dengan kriteria dan yang di ajarkan oleh syariat islam sendiri. dalam teori Nirwana pernah menyatakan kualitas pelayanan sangat di perlukan dalam keputusan dan kepuasan nasabah¹¹. Mengingat kualitas bermakna nilai lebih dalam sesuatu hal, dan pelayanan bermakna melayani atau cara pelayanan¹², dapat disimpulkan dari kedua pengertian tersebut bahwasannya kualitas pelayanan merupakan nilai lebih yang bermakna baik dan buruknya individu atau kelompok dalam memaksimalkan segala kelebihan untuk memenuhi segala persyaratan dalam kinerja dan ekspektasi nasabah. Apabila pelayanan tersebut sesuai dengan apa yang di inginkan nasabah dan sesuai dengan kebutuhan nasabah maka hal tersebut di simpulkan sebagai pelayanan yang baik terhadap nasaba.

¹¹ Nirwana, Prinsip-Prinsip Pemasaran dan Pelayanan., hal. 32

¹² Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). diakses pada 4 April 2023

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sumantri¹³ dalam jurnalnya menyatakan bahwa ada pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat menjadi nasabah dan produk pembiayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah terhadap Bank Syariah dan dalam penelitian Astuti¹⁴ menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah. Selanjutnya dalam penelitian Novitasari¹⁵ bertolak belakang dimana kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam menabung di Bank Syariah.

Masyarakat merupakan suatu kelompok dalam lingkup wilayah tertentu dimana setiap wilayah memiliki kultur masyarakat yang berbeda, tentunya di setiap kelompok berpotensi menjadi nasabah Bank Syariah sesuai dengan kriteria dan kultur yang ada pada wilayah tersebut. Kecamatan Tambakromo khususnya salah satu kecamatan yang ada di kabupaten Pati, dalam sejarah singkatnya kecamatan tambakromo di bentuk pada tahun 1965 yang di resmikan pada tanggal 1 mei 1965 oleh presiden Soekarno dan gubernur jawa tengah yang menjabat saat itu. Secara geografis letaknya di bagian selatan berbatasan dengan kabupaten Grobogan, sebelah timur berbatasan dengan kecamatan Winong dan utara berbatasan dengan kecamatan Gabus yang mana mayoritas warganya adalah pedagang. Beberapa wilayah dengan tingkat religiusitas masyarakatnya yang tinggi. Dengan hal itu seharusnya mereka lebih paham tentang larangan riba. namun berkebalikan dari itu mereka lebih dominan menggunakan jasa perbankan konvensional dari pada menggunakan jasa bank syariah.

Dalam perkembangannya bank syariah di kabupaten Pati tergolong baru, karena awal terbentuknya perbankan syariah di kabupaten Pati baru pada 2 februari 2021. Berdasarkan mini riset yang di lakukan oleh peneliti menentukan banyak masyarakat Kecamatan Tambakromo yang mengetahui produk-produk perbankan syariah, larangan riba dan hukum-hukumnya. Namun dalam kenyataanya masih

¹³Sumantri 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan terhadap Minat dan Keputusan menjadi Nasabah di Bank Syariah. Jurnal *Economia*

¹⁴ Astuti 2015. Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah. Jurnal *Nominal*

¹⁵ Eka Novitasari 2016, Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah

banyak dari mereka yang tidak menggunakan bank syariah sebagai tempat menabung dari segala keuntungan maupun hanya sekedar menyimpan keuangan mereka. Ada beberapa sebab dikarenakan kurangnya sosialisasi dari pihak bank syariah mengenai tentang segala kemudahan dalam menabung di bank syariah, kurangnya fasilitas yang memadai di dibandingkan dengan bank konvensional juga beberapa menganggap bahwa mereka merasakan keuntungan dari (bunga bank) ketika menabung di bank konvensional, serta lokasi yang kurang bisa di jangkau oleh masyarakat kecamatan Tambakromo dan ada beberapa masyarakat yang merasakan kurangnya kualitas pelayanan yang sesuai dengan apa yang di inginkan nasabah, kurangnya pengetahuan beberapa masyarakat yang masih menganggap bahwa bank syariah kurang lebih sama dengan bank konvensional walaupun banyak masyarakat yang paham dan pengetahuannya mempuni terhadap Bank Syariah namun kenyataanya mereka tidak menggunakan jasa atau menabung di Bank Syariah, beberapa masyarakat yang menyatakan tidak menabung di Bank Syariah atau konvensional karena mereka takut akan riba dan belum mempercayai 100% bahwa perbankan syariah tidak ada unsur riba di dalamnya.

Table 1.2
Hasil Survey Keputusan Menabung di Bank Syariah Masyarakat Kecamatan Tambakromo

Target	Jumlah Sampel	Menabung di Bank Syariah	Tidak menabung di Bank Sariah
Masyarakat Kecamatan Tambakromo	15 Masyarakat	4 Masyarakat	11 masyarakat

Sumber: hasil survey masyarakat tambakromo yang berprofesi sebagai pedagang, guru madrasah dan pemuka agama

Dari tabel di atas bisa di simpulkan bahwasannya keputusan menabung di bank syariah masyarakat kecamatan tambakromo banyak yang masih menggunakan bank konvensional sebagai tempat menabung dan dari beberapa masyarakat yang menabung di Bank Syariah dominan karena maksud tertentu bukan karena pengetahuannya atau karena kualitas pelayanan Bank Syariah yang baik namun ada

niat tertentu entah berupa karena pendaftaran umroh dan haji, bukan karena hati nurani masing – masing.

Berdasarkan dari kegelisahan peneliti sesuai dengan penyampaian di atas maka peneliti bermaksud melakukan penelitian yang membahas tentang **“Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Masyarakat untuk Menabung di Bank Syariah pada Kecamatan Tambakromo”**.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap keputusan masyarakat di Kecamatan Tambakromo Kabupaten Pati untuk menabung di Bank Syariah ?
2. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap keputusan masyarakat di Kecamatan Tambakromo Kabupaten Pati untuk menabung di Bank Syariah ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan islam terhadap keputusan Masyarakat di Kecamatan Tambakromo Kabupaten Pati untuk menabung di Bank Syariah ?
4. Bagaimana pengaruh pengetahuan, religiusitas dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan masyarakat di Kecamatan Tambakromo Kabupaten Pati untuk menabung di Bank Syariah ?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh pengetahuan masyarakat kecamatan Tambakromo terhadap keputusan menabung di Bank Syariah.
2. Untuk menguji pengaruh religiusitas masyarakat kecamatan Tambakromo terhadap keputusan menabung di Bank Syariah.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan masyarakat kecamatan Tambakromo terhadap keputusan menabung di Bank Syariah.
4. Untuk menguji secara bersama-sama pengaruh pengetahuan, religiusitas dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menabung di Bank Syariah

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teori

Dalam perbankan syariah peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan secara teori, khususnya dapat memberi manfaat dan

sebagai pedoman secara teoritis, agar bertambahnya wawasan kita mengenai dunia perbankan syariah.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Keuangan Syariah

Berharap dengan adanya penelitian ini bisa lebih memperkenalkan lembaga keuangan syariah terhadap masyarakat luas dan bisa bermanfaat bagi masyarakat yang lain.

2. Bagi Akademik

Bidang Perbankan Syariah diharapkan adanya penelitian ini bisa menambah wawasan ilmu pengetahuan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini bisa menambah wawasan dan referensi yang baru untuk peneliti selanjutnya terkhusus keputusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah yang dipengaruhi faktor pengetahuan, religiusitas dan kualitas pelayanan Islam.

4. Bagi Masyarakat

Diharap dengan adanya penelitian ini bisa memperkaya hasil penelitian mengenai keputusan masyarakat untuk menabung di bank syariah dan menjadikan masyarakat muslim di wilayah Kecamatan Tambakromo khususnya untuk bisa mewujudkan peran Perbankan Syariah yang menjunjung tinggi Syariat Islam.

1.5. Sistematika penulisan

Dinilai baik suatu karya ilmiah apabila sistim penulisannya mempunyai lajur yang tepat, runtuh dan terarah. Jadi diperlukan skema penyusunan skripsi sebagai berikut:¹⁶

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab satu berisi latar belakang penelitian, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan prosedur penulisan skripsi.

¹⁶Pedoman Penyusunan Skripsi FEBI UIN Walisongo Semarang

BAB II LANDASAN TEORI

Bab kedua membahas tentang variabel/sub variabel pertama, teori yang membahas variabel/sub variabel kedua, teori yang membahas variabel/sub variabel ketiga, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab tiga berisikan pendekatan yang di gunakan peneliti dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampling penelitian, sumber data variabel dan sekala pengukuran, tehnik pengumpulan data, instrumen penelitian dan analisi.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ke empat berisi tentang hasil penelitian berupa deskripsi dan pengujian hipotesis.

BAB V PEMBAHASAN

Bab lima ini berisi tentang pembahasan analisis data dan data penelitian.

BAB VI PENUTUP

Bab kelima berisi kesimpulan kesimpulan dan saran.

.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Keputusan

2.1.1. Pengertian Keputusan

Pengertian keputusan secara Bahasa adalah pilihan atau memilih bisa disimpulkan pilihan di sini adalah pilihan dari dua atau lebih kemungkinan, atau bisa dimaknakan keputusan yang diambil setelah melakukan pertimbangan dengan memilih satu pilihan yang tetapkan. Gito sudarmono berpendapat bahwasannya keputusan terkait dengan ketetapan dari penentuan suatu pilihan yang diinginkan.¹⁷

Dalam proses pengambilan keputusan seseorang sadar dengan apa yang dipilihnya, dalam konteks ini keputusan bisa saja terkait dengan pembelian suatu produk dalam memenuhi kebutuhan hidup. Seseorang dalam mengambil keputusannya harus pula memhami dan memiliki informasi dan upaya upaya tertentu untuk mendapatkan segala infomasi yang dibutuhkan. Terdapat beberapa komponen seseorang dalam melakukan keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk, yaitu;¹⁸

a) Keputusan mengenai bentuk produk

Bentuk suatu barang dapat di jadikan seseorang landasan dalam memilih untuk memindahkan hak milik suatu barang. Misalnya produk salah satu smartphone yang tidaknya hanya spesifikasi dijadikan patokan untuk memilih namun bentuk dari smartphone tersebut juga menjadi landasan seseorang untuk memutuskan membeli produk smartphone tersebut berdasarkan bentuk.

b) Keputusan berdasarkan merek produk

Selain bentuk suatu produk tidak lain pula merk dijadikan tolak ukur seseorang dalam memilih keputusan untuk membeli suatu barang, entah karena merk tersebut terkenal ataupun berkualitas. Hal tersebut harus

¹⁷ Gitosudarmo indriyo, Prilaku Keorganisasian. (Yogyakarta: BPFE,2000). hal. 175.

¹⁸ Hani Handoko dan Basu Swasta, Edisi Pertama Manajemen Pemasaran dan Analisi Prilaku Konsumen, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2005). hal. 102.

dijadikan patokan dan evaluasi oleh perusahaan bagaimana masyarakat dalam memilih suatu produk berdasarkan merk.

c) Keputusan berdasarkan jenis suatu produk

Selain merk dan bentuk jenis suatu produk pula dijadikan sebagai tolak ukur seseorang dalam memilih suatu barang, konteks jenis suatu barang di sini bisa diartikan sebagai bahan yang digunakan, jenis kegunaan ataupun spesifikasi dalam barang tersebut, pertimbangan keputusan jenis barang adalah salah satu alasan seseorang untuk memilih suatu barang menjadi hak miliknya.

d) Keputusan berdasarkan waktu pembelian

Waktu pembelian menjadi keputusan seseorang dalam memilih suatu produk, di mana konsumen tau kapan ia harus membeli produk tersebut berdasarkan kegunaan dan jumlah uang yang ia miliki. Berdasarkan pernyataan tersebut perusahaan harus pula memikirkan pola produksinya, ketika di waktu masyarakat yang kurang sesuai sebaiknya perusahaan mengurangi jumlah produksinya.

e) Keputusan berdasarkan jumlah produk

Jumlah produk menjadi landasan suatu keputusan untuk membeli produk, seperti halnya minyak pada tahun 2022 yang mengalami kelangkaan dikarenakan jumlah minyak yang berkurang dan tingkat kebutuhan masyarakat yang semakin banyak. Hal tersebut menjadi pertimbangan kedepannya bahwasannya perusahaan harus mempertimbangkan jumlah produksi sesuai dengan jumlah keinginan dan kebutuhan masyarakat.

f) Keputusan berdasarkan jumlah penjualan produk

Tingkat jumlah penjualan yang bagus pula menjadi tolak ukur sebuah keputusan masyarakat dalam memilih suatu produk. Misalnya produk tersebut adalah salah satu produk yang laku di pasaran dan banyak sekali jumlah di beberapa platform yang memudahkan masyarakat dalam mendapatkan produk tersebut, hal tersebut menjadi dasar pula sebuah took pihak pengecer menyediakan barang tersebut di tokonya karena paham akan kegunaan dan tingkat keputusan masyarakat dalam memilih barang tersebut.

Dari semua pendapat di atas tentang segala keputusan masyarakat dalam memilih suatu produk tidak harus berurutan pula dengan beberapa point di atas. Penjual kadang lebih berpengaruh dalam segala keputusan pembeli karena kurang lebihnya penjual dapat mempersatukan perbedaan pendapat dari para pembeli untuk memilih suatu barang atau produk menjadi hak milik pembeli.

2.1.2. Tahapan dalam Pengambilan Keputusan

Ridhotullah dalam bukunya berpendapat mengenai pengambilan keputusan yang menurutnya dikemukakan oleh banyak ahli, diantaranya sebagai berikut:¹⁹

- a. Claude S. George, Jr. mengemukakan proses pengambilan keputusan itu adalah sebuah kesadaran yang dilakukan kebanyakan orang yang di dalamnya terdapat unsur-unsur berupa keyakinan penilaian, pertimbangan dan alternatif dari sebuah pemilihan.
- b. Horold dan Cyril ODennol: pengambilan keputusan adalah inti dari perencanaan dan pemilihan diantara alternatif tentang cara untuk bertindak, dan suatu keputusan tidak akan pernah terjadi jika tidak ada perencanaan sebelumnya, sumber yang dapat di percaya jam terbang yang tinggi dan segala bentuk petunjuk yang ada.
- c. G. R. Terry: berpendapat bahwa pengambilan keputusan adalah suatu pilihan yang berdasar pada suatu tolak ukur tertentu atas dua atau lebih alternatif yang memungkinkan.
- d. P. Siagian: mengemukakan pengambilan keputusan adalah pendekatan sistematis terhadap suatu problem yang mencakup fakta terhadap lingkungan data penelitian yang signifikan, tindakan dan alternatif.

Siswanto berpendapat pula pengambilan keputusan adalah beberapa aktivitas yang dilakukan seseorang dalam menghadapi masalah yang dihadapi

¹⁹ Ridhotullah, Subkhi dan Muhammad Jauhar, Pengantar Manajemen. (Jakarta: prestasi pustaka, 2015). Hal. 181

kemudian dari segala permasalahan tersebut memilih satu ketetapan yang paling dianggap rasional dan relevan dalam kultur lingkungan dan masyarakat.²⁰

Dalam tahapan – tahapannya pengambilan keputusan terbagi menjadi beberapa bagian, yang setiap bagiannya bisa menjadi landasan ukur seseorang dalam memilih keputusannya, antara lain:²¹

- a. Tahapan intelegensi: tahapan di mana seseorang harus menentukan kondisi yang menganjurkannya untuk memilih atau tidak dalam keputusannya.
- b. Tahapan pematangan keputusan: tahapan yang kegiatannya mengembangluaskan hasil dari tahapan intelegensi untuk mencapai tujuan. Terdapat tiga poin dalam aktivitas ini, antara lain:
 - 1) Menemukan sebuah cara
 - 2) Mengembangkan cara yang sudah ditemukan
 - 3) Melakukan tindakan dengan sesuai.
- c. Tahapan pemilihan: kegiatan mengambil keputusan dari sekian banyak pilihan memilih hanya satu yang ada, dan pemilihan tersebut berdasarkan atas kriteria yang telah ditetapkan sesuai dengan prosedur-prosedurnya.

Proses pengambilan keputusan terbagi menjadi tiga jenis yang menjadi salah satu landasan sebagai masyarakat untuk melakukan keputusan, sebagai berikut:²²

- a) Dari beberapa elemen kegiatan bermula dari banyaknya permasalahan konsumen yang jalan keluarnya hanya dengan cara melakukan pembelian suatu produk, oleh karena itu luasnya proses pengambilan keputusan bisa menjadikan keputusan tersebut suatu yang lengkap.
- b) Keterbatasan proses pengambilan keputusan bisa saja dikarenakan konsumen memahami masalahnya. tanpa adanya pengetahuan dan usaha yang cukup baik untuk memahami dan hanya mengevaluasi saja tanpa

²⁰ H. Bedjo Siswanto, Pengantar Manajemen Pemasaran. (Jakarta: Bumi Aksara. 2005). hal. 171

²¹ Ridhotullah, Subkhi dan Muhammad Jauhar, Pengantar Manajemen. (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2015). hal, 181-182

²² Fandi Djiptono, Manajemen Data. (Majalah Informasi Bisnis: Yogyakarta, 2002). Edisi maret, tahun keVI-2002.

memahami lebih lanjut, mungkin hal yang bisa dilakukan adalah dengan cara memahami produk dari barang tersebut. Keputusan ini hanya di anjurkan untuk melakukan pembelian dari barang yang kurang penting saja dan barang yang bersifat rutin.

- c) Kebiasaan adalah salah satu cara yang paling sederhana dalam proses mengambil sebuah keputusan, yaitu konsumen tanpa berfikir banyak dan mengenali masalahnya sehingga pengambilan keputusan berlangsung begitu cepat tanpa adanya keraguan dan berbeda pikiran, hal tersebut dikarenakan produk tersebut merupakan produk kegemaran ataupun produk yang dibutuhkan.

Ada beberapa indikator pembahasan dalam proses mengambil keputusan, dalam hal ini peneliti akan sedikit membahas mengenai pokok dalam proses mengambil keputusan, antara lain sebagai berikut:²³

- 1) Mengenali kebutuhan

Perlu sebuah rangsangan yang harus disadari oleh seorang konsumen dalam memilih kebutuhannya. Dalam hal ini pihak produsen harus memikirkan dan melakukan riset terhadap hal apa yang di butuhkan dan menjadi suatu masalah dalam masyarakat sehingga tingkat pembelian masyarakat terhadap barang tersebut meningkat.

- 2) Menggali informasi

Perlu dipahami juga dalam menentukan sebuah keputusan seorang konsumen harus terlebih dahulu menggali informasi dari produk yang akan di belinya. Dalam segala proses penggalian informasi seorang harus benar-benar teliti dan harus sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan sesuai dengan apa yang diinginkan. Dalam tahapan menggali informasi produk seorang konsumen harus melewati tahapan mencari, memahami, memikirkan, pertimbangan dan kalau masih belum mencukupi mencari kembali tahapan informasi.

- 3) Mengoreksi secara singkat

²³ Nugroho Julian Setiadi. Perilaku Konsumen, (Jakarta; Kencana,2003). hal. 15

Dalam hal ini seorang konsumen mengolah segala informasi yang di pertimbangan untuk dapat mendapatkan suatu barang yang akan dibelinya, dengan kepehamannya dalam sebuah produk atau cakupan yang luas. Calon pembeli akan memilah dan memilih sesuai dengan apa yang ia butuhkan dari berbagai barang yang sangat pembeli butuhkan dan mengoreksi keadaan barang tersebut agar memiliki kualitas yang baik dari barang yang lain.

4) Memutuskan membeli

Dalam keputusan untuk memiliki barang dalam seorang konsumen telah melakukan tahapan- tahapan seperti, menggali informasi lebih lanjut sesuai dengan kebutuhan, evaluasi terhadap kualitas barang. Terdapat beberapa poin pendukung dalam memutuskan membeli suatu produk antara lain waktu pembelian, lokasi pembelian dan jumlah uang yang dimiliki. Ketika semua hal tersebut sudah dilakukan maka keputusan untuk membeli suatu produk akan lebih meyakinkan dan keputusan membeli akan teraksana.

5) Setelah dilakukan pembelian

Dalam tahapan ini seorang konsumen diharap puas dengan apa yang menjadi keputusannya dalam membeli sebuah produk, setelah beberapa tahapan dilalui dari menggali informasi, mengevaluasi produk memilah milih seharusnya konsumen puas dengan apa yang telah ia putuskan. Tidak sampai disini produsen pula harus mempertimbangkan kembali sebuah barang yang sudah ditangan konsumen apakah konsumen puas dengan barang yang diproduksi atau tidak, hal tersebut menjadi evaluasi pula untuk produsen agar poduknya lebih baik lagi.

2.2. Pengetahuan

2.2.1. Pengertian Pengetahuan

Dapat diartikan pengetahuan adalah apa yang diketahui.²⁴ Dalam Bahasa umum pengetahuan adalah suatu kesadaran yang bertuju pada fakta dan keterampilan dalam mengolah informasi, di lain pendapat pengetahuan manjadi salah satu pembahasan yang frontal dikalangan ulama arab kala itu, dikarenakan setiap individu memiliki pola fikir yang berbeda dan bentuk pemikiran yang dijadikan sebagai ujung tombak sebuah kaum dan idiologi tertentu²⁵.

Pengetahuan seseorang terdapat beberapa intstrumen penting yang meliputinya indra, silogisme (pikiran), dan hati dan sumber dari segala pengetahuan tersebut ada pada sejarah alam dan akal. Hal tersebut menjadi penopang perilaku seseorang.²⁶pengetahuan seseorang terhadap suatu permasalahan terbagi menjadi dua pandangan yang baik dan pandangan yang buruk, kedua pandangan tersebut akan menghasilkan bagaimana perilaku seseorang.

Pegetahuan menjadi landasan penting bagi masyarakat dari beberapa faktor yang lain untuk memilih bank syariah untuk menyimpan dana mereka, seorang calon nasabah akan mempercayakan bank syariah sebagai tempat penyimpanan dana mereka ketika mereka mengetahui segala bentuk kemudahan yang diberikan lembaga tersebut, dari hal tersebut seorang nasabah akan mempertimbangkan dalam memilih bank syariah sebagai kepercayaan dari pada bank konvensional yang jelas terdapat riba.

Pengetahuan terbagi menjadi beberapa objek sebagai berikut:

a. Pemahaman

Pemahaman bisa di maksudkan sebagai suatu keahlian dalam memaparkan dan menjelaskan suatu variabel tertentu sesuai apa yang diketahui secara benar dan memahamkan.

²⁴ W.J.S, Porwadarminto. Kamus Besar Bahasa Indonesia. (Jakarta: Balai Pustaka, 1991), Cetak,XII, hal. 373

²⁵ Murtadha Muthahhari, Teori Pengetahuan: Catatan Kritis atas Berbagai Isu Epistimologis, Diteremahkan dari Mas`ale-ye Syenikh, (Jakarta: Sandra Press,2010), hal.1

²⁶ Notoadmojo, Soekidjo, Promosi Kesehatan dan Perilaku, (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), hal. 67

b. Pengetahuan

Pengetahuan bisa dimaksudkan sebagai apa yang ia dapatkan dari sebuah informasi dan pembelajaran dan dicerna oleh akal sehingga menimbulkan pola pemikiran yang dapat mengingat apa yang telah dipelajari.

c. Menyalurkan

Menyalurkan bisa diartikan sebagai memanfaatkan apa yang telah dipahami dalam suatu pelajaran, sehingga pemahaman tersebut dapat digunakan dalam situasi dan kondisi yang sesuai.

d. Penjabaran

Penjabaran bisa dimaksudkan sebagai kelebihan dalam melakukan penyampain sebuah pemahaman terhadap informasi atau materi dengan elemen-elemen yang sesuai dengan apa yang di bahas.

2.2.2. Jenis Pengetahuan Nasabah

Beberapa ahli dalam psikologis membagi jenis pengetahuan menjadi dua yaitu pengetahuan deklaratif dan pengetahuan prosedur. Pengetahuan deklaratif adalah fakta yang subjektif yang di mengerti oleh seseorang. Arti subjektif dalam pengertian di atas dimaksudkan pada pengetahuan seseorang tidak selalu sesuai dengan kejadian yang sebenarnya. Sedangkan pengertian prosedur adalah pengetahuan yang mana sesuai dengan fakta-fakta yang ada.

Pengetahuan deklaratif terbagi menjadi dua kategori : episodic dan semantic. Pengetahuan episodic adalah pengetahuan yang terbatas dengan lintasan waktu, pengetahuan seperti ini di pergunakan untuk menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan kajadian waktu dan seputar kegiatan waktu suatu varang, sebaliknya pengetahuan semantic pengetahuan yang berkaitan dengan duania seseorang.

Pengetahuan konsumen terbagi menjadi tiga: (1) pengetahuan objektif, (2) pengetahuan objektif dan (3) informasi. Pengetahuan objektif adalah pengetahuan yang benar dan sesuai dengan produk yang tersimpan dalam pemikiran seseorang

dalam waktu yang panjang. Pengetahuan subjektif adalah pengetahuan konsumen tentang apa yang dia ketahui sedikit dan banyaknya informasi suatu produk.²⁷

Menurut J Paul Peter dan Jerry C. Olson, setiap konsumen memiliki empat jenis tingkat pengetahuan produk yaitu pengetahuan tentang karakteristik ataupun komponen produk, manfaat produk, resiko produk dan tingkat kepuasan konsumen,²⁸ dijabarkan sebagai berikut:

1. Pengetahuan tentang karakteristik karakter yang nyata dan tidak nyata terhadap kepuasan suatu produk yang berakibat kepuasan objektif atau subjektif terhadap kepuasan konsumen.
2. Pengetahuan manfaat produk manfaat produk adalah yang sangat penting terhadap keputusan konsumen. Karena keputusan konsumen terkadang berdasarkan pada manfaat suatu produk.
3. Pengetahuan resiko produk dimana sebuah resiko dalam sebuah produk pasti ada, dan hal ini harus di ketahui oleh seorang pembeli atau pengguna produk, indikator dalam resiko produk berupa resiko fungsional, keuangan, fisik, psikologis, sosial, waktu hilangnya kesempatan dan resiko moral.²⁹
4. Pengetahuan tentang kepuasan yang di berikan sebuah produk terhadap konsumennya, untuk mengetahui suatu kepuasan sebuah produk terhadap konsumennya jika produk tersebut telah di gunakan, agar suatu produk produk bisa memberikan kepuasan yang maksimal maka konsumen harus menggunakan dengan semaksimal mungkin.

2.2.3. Faktor – faktor Pengetahuan Nasabah

Pengetahuan nasabah adalah apa yang di pahami dan dimengerti oleh seorang nasabah terhadap lembaga keuangan, pengetahuan nasabah terbagi menjadi beberapa elemen antara lain:³⁰

²⁷ Mowen C.J, Michael Minor, “ Pengetahuan Konsumen Edisi Ke-5”,(prentice hall,1998). hal 106.

²⁸ J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, “Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran”, (Jakarta: Salemba Empat,2014). hal 68-77.

²⁹ Damiani, “Perilaku Konsumen”, (Depok: PT. Raja Grafindo Persada, 2017). hal 86-89.

³⁰ Ujang Sumarwan, “Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran”,(Jurnal Laguage, 2003). hal. 120

1. Produk

Pengetahuan produk adalah seorang nasabah harus mengetahui berbagai macam informasi mengenai suatu produk dalam lembaga keuangan tersebut, misalnya pemahaman meliputi adad yang di gunakan, sistem bagi hasilnya dan fitur maupun kualitas pelayanannya.

2. Pembelian

Pengetahuan pembelian ini bisa dikategorikan sebagai tempat pembelian, waktu pembelian barang yang dibeli. Menurut Nitisusastro pengetahuan pembelian terbagi dari pemahaman tentang cara pembelian dan pemahaman yang diberikan oleh distributor.³¹ Dalam hal tersebut bisa diartikan pengetahuan pembelian adalah proses kepemilikan sebuah barang.

3. Kegunaan

Barang yang sudah menjadi hak milik memberi manfaat kepada pembelinya dan digunakan sesuai dengan fungsi. Bagaimana suatu barang digunakan dengan baik setelah melakukan pembelian sesuai dengan informasi dan pertimbangan yang di dapatkan sebelum melakukan pembelian.

2.3. Religiusitas

2.3.1. Pengertian Religiusitas

Berasal dari Bahasa latin “religio” yang berlandaskan pada kata “relegare” yang diartikan mengikat. Cicero berpendapat relegare diartikan sebagai melakukan sesuatu. Dalam Bahasa arab familiar dengan sebutan al-din dan al-milah, al-din mengandung arti kerajaan, kejayaan dan kebiasaan.³²

Dalam islam religiusitas berarti totalitas seseorang dalam menjalani kehidupan sesuai dengan ajaran agama. Menurut Mangunwijaya religiusitas adalah sesuatu yang dirasakan oleh seseorang dalam nuraninya dalam bentuk personal antar individu. Menurut Muhammad farid proses penempatan diri seseorang

³¹ Nitisusastro, Mulyadi, “Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan”, (Bnadung: Alfabeta, 2012). hal.169

³² Nurudin, Hida Alfatihin Milaa Ulya, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Persepsi Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia, Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah, 3 (2), 2686-6625,201

terhadap ajaran-ajaran agama dan kepercayaan seseorang terhadap nilai – nilai yang ada di dalamnya yang menimbulkan kebaikan dihati maupun ucapannya.

Religiusitas menjadi patokan sebuah individu terhadap sikap dan perilaku, dari hal tersebut bisa disimpulkan baik buruknya perilaku seseorang dan pengaruh agama dalam dirinya bisa diukur dari tingkat religiusitas dalam dirinya. Individu yang memiliki tingkat religious yang baik akan lebih menjaga segala perilakunya terhadap prinsip yang di ajarkan oleh agama dan pengambilan keputusan sesuai dengan apa yang diajarkan syariatnya.

Dalam melakukan transaksi keuangan tingkat religiusitas sangat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih lembaga keuangan. Dalam ajaran agama islam dianjurkan seluruh umatnya untuk selalu bertaqwa, melakukan apa yang di anjurkan oleh syariat dan mematuhi segala larangannya. Islam tidak hanya menuntun umatnya untuk berbuat baik dalam menjalani kehidupan di dunia namun dalam islam juga mengajarkan cara bermuamalat yang baik sesuai dengan ajaran agama.

Hakikat seorang manusia yang menjadi sebuah sosialis tidak pernah larut dalam hubungannya dengan manusia yang lain. Islam mengatur semua yang bisa dijadikan sebagai landasan manusia dalam menjalani kehidupan bermasyarakat mereka, dengan tingkat religiusitas yang tinggi seorang muslim dengan berbagai pengetahuan dan pemahamannya akan menggunakan lembaga keuangan yang berbasis syariah dalam kegiatnnya untuk bermuamalat, usaha atau menyimpan keuntungannya.³³

Menurut Thoules Religiusitas dipengaruhi berbagai faktor sebagai berikut:³⁴

1. Pendidikan

Pendidikan menjadi faktor pengaruh kehidupan sosial dalam perkembangan keagamaan, pendidikan menjadi sebuah tolak ukur sikap dan perilaku yang diterima oleh lingkungan sosial, pendidikan meliputi pendidikan orang tua, lingkungan sosial, dan kultur sosial.

³³ Drs. Harun, MH, Fiqih Muamalat, (Surakarta: Muhammadiyah University press,2017). hal. 1

³⁴ Thouless, Robert H, Machnun Husein, Pengantar Psikologi Agama, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000). hal. 73

2. Pengalaman

Perilaku individu dapat di pengaruhi oleh segala bentuk pengalaman seperti pengalaman saat menuntut pemahaman keagamaan, sosial kemasyarakatan dan ketenangan dalam menjadi umat agama yang baik. Hal tersebut dapat menjadikan terbentuknya sifat religiusme yang kuat dalam setiap individu.

3. Kehidupan

Faktor kehidupan meliputi faktor – faktor yang dibutuhkan seorang manusia dalam memperlangsungkan kehidupannya, faktor ini meliputi faktor hubungan antar manusia, hubungan dengan Allah Swt dan hubungan dengan alam. Dalam kehidupan beragama setiap individu dianjurkan untuk ma'rifat terhadap apa yang telah diciptakaan oleh sang pencipta alam dan seisinya.

4. Pengetahuan

Faktor pengetahuan berfungsi untuk menjadikan seorang beragama dengan ketentuan dan dasar yang sesuai dengan ajarannya, religiusme yang kuat dan hidup bermasyarakat dan beragama dengan sebaik baiknya dengan dasar atas pengetahuannya.

2.3.2. Faktor – Faktor yang mempengaruhi religiusitas

Faktor- faktor yang mempengaruhi religiusitas menurut Robert H terbagi menjadi empat pilar yang di golongan dalam kelompok utama, yaitu:³⁵

1. Faktor Sosial mencakup semua pengaruh sosial dalam keberagaman beragama meliputi, didikan orang tua, kondisi sosial terhadap penyesuaian diri dengan berbagai pendapat dalam bersosial.
2. Faktor pengalaman kelompok maupun individu dalam beragama. Pengalaman individual maupun pengalaman emosional yang terikat langsung dengan sang pencipta dan dalam sudut pandang lain pada beragama dapat mengembangkan sikap individual masing-masing.

³⁵ Ahmad Islan Nadzir, Nawang Warsi Wulandari, “Hubungan Religiusitas dengan Penyesuaian Diri Siswa Pondok Pesantren”, Jurnal Psikologi Tabularasa Volume 8. N02, Agustus 2013, hal 704

3. Faktor kebutuhan kepuasan beragama di sebabkan karena perasangka bahwa kurangnya kesempurnaan dalam memenuhi kebutuhan beragama setiap Individu. Keberagaman di kelompokkan menjadi empat bagian, antara lain:

- Keselamatan
- Cinta
- Harga diri
- kematian

Religiusme dalam ruang lingkupnya terbagi menjadi tiga elemen, antara lain: kepercayaan (belief), komitmen (commitment) dan perilaku (behavior).³⁶ Dalam bukunya Ancok dan Suroso menuliskan pendapat dari Glock dan Stark tentang ruang lingkup religiusitas yang terkemukakan terbagi menjadi 5 indikator dalam variabel religiusitas antara lain, sebagai berikut:

1) Ideologi/ keyakinan

Dalam hal ini seorang yang beragama meyakini kebenaran dari agama yang dipeluknya terutama tentang hal-hal yang mendasar dalam agama dan keyakinannya bahwa agama yang dipeluknya adalah agama yang paling benar. Ibarat seorang muslim yang mengucapkan dua kalimah syahadat yang meyakini bahwa tiada tuhan selain Allah dan Muhammad adalah utusan Allah, dalam hal tersebut diartikan kita sebagai umat muslim mempercayai tuhan hanya satu yaitu Allah, dan Muhammad adalah utusannya yang mengajarkan dan menuntun segala umatnya dalam beragama islam dan menjadi muslim yang baik. Tidak memungkirkan dengan keyakinan terhadap adanya Allah, Malaikat, Nabi dan Rosul, kebenaran Al Quran, surga dan neraka, qhodo dan qhodar Allah.

2) Pengalaman

Dalam hal ini seorang yang beragama mengalami perasaan dan pengalaman dengan apa yang dipercayainya. Dalam islam perihal tersebut diibaratkan seperti kedekatan seorang hamba kepada Allah sebagai zat yang menciptakan alam dan seisinya, kenyamanan saat kita mengingat Allah, ke khusyukan kita saat

³⁶ Ghozali, Imam, Pengaruh Religiusitas Terhadap Komitmen Organisasi, Keterlibatan Kerja, Kepuasan Kerja dan Produktivitas,(Jurnal Strategi Bisnis:Vol.9, Juli 2002)

beribadah kepadanya dan segala makrifat kita terhadapnya saat kita melihat segala ciptaanya yang tidak bisa dilogika dengan akal manusia dan merasa beryukur dengan apa yang telah Allah berikan berupa nikmat yang tidak pernah terkirakan banyak. Hal tersebut merupakan beberapa contoh ruang lingkup pengalaman dalam islam yang pada dasarnya itu adalah hubungan kita dengan Allah SWT.

3) Pengetahuan

Pengetahuan seorang yang beragama tentang agamanya merupakan landasan tingkat keimanan dan kepercayaan seseorang. Tanpa adanya pemahaman tentang seorang umat tidak akan berjalan sebagaimana mestinya, karena tanpa pengetahuan seperti larangan, anjuran dalam menjalani ibadah dan tata cara beribadah, ibadah seseorang tidak akan diterima, dalam islam pengetahuan tentang aturan dan segala larangan sangat harus dipahami karena islam mewajibkan seluruh umatnya untuk menuntut ilmu, hal itu menjadi landasan agar seorang umat muslim dapat menjalankan ibadahnya dengan baik dan benar dan sesuai dengan apa yang diajarkan, tidak hanya itu seorang muslim dianjurkan pula untuk mempelajari Al-Qur'an kitab-kitab yang dikarang oleh ulama ulama terdahulu terhadap pengetahuan tentang kehidupan bermasyarakat.

4) Praktik

Praktik seseorang dalam beragama adalah hasil dari adanya pengetahuan seseorang dalam memahami ajaran agamanya. Sebagaimana diperintahkannya beribadah bagi umat untuk mendapatkan keberkahan dan kebahagiaan dunia dan akhirat. Dalam islam seorang umat muslim diwajibkan untuk melaksanakan sholat 5 waktu, puasa Ramadhan dan melaksanakan haji (bagi yang mampu), membaca Al Qur'an dan mengamalkannya.

5) Konsekuesi

Sejauh mana perilaku seseorang yang termotivasi terhadap apa yang diketahui dan dipahami tentang apa yang di ajarkan oleh agamanya. Dalam hal ini meliputi hubungan manusia dengan manusia yang lain, dalam islam diajarkan bagaimana cara agar kita selalu berhubungan baik dengan manusia yang lain dengan cara berperilaku adil, menjaga silaturahmi antar sanak saudara dan

tetangga, saling tolong menolong, dan menjaga ketertiban dan kedamaian di lingkungan sekitar, mematuhi semua norma-norma dan budaya yang ada di masyarakat.

2.4. Kualitas Pelayanan

2.4.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan tingkat mutu yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan yang meliputi produk, jasa dan manusia.³⁷ Kualitas memberikan dorongan khusus terhadap nasabah yang kedepannya akan menjalin suatu ikatan kerja sama dan relasi di mana keduanya saling menguntungkan dalam jangka waktu yang panjang.

Pelayanan adalah suatu tindakan, kegiatan yang diberikan kepada suatu kejadian di mana pihak pertama memberikan tindakan terhadap pihak kedua berupa jasa. Wujud dalam pelayanan tidak hanya jasa saja, terdapat layanan pelengkap berupa pembelian produk fisik dan tiap konsumen berhak untuk mendapatkan produk jasa maupun fisik dari memberi layanan jasa.

Meskipun tidak terdapat pengertian kualitas secara umum, dari beberapa pengertian di atas menurut Nasution terdapat beberapa kesamaan dari beberapa poin tersebut antara lain:³⁸

- a) Harapan pelanggan yang berlebih terhadap kualitas dari suatu lembaga.
- b) Kualitas meliputi produk, tenaga kerja, proses dan lingkungan.
- c) Kondisi yang berubah-ubah karena kemungkinan besar kualitas pelayanan saat ini bisa jadi kurang efisien terhadap kualitas pelayanan pada masa yang akan datang.

Kualitas pelayanan adalah tingkat mutu suatu tindakan yang diberikan sebuah lembaga keuangan terhadap nasabah, kualitas pelayanan harus didasarkan pada kepercayaan dan tingkat kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah yang nantinya bertujuan pada citra dan kualitas yang baik terhadap lembaga keuangan, baik buruknya kualitas pelayanan dalam suatu lembaga keuangan bukan

³⁷ Nirwana, Peinsip-Prinsip Pemasaran Jasa, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2012). hal. 297

³⁸ Nasution.M.N, Manajemen Mutu Terpadu, (Bogor: Ghalia Indonesia. 2005).hal. 3

didasarkan pada perspektif lembaga keuangan tersebut melainkan dari kepuasan oleh perspektif nasabah.

Kualitas pelayanan merupakan perbandingan dari persepsi nasabah terhadap pelayanan yang diberikan dan benar benar mereka rasakan dengan layanan sesungguhnya. Nasution dalam bukunya berhasil menemukan beberapa karakteristik nasabah, yang digunakan dalam mengoreksi kualitas pelayanan, yaitu:³⁹

- 1) Apa yang terjadi di lapangan, di mana nasabah akan mengevaluasi hal tersebut meliputi, fasilitas, pegawai, sarana komunikasi dan kelengkapan.
- 2) Handal, nasabah kan merasa puas ketika pelayanan dalam lembaga tersebut menggunkan tenaga yang cekatan dan memberikan kepuasan terhadap nasabah
- 3) Responsive, tanggapnya para pegawai untuk membantu para nasabah dan memberikan pelayanan dengan sebaik baiknya.
- 4) Memahami, pegawai memahami, memberikan kemudahan dan melakukan interaksi yang baik dalam menyambut serta memberikan pelayanan terhadap nasabah.
- 5) Jaminan, kemampuan pegawai dalam melakukan pelayanan, kemahiran, sopan santun, dan dapat dipercaya oleh nasabah.

Untuk mengevaluasi kualitas pelayanan suatu lembaga umumnya nasabah menggunakan lima dimensi yang di dasarkan pada penjabaran pengertian di atas, peneliti menjadikan 4 indikator dalam kualitas pelayanan, sebagai berikut:

1. Handal

Kehandalan pelayanan yang di berikan sebuah perusahaan sesuai dengan apa yang di janjikan kapada nasabahnya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan tanpa melakukan kesalahan yang fatal, sikap yang baik, dan dengan akurasi yang tinggi. Seorang nasabah memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap produk yang di gunakan dan akan sangat keritis ketika ekspektasi mereka tidak sesuai. Oleh karena itu perusahaan di tuntut untuk memberikan pelayanan sebaik mungkin terhadap nasabahnya.

³⁹ *Ibid.* hal. 5

2. Tanggap

Kebijakan untuk membantu dan memberikan layanan dengan cepat dan tepat kepada nasabah, dengan menyampaikan informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu dapat membuat persepsi yang kurang baik terhadap pelayanan suatu perusahaan. Sehingga diperlukannya sikap tanggap dalam melayani nasabah ataupun komplek yang di berikan nasabah kepada kualitas pelayanan yang di terima.

3. Jaminan

Jaminan disini berupa pengetahuan, kesopanan dan kemampuan para pegawai perusahaan. Agar bisa terlaksana dengan baik jaminan terdiri dari berbagai elemen antara lain komunikasi, keamanan, kompetisi dan kesopanan.

4. Empati

Memberikan perhatian yang tulus dari sikap individu yang diberikan pada nasabah yang berupaya memahami keinginan nasabah. Sebuah perusahaan di harpa memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan nasabah secara spesifik dan memiliki waktu pengoprasian yang nyaman.

2.4.2. Kualitas Pelayanan dalam Islam

Konsep kualitas dalam perspektif islam adalah bentuk evaluasi kognitif konsumen atas penyajian jasa dari sebuah lembaga atau perusahaan yang menjadikan nilai moral dan kepatuhan dalam syariat islam sebagai acuan dalam menyediakan setiap layanannya.⁴⁰

Salah satu yang termasuk dalam pekerjaan yang mulia adalah memberkan kualitas pelayanan yang baik terhadap sesama insan manusia. Memberikan layanan yang baik berupa jasa adalah suatu keutamaan bekerja dalam islam

Prinsip-prinsip kehidupan adalah dari kumpulan beberap nilai-nilai keislaman, agama mengajarkan tentang bagaimana menjadi manusia menjalani

⁴⁰ Abdul,Qowi, Othman dan Lynn, Owen,"The Multi Demisionality of Carter Model to Measure Customer Servise Quality in Islamic Banking Industry". *Internasional Jurnal of Islamic Financial Service*.Vol.3.No,4.2001

kehidupannya di dunia, yang memiliki kaitan satu prinsip dengan prinsip yang lain, dan dalam prinsip-prinsip islam harus diaplikasikan terhadap kehidupan di dunia.

Tidak sedikit pula dalam Al Quraan dan Al Hadist yang menerangkan tentang bagaimana kita harus memberikan pelayanan yang baik kepada sesama manusia. Dan hal tersebut yang menjadikan sebuah lembaga keuangan harus memberikan kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan apa yang di ajarkan dalam islam. Dalam Al Quraan suroh Al Maidah ayat 2 di jelaskan mengenai hal tersebut.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَجْلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشُّهُرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ النَّبِيِّتِ الْحَرَامَ بَيْنَعُونَ
فَضْلًا مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ تَعْتَدُوا
وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya: "... dan tolong menolonglah kamu dalam mengerjakan kebaikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah sangat amat berat siksanya.⁴¹

Dalam parakteknnya, kualitas pelayanan merupakan suatu bagian dari out put kerja yang menjadi penilaian konsumen terhadap kesuksesan sebuah lembaga keuangan dalam melayani nasabahnya. Menurut islam sesuatu yang diharuskan yang segala kegiatannya sesuai dengan prinsip syariah, menggunakan pelayanan dengan hati yang lembut dan keikhlasan dalam melayani merupakan anjuran dalam agama islam.

2.4.3. Faktor – Faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan

Menurut Asnawi, Muhammad Asnan dan Fanani dalam bukunya memaparkan bahwasannya untuk mencapai suksesnya dalam berdagang (muamalat) di dunia maupun akhirat kuncinya adalah mengikuti cara berdagang yang dilakukan oleh Nabi Muhammad Saw. Sebagai beriku:⁴²

1 Benar dan jujur (Shiddiq)

Dalam artian benar di sini adalah memberikan informasi terhadap apa yang dijual terhadap konsumen benar faktanya dan tidak terdapat unsur penipuan di dalamnya. Dalam bermualamat kejujuran harus dijadikan landasan

⁴¹ Al Quraan dan Terjemah.(Jakarta: PT. Karya Putra, 1999). hal. 417

⁴² Asnawi, Nurand Fanani, Muhammad Asnan, Pemasaran Syariah: teori, filosofi dan isu-isu kontemporer, (Depok: Raja Grafindo Persada,2017). hal.271-281

yang penting di dalamnya dan harus dibangun dengan siapapun, Rasulullah memberikan contoh tentang kejujuran dalam bermuamalat terhadap pelanggan, pemberi modal dan produsen akan sama-sama mendapatkan keuntungan dalam jangka pendek atau panjang. Tidak hanya itu kejujuran juga termasuk dari memberikan informasi tentang produk terhadap pembeli mnginformasikan baik dan buruknya dari suatu produk terhadap pembeli. Jujur dan ikhlas dalam setiap tindakan akan memberikan kesuksesan terhadap sebuah promosi suatu produk.

2 Dapat dipercaya (Amanah)

Dapat dipercaya di sini bermaksud bertanggung jawab terhadap apa yang dijual. Adanya pertanggung jawaban terhadap setiap barang yang dijual, memberikan hak bagi pembeli dengan semestinya, tidak mengurangi takaran atau timbangan, dan tidak tamak. Hal tersebut dapat menjadikan suksesnya seseorang dalam pengemasan suatu produk.

3 Cerdas dan gesit (Fathanah)

Dengan adanya cerdas dan gesit dalam melayani nasabahnya sebuah lembaga akan dapat kepercayaan oleh nasabah, dengan adanya dua hal tersebut dapat menimbulkan kualitas pelayanan yang inovatif dan kreatif yang mnsfstnys sksn di sadari oleh nasabah.dalam segi palayanan yang baik. Sistem pelayanan yang baik pula dilihat dari struktur dan infrastruktur yang mumpuni yang sesuai dengan apa yang disampaikan kepada nasabah⁴³.

4 Interaksi (Tabligh)

Menyampaikan segala informasi dengan ikhlas dan jelas, di mana informasi yang disampaikan memberikan pemahaman terhadap nasabah. Cara bicara dalam berbisnis sangatlah diperlukan dan mampu membuktikan secara benar apa yang diinformasikan kepada nasabah adalah informasi yang benar. Seorang marketing yang memiliki interaksi yang baik harus pula memiliki banyak inovasi dan ide-ide terhadap kemajuan lembaganya, karena dengan ide-

⁴³ Parasuraman, et al, Reassessment of Expectation as a Comparison Standart of Marketing, (Jurnal of Marketing, 58,111-124, 1994)

ide barunya nasabahnya akan lebih sedang dan tidak bosan dengan pelayanan yang seperti biasa dan membosankan.

2.5. Landasan Hukum

a. Surat Al- Baqarah ayat 275⁴⁴

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۗ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۗ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ.

Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhan-nya, lalu dia berhenti, maka yang akan diperolehnya dahulu menjadi miliknya, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.”

b. Surat Al Imron ayat 130⁴⁵

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “ Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung. ”

Al Qur’aan sudah menjelaskan larangan untuk melakukan perbuatan yang menggunakan atau berasaskan riba. Tidak hanya dalam Al Quraan namun dalam Undang-undang Negara Republik Indonesia sudah diatur tentang perbankan yang berasaskan pada syariat islam, yang di atur pada Undang-undang No 21 tahun 2008 berisikan⁴⁶ tentang:

“ Bab 1 berisikan tentang keutamaan umum dalam perbankan syariah, bab 2 berisikan asas, tujuan dan fungsi dari perbankan syariah, bab 3 berisi tentang perizinannya, badan hukum, anggaran dan kepilikan dalam perbankan syariah, bab 4 berisikan jenis dan kegiatan usaha dalam perbankan syariah, kelayakan penyaluran dana larangan bank syariah beserta unit usaha dalam bank syariah, bab 5 berisi pemegang saham dan pengendali beserta dewan komisarisnya, DPS, direksi dan tenaga kerja asing, bab 6 berisi pengelolaan resiko, prinsip kehati hatiaan dan tata kelola dalam perbankan syariah, bab 7 berisikan rahasia-rahasia bank syariah, bab

⁴⁴ Alquraan dan Terjemah, Departmen agama Republik Indonesia. .hal.47

⁴⁵ *Ibid*, hal 66

⁴⁶ Undang-Undang No 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.

8 berisi tentang pengawasan dan pembiayaan dalam perbankan syariah, bab 9 berisi penyelesaian sengketa, bab 10 berisi penyelesaian sanksi administrasi, bab 11 berisi ketentuan pidana, bab 12 berisi ketentuan peralihan, dan bab 13 berisi ketentuan dalam perbankan syariah.

2.6. Pengertian Bank

Awal terbentuknya bank bermula dari timbulnya rasa khawatir oleh para saudagar, terhadap hasil dari perniagaan mereka.⁴⁷ Pada saat itu para saudagar bingung, bagaimana mana mereka menyimpan harta berupa modal dan keuntungan dari hasil usaha mereka dengan cara yang aman dan terpercaya. Mereka khawatir dengan adanya rampok dan para pencuri yang sewaktu waktu mengincar dan mencuri harta-harta mereka. Dari kekhawatiran tersebut terbentuklah lembaga keuangan yang kemudian menjadi bibit terbentuknya bank yang kita kenal sampai sekarang.

a. Pengertian Bank menurut Ahli.⁴⁸

Para ahli menyampaikan pendapatnya tentang pengertian-pengertian bank, antara lain:

B.N. Ajuha

Bank adalah sarana penyaluran modal yang tidak dapat di gunakan untuk menguntungkan secara (pribadi) namun dapat menguntungkan masyarakat kepada mereka yang membuatnya lebih produktif.

b. Pengertian Bank Menurut Undang- Undang.

Dalam beberapa Undang-undang Negara Republik Indonesia tertera beberapa pengertian Perbankan Nasional yang berlaku dari waktu ke waktu dari awal pembentukannya sampai dengan sekarang.

UURI No. 10 Tahun 1998⁴⁹

Perubahan atas undang-undang No.7 tahun 1992 tentang perbankan, pasal 1 angka 2: Bank adalah badan penghimpunan dana atau badan usaha dari

⁴⁷ Dr. H. Muammar Arafat Yusmad, S.H., M.H, Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori ke Praktik, (Yogyakarta: Depublish, 2018), Hal. 2

⁴⁸ Dendawijaya, Lukman. Manajemen Perbankan, (Jakarta: Ghalia, 2005), Hal. 23

⁴⁹ Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998, tentang perbankan

masyarakat dalam bentuk simpanan yang kemudian disalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit.

UURI No. 14 Tahun 1967 tentang pokok-pokok Perbankan, Pasal 1a⁵⁰:

Bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah memberikan jasa dan kredit dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.

UUR1 No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, Pasal 1 angka 1⁵¹:

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat Indonesia.

2.6.1. Perbankan Syariah

A. Pengertian Perbankan Syariah.⁵²

Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 pasal 1, menjelaskan tentang macam-macam perbankan berdasarkan prinsip yang digunakan:

1. Bank Konvensional adalah bank yang di dalam kegitanan usahanya mengambil keuntungan berupa bunga yang di ambil dari bunga pinjaman di kurangi bunga simpanan.
2. Bank berdasarkan prinsip syariah berbeda menjadi dua macam, yaitu:
 - a) Badan Umum Syariah pada dasarnya pengertiannya kurang lebih sama dengan bank konvensional namun dalam segala aktifitasnya berpedoman pada prinsip hukum islam yang mana dalam hukum islam di larang menggunakan riba. Riba adalah tambahan yang diberikan karena keterlambatan pembayaran yang akan memberatkan salah satu pihak.
 - b) Unit Usaha Syariah, merupakan salah satu jenis cabang dalam bank konvensional hanya saja dam segala bentuk kegiatannya menggunakan prinsip-prinsip syariah.

⁵⁰ Undang-Undang Republik Indonesia No. 14 Tahun 1967, tentang Pokok-Pokok Perbankan, Pasal 1a

⁵¹ Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, Pasal 1 angka 1.

⁵² Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah

Perbankan syariah memberikan pelayanan bebas bunga kepada nasabahnya⁵³, hal tersebut karena semua yang menjadi kegiatan dalam semua aktifitasnya, menggunakan prinsip prinsip syariah. Islam melarang umat muslim menarik atau membayar bunga. Larangan ini lah yang membedakan sistem perbankan syariah dengan ban pada umumnya.

B. Produk-produk perbankan syariah

Dalam segala bentuk kegiatannya bank syariah terbagi menjadi tiga, yaitu:

1) Penghimpunan Dana⁵⁴

Produk penghimpunan dana dalam aturan bank sryariah, terdapat dua prinsip yang bisa digunakan yaitu prinsip mudhorobah dan prinsip alwadhiah

a) Prinsip Mudhorobah

Akad mudhorobah adalah akad di mana penanaman dana yang dilakukan oleh pemilik dana (shahibul mal) kepada mudhorib (pengelola dana) untuk dipergunakan dalam aktivitas pendanaan tertentu, dengan menggunakan metode pembagian-pembagian rata untung maupun rugi (profit and loss shering) dan metode bagi hasil, dimana kedua belah pihak sepakat dan saling meneria dengan perjanjian yang telah dibuat. Dari pengertian di atas, bisa di simpulkan bahwasannya akad mudhorobah merupakan akad di mana pemilik dana memberikan 100% modal kepada pengelola dana untuk melakukan kegiatan yang produktif atas dana yang telah diberikan.

Fatwa DSN No. 07/DSN-MUI/1 V/2000 tentang akad mudhorobah⁵⁵ menerangkan bahwasanya akad mudhorobah adalah akad kerjasama anantara dua belah pihak dimana pihak pertama (malik, lembaga keuangan syariah, shahibul mal) menyediakan 100% modal kepada pihak kedua (nasabah, mudhorib) yang berperan sebagai pengelola dana dimana keuntungan dibagi menjadi dua sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

Akad mudhorobah terbagi menjadi dua bagian mudhorobah muthlaqoh dan mudhorobah mugoyyadah, penjelasan dari kedua jenis mudhorobah yaitu:

⁵³ Mervyn K. Lewis, Latifa Algound, Perbankan Syariah Prinsip,Praktik,Prospek. (University of south Australia:Massachusetts,2001). Hal.12

⁵⁴ Ikit, S.E.,M.E.I, Akuntansi Penghimpun Dana Bank Syariah. (Deepublish,2015). Hal.69

⁵⁵ DSN,No. 07/DSN-MUI/IV/2000.Tentang Akad Mudhorobah

1. Mudhorobah Mutlaqoh

Mudhorobah muthlaqoh adalah pembagian hasil kerja sama yang cakupannya lebih luas tanpa dibatasi sertifikasi berupa waktu, usaha dan lokasi bisnis.

2. Mudhorobah Muqhooyadah

Mudhorobah muqhooyadah adalah sistem kerja sama di mana pihak pengelola dana diberikan batasan waktu, jenis dan tempat usaha⁵⁶. Ada dua jenis investasi yaitu mudhorobah muqhooyadah on balance sheet dan off balance sheet.

Mudhorobah muqhooyadah on balance sheet adalah simpanan di mana investor berhak menentukan segala persyaratan tertentu yang harus dipenuhi oleh lembaga keuangan tersebut. Sedangkan mudhorobah muqhooyadah off balance sheet adalah investasi yang menjadikan lembaga keuangan sebagai perantara tersalurnya dana dari investor kepada pelaksana sana usaha.

b) Prinsip Wadiah

Wadiah merupakan sistim yang berupa penitipan barang atau dana dari pemilik barang atau dana terhadap penyimpanan barang atau dana di mana pihak penyimpan dana berkewajiban mengembalikan barang atau dana sewaktu waktu.⁵⁷

Hukum wadiah atau menitipkan barang atau aset begitu pula dengan menerima penitipan barang atau aset itu diperbolehkan (jaiz). Sebagaimana yang sudah diterangkan dalam QS: An- Nisaa ayat 29 yang berbunyi sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ، وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ، إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan

⁵⁶ Heri Sudarsono, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah Deskripsi dan ilustrasi, (Ekonosia,2014). hal.80

⁵⁷ Praturan Bank Indonesia. No.07/46/PBI/2005. Tentang Penghimpunan Dana dalam Perbankan Syariah.

yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah maha penyayang padamu”⁵⁸

Akad wadiah terbagi menjadi dua bagian yaitu:

a. Prinsip Wadiah Yad Al-Amanah⁵⁹

Wadiah yad al-amanah titipan berupa aset atau uang yang murni dari penitip kepada pihak penyimpan yang di berikan amanah dan harus dijaga dengan sebaik baik mungkin tanpa boleh menggunakan atau memanfaatkan aset atau uang yang dititipkan oleh pihak penitip.

Pengaplikasian dalam akad wadiah yad al-amanah adalah safe deposit box (SDB). Safe deposit box menyediakan segala tempat penitipan berupa barang-barang berharga (surat perjanjian,akte kelahiran,saham,obligasi,emas dan mutiara).⁶⁰

b. Prinsip Wadiah yada dh-dhamanah

Pada prinsip Wadiah yada dh-dhamanah hamper sama dengan prinsip wadiah Yad al-amanah, hanya saja yang membedakan pada sistem di mana pada wadiah yad adh-dhamanah pihak perbankan syariah berhak dan diperbolehkan menggunakan atau memanfaatkan aset atau uang yang dititipkan.

Akad wadiah yad adh-dhamanah dalam perbankan syariah, dapat di realisasikan dalam dua produk yaitu tabungan dan giro. Dalam akad wadiah tabungan di maksudkan adalah tabungan dan dalam akad mudhorobah adalah investasi. Sedangkan tabungan menurut dewan syariah nasional⁶¹ adalah simpanan dana yang kapan saja bisa ditarik sesuai dengan kesepakatan tertentu, namun tidak dapat ditarik dengan cek ,bilyen giro dan alat alat sejenisnya.

Sedangkan giro menurut undang-undang adalah simpanan sesuai dengan akad wadiah atau akad lainnya, dengan menggunakan prinsip-

⁵⁸ Al Quraan dan terjemah.Dapartemen Republik Indonesia. hal.47

⁵⁹ Ikit, S.E.,M.E.I, Penghimpunan Dana Akuntansi Bank Syariah. hal. 67

⁶⁰ Fatwa DSN No. 24/DSN-MUI/III/2002. Tentang Safe Deposit Box dalam Akad Wadiah Yad Al-Amanah.

⁶¹ Fatwa DSN No. 02/DSN-MUI/IV/2000. Tentang Tabungan dalam Perbankan Syariah.

prinsip syariah⁶² yang segala penarikannya berketerbalikan dengan tabungan, di mana giro dapat melakukan menarik di bilyed giro, cek dan sarana pembayaran lainnya.

2) Penyaluran dana/pembiayaan (financing)⁶³

Pembiayaan adalah pihak penyedia menyediakan sejumlah dana kepada pihak peminjam (nasabah) dengan perjanjian sesuai dengan kesepakatan pihak penyedia dana dan peminjam.

a. Bagi Hasil

Dalam sistem bagi hasil terbagi menjadi dua bentuk yaitu mudhorobah dan musyarokah. Murhobahah adalah akad yang sistemnya adalah kerja sama di mana kerja sama antara pemilik dan pengelola modal usaha yang segala aktifitasnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang keuntungannya dibagi sesuai dengan nisab yang telah disepakati⁶⁴. Musyarokah adalah sistim kerja sama di mana kedua belah pihak saling memberikan kontribusi dan keuntungan maupun kerugian dibagi sesuai dengan porsi pemberian modal begitu pula dengan kerugiannya.

b. Jual Beli

Dalam sistim jual beli terbagi menjadi tiga bentuk, yaitu Murobahah, Salam dan Istisna'. Murobahah adalah sistim jual beli yang mana terdapat dua belah pihak penjual dan pembeli dengan ketentuan si penjual memberitahukan harga asli barang dan si pembeli memberikan harga beli di atas harga barang pada aslinya. Salam jual beli dengan cara pemesanan dan pembayaran terlebih dahulu dengan syarat syarat tertentu sedangkan pembayaran barang dilakukan kemudian.⁶⁵ Istisna' sistem jual beli yang berbentuk pemesanan pembuatan barang dengan kriteria tertentu yang di sepakati antara pemesan dan penjual⁶⁶.

c. Sewa Menyewa

⁶² Undang-Undang Republik Indonesia. No. 21.Tahun 2008, Tentang Bank Syariah.

⁶³ Wangsawijaja, Pembiayaan Bank Syariah, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama,2012), hal. 34.

⁶⁴ Fatwa DSN MUI No: 111/DSN-MUI/IX/2017

⁶⁵ Fatwa DSN MUI No: 05/DSN-MUI/IV/2000

⁶⁶ Fatwa DSN MUI No: 06/DSN-MUI/IV/2000

Dawa sistem sewa menyewa terbagi menjadi dua bentuk yaitu ijarah dan ijarah muntahiya bittamlik. Ijarah adalah sewa menyewa barang di mana pihak yang menyewakan memperbolehkan pihak penyewa untuk menggunakan dan memanfaatkan barang yang disewa dan memberikan upah sesuai dengan kesepakatan. Ijarah muntahiiya bittamlik adalah sewa menyewa yang mana ada perjanjian pemindahan hak milik yang disepakati antara pihak yang menyewakan dan pihak penyewa barang.⁶⁷

d. Pinjaman

Dalam pinjaman terdapat akad qordh. Qordh adalah pihak lembaga keuangan syariah memberikan pinjaman kepada pihak peminjaman dan mengembalikan dana sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati dalam hal ini termasuk peranan nasabah dan bank syariah.⁶⁸

e. Jasa

Dalam jasa terdapat dua metode yaitu ijarah dan khafalah. Ijarah adalah sistem sewa menyewa suatu barang di mana nantinya si pihak penyewa memberikan upah kepada pihak yang menyewakan barang sesuai kesepakatan dua belah pihak. Khafalah adalah pengalihan utang dimana pihak pertama menunjuk pihak ketiga untuk membayar hutang kepada pihak kedua dengan syarat harus ada izin dan kesepakatan oleh pihak ketiga.⁶⁹

3) Produk Jasa

Pada umumnya produk jasa berbasis pada fee atau kompensasi yang harus di berikan kepada pihak bank oleh nasabah. Berikut adalah beberapa contoh produk jasa perbankan syariah di Indonesia adalah sebagai berikut:

a) Letter of credit (L/C) Import Syariah

Surat pernyataan sesuai dengan permintaan importir dengan memenuhi syarat sesuai dengan prinsip syariah yang diajukan kepada pengekspor yang dibuat oleh perbankan.

⁶⁷ Fatwa DSN MUI No: 112/SDN-MUI/IX/2017

⁶⁸ Fatwa DSN MUI No: 19/DSN-MUI/IV/2001

⁶⁹ Fatwa DSN MUI No: 12/DSN-MUI/IV/2000

b) Bank Garansi Syariah

Jaminan yang diberikan oleh bank sesuai dengan ketentuan yang diinginkan nasabah kepada pihak ketiga.

c) Gadai Syariah

Sistem pinjaman yang mana menggunakan sistem gadai barang sebagai jaminan atas hutang yang dilakukan oleh pihak penghutang sesuai dengan peraturan yang berlaku.

d) Penukaran Valas (sharf)

Jasa yang di diberikan oleh pihak perbankan syariah untuk melakukan pembelian atau penukaran valuta asing yang sama ataupun berbeda sesuai dengan kriteria yang diinginkan nasabah.⁷⁰

C. Perkembangan Bank Syariah di Indonesia

Bank syariah di Indonesia sebenarnya sudah ada dan sudah dimulai semenjak tahun 1983 dengan di deklarasikannya paket desember 1983 (pakdes 83) yang berisi jumlah regulasi dibidang perbankan, salah satu yang ada dalam regulasi tersebut adalah adalah peraturan di mana diperbolehkannya bank yang menggunakan sistem pengkreditan dengan menggunakan 0% bunga.⁷¹ Pada tahun 1991 adalah awal berdirinya bang muamalat Indonesia yang mana menjadi salah satunya bank yang menggunakan sistem bagi hasil di dalamnya. Sedangkan secara sahnya bank muamalat ini diperlakukan sejak tahun 1992 dengan berlandaskan dan di perlakukannya Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan syariah.

Dari undang-undang No.7 tahun 1992 yang telah di sempurnakan kembali kemudian dikeluarkanlah undang-undang No. 10 Tahun 1998 yang menetapkan bahwa bank dapat menggunakan sistem syariah dalam segala oprasinya. Undang- Undang No.10 tahun 1998 meberikan kebijakan yang menganut perbankan dengan sistem ganda pada perbankan di Indonesia.

⁷⁰ Mardani, Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia, (Jakarta: Kencana,2017), hal.38.

⁷¹ Abdul Ghofur Ansori, Perkembangan Sejarah Hukum Perbankan Syariah di Indonesia Dan Implementasikan Badi Praktik Perbankan Nasional, Jurnal EKONOMI Islam La Riba, Vol. II, No. 2, Desember 2008.

Kebijakan tersebut bertujuan untuk membuka kesempatan bagi bank konvensional untuk bisa melakukan pelayanan yang berbasis syariah melalui sistem Islamic window dengan cara terlebih dahulu membentuk unit usaha syariah (UUS).⁷²

Pada tahun 1999 disahkannya sebuah undang-undang untuk lebih menguatkan persepsi masyarakat tentang perbankan syariah yaitu undang-undang No. 23 tahun 1999 tentang perbankan di Indonesia. Ketetapan dalam undang-undang tersebut adalah bahwasannya Bank Indonesia dapat melakukan segala pengendalannya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Berdasarkan undang-undang tersebut bank Indonesia diberikan amanah untuk mendukung dan memberikan fasilitas penunjang terhadap berlangsungnya perbankan syariah di Indonesia, dan menjadikan landasan hukum yang kuat terhadapnya.

Tahun 1997 adalah tahun dimana terjadinya krisis ekonomi yang membuktikan perbankan syariah tetap eksis dan konsisten bertahan dalam maraknya nilai tukar dan tingkat suku bunga yang tinggi. Kendaki demikian bank syariah masih mempertahankan nilai-nilai syariah dalam segala kegiatannya, masih melarang adanya riba, transaksi yang bersifat tidak transparan, dan spekulatif. Dengan ulasan tersebut diharapkan perkembangan perbankan syariah kedepannya mampu meningkatkan sistem perbankan di Indonesia dan diharapkan pula mampu untuk meningkatkan ketahanan ekonomi di Indonesia yang akan datang.⁷³

D. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Antara bank syariah dan bank konvensional memiliki beberapa perbedaan yang signifikan, entah dari akad ataupun sistem kerja antar keduanya, yang menjadi perbedaan antara lain adalah:

⁷² Bambang Waluyo, Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam dalam Perbankan Syariah. Jurnal Ekonomii dan Bisnis, Vol. 6, No.2, Juli 2007.

⁷³ Mulya Siregar, Pengembangan Perbankan Syariah untuk Mendukung Terealisasinya Sistem Ekonomi yang Sehat di Indonesia: Evaluasi, Prospek dan Arah Kebijakan, Iqtisad: Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 3, No. 1, Maret 2002, 46-66.

Tabel 2.1
Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional.

No	Bank Syariah	No	Bank Konvensional
1.	Segala bentuk perjanjiannya menggunakan sistim syariah yang di atur oleh Al Quran dan Hadist	1.	Segala bentuk perjanjiannya diatur dalam hukum positif.
2.	Dalam menyelesaikan konflik antar nasabah dengan lembaga menggunakan sistem musyawarah melauai pengadilan agama	2.	Dalam menyelesaikan konflik antar nasabah dengan perbankan menggunakan jalur pengadilan terdekat.
3.	Dalam menjalin hubungan antara nasabah dan lembaga keuangan adalah kemitraan atau kerjasama	3.	Dalam menjalin hubungan antara nasabah dan lembaga keuangan adalah debitur dan kreditor
4.	Menggunakan sistim bagi hasil yang mana dalam segala bentuk investasi hanya untuk proyek yang halal dan memberikan keuntungan oleh dua belah pihak.	4.	Dalam segala bentuk investasinya tidak terlebih dahulu memikirkan halal atau haramnya namun yang di utamakan adalah proyek yang di biyai memberikan keuntungan.
5.	Menggunakan dewan pengawas berupa BI, DPS, Kkomisaris, Bapepam,	5.	Menggunakan dewan pengawas BI, Bapepam dan dewan komisaris.

Berdasarkan table di atas terlihat jelas perbedaan antar keduanya yaitu bank syariah dan bank umum konvensional, yang mana dalam segala bentuk aktivitasnya bank syariah mengutamakan prinsip sesuai dengan prinsip syariah, atau sesuai dengan anjuran yang di anjurkan dalam Al Quran dan hadist sedangkan dalam bank konvensional tidak mempertimbangkan hal tersebut. Perbankan syariah pula menggunakan yang namanya sistem bagi hasil di mana kedua belah pihak harus saling menguntungkan dan tanpa adanya bunga (riba) yang seharusnya sangat mempermudah masyarakat dalam

melakukan aktivitas keuangan, yang keuntungan atas bagi hasil tersebut telah disepakati oleh kedua belah pihak.

2.7. Penelitian Terdahulu

Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian yang akan peneliti lakukan dan sepuluh penelitian di atas salah satu kesamaan yang dimiliki adalah sama-sama berbicara tentang keputusan masyarakat dalam menabung di bank syariah. Karena variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini berbeda dengan yang digunakan dalam penelitian lain, variabel yang digunakan tidak sama persis dengan beberapa variabel yang digunakan di atas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki secara eksplisit bagaimana keputusan masyarakat untuk menabung di bank syariah dengan dasar pengetahuan, religiusitas dan kualitas pelayanan islam.

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Judul	Hasil	perbedaan
1.	Anton Bawono ⁷⁴	Analisis pemahaman produk, dan tingkat religiusitas terhadap keputusan mahasiswa IAIN menjadi nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga	Terciptanya sebuah asumsi bahwasannya variabel produk sangatlah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah cabang salatiga, sedangkan pemahaman dan religiusitas berpengaruh positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa	Tidak terdapat variabel kualitas pelayanan dan objek penelitian yang berbeda

⁷⁴ Bawono (2016). Analisa Pemahaman Produk, dan Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN menjadi Nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga. Jurnal Muqtasid

2.	Umiyati ⁷⁵	Merek, Reputasi, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Proses Pengambilan Keputusan Nasabah menggunakan Produk Tabungan di Bank Jabar Syariah KCP Ciputat	Reputasi kurang berpengaruh terhadap keputusan nasabah sedangkan merek, kualitas pelayanan dan lokasi sangat berpengaruh secara luas dalam keputusan nasabah menggunakan produk tabungan	Tidak terdapat variabel pengetahuan dan religiusitas dan objek penelitian yang berbeda
3.	Sufitrayati ⁷⁶	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di Kota Banda Aceh	Menunjukkan bahwasannya faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah, dengan di buktikan presentase 81,6% dan sisanya 18,4% di pengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang di teliti.	Tidak ada kesamaan oleh variabel independen (x) dan objek penelitian yang berbeda.
4.	Fifi Afiyanti Tripuspitorini, ⁷⁷	Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negri Bandung untuk Menabung di Bank Syariah	Dari hasil penelitian tersebut di ambil kesimpulan religiusitas sangat berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Politeknik Negri Bandung untuk menabung di Bank Syariah, religiusitas mempengaruhi minat menabung di Bank Syariah sebesar 12,3%	Tidak ada kesamaan variabel pengetahuan dan kualitas pelayanan islam dan objek penelitian yang berbeda

⁷⁵ Umiyati (2018), Merek, Reputasi, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Proses Pengambilan Keputusan Nasabah menggunakan Produk tabungan di Bank Jabar Syariah KCP Ciputat. Jurnal Liquidity

⁷⁶ Sufitrayati, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah di Kota Banda Aceh, Jurnal Ikhtiyah.

⁷⁷ Tripuspitorini (2019), Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Politeknik Negri Bandung untuk Menabung di Bank Syariah. Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah.

5.	Fadhilatul Hasanah, ⁷⁸	Pengaruh tingkat Religiusitas, Pengetahuan, kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Prefrensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang pada Bank Syariah	Dalam penelitian yang di lakukan oleh Fadhilatul Hasanah menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif, dengan menggunakan regulasi linier bergandayang menggunakan 99 orang sebagai respondennya. Dari metode tersebut mendapatkan hasil secara persial nilai hitung > table (9,602 > 1,985) yang menunjukan religiusitas menjadi pengaruh yang signifikan terhadap preferensi mahasiswa menabung di bank syariah	Perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah jumlah responden dan sempel, dari fariabel X yang mana dalam penelitian Fadhilatul Hasanah terdapat variabel kualitas produk sedangkan dalam penelitian yang akan di lakukan oleh peneliti tidak menggunakan variabel tersebut
6.	Maladi noor, Jurnal ⁷⁹	Pengaruh Faktor Eksternal Terhadap Keputusan Nasabah Non Muslim Menggunakan Jasa Pembiayaan Perbankan Syariah di Kota Pontianak	Data primer berupa proses analisi data. Lokasi adalah aspek terpenting dalam keputusan pelanggan. Daftar variabel berikut dapat digunakan untuk mengkarakterisasi bagaimana nasabah non muslim di kota Pontianak memutuskan menggunakan pembiayaan bank syariah atau tidak, dengan nilai loading factor 0,187, variabel produk	Perbedaan variabel x yang berbeda dan jumlah responden dan sempel yang berbeda pula

⁷⁸ Hasanah (2019), Pengaruh Tingkat Religiustas, Pengetahuan, Kualitas Produk dan Kualtas Pelayanan terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang pada Bank Syariah.

⁷⁹ Noor (2018). Pengaruh Faktor Eksternal terhadap Keputusan Nasabah Non Musleim Menggunakan Jasa Pembiayaan Perbankan Syariah di Kota Pontianak.

			(X1) berpengaruh signifikan terhadap nasabah non muslim untuk menggunakan jasa bank syariah, variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah non muslim untuk menggunakan jasa pembiayaan perbankan syariah, dengan nilai loading factor sebesar 0,387, variabel tempat (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah non muslim untuk menggunakan jasa pembiayaan bank syariah, variabel prosi (X4) dan variabel pelayanan (X5) juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah non muslim untuk menggunakan jasa pembiayaan bank syariah, memiliki nilai loading factor sebesar 0,319 yang secara signifikan memberikan pengaruh kepada keputusan nasabah non muslim untuk menggunakan jasa keuangan syariah.	
7.	Tri Astuti, ⁸⁰	Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah	Hasil analisis regresi antara lain, 1.) persepsi nasabah terhadap suku yang menguntungkan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, dengan nilai kolerasi 0,406 dan t-hitung 4,394. 2) Persepsi nasabah terhadap promosi berpengaruh signifikan terhadap minat	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan peneliti lakukan adalah terletak pada variabel x dimana peneliti menggunakan

⁸⁰ Astuti (2015). Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah. Jurnal Nominal.

			menabung dengan nilai korelasi 0,517 dan t-hitung 6,892. 3) Persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung dengan nilai korelasi 0,503 dan 5,755. 4) Persepsi nasabah terhadap suku bunga, promosi dan kualitas pelayanan secara keseluruhan adalah signifikan dengan nilai korelasi t-hitung 26,374 dan Rsquare 0,452 menunjukkan variabel dependen dapat di jelaskan oleh variabel independen sebesar 45,2% sedangkan sisanya sebesar 54,8% di jelaskan oleh variabel di luar model regresi.	variabel pengetahuan dan religiusitas, menggunakan 50 responden dan kecamatan tambakromo sebagai sampelnya.
8.	Eko Yuliawan, ⁸¹	Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung	Pendekatan regresi sederhana merupakan alat uji dalam penelitian ini dan strategi pengambilan sampel adalah random sampling. Hasil studi ini menunjukkan bahwa 44,8% pengetahuan konsumen berdampak pada keputusan konsumen dengan 55,2% sisanya di pengaruhi oleh elemen yang tidak di perhatikan	Perbedaan terletak pada variabel x dimana peneliti menggunakan variabel religiusitas dan kualitas pelayanan islam dengan 50 responden dan kecamatan tambakromo sebagai sampelnya

⁸¹ Yuliawan (2016). Pengaruh Pengetahuan Konsumen mengenai Perbankan Syariah dalam Memilih menjadi Nasabah Bank Syariah PT Bank Syariah Bandung. Jurnal Ekonomi Mikroskil.

9.	Maisir, ⁸²	Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah pada Bank Syariah di Banda Aceh	Memanfaatkan convenience sampling sebagai sampel yang di pilih, tehnik yang di gunakan regresi linier berganda. Prinsip bagi hasil, tingkat pendapatan, religiusitas dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah kota Banda Aceh, namun kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah di buktikan dengan t hitung $0,852 > t_{table} = 1,666$ dan signifikan t hitung $0,396 < \alpha = 0,10$. Dengan ini maka di simpulkan H_0 diterima dan H_4 ditolak. Dari rumusan tersebut pelayanan yang baik tidak menjamin nasabah menabung di bank syariah	Dari beberapa persamaan terdapat perbedaan antara lain variabel (x) pengetahuan tidak terdapat dalam penelitian ini, jumlah responden dan sampel yang berbeda.
10.	Muhammad Zuhirsyan Nurlinda ⁸³	Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah	Menurut uji hipotesis berdasarkan temuan analisis, persepsi nasabah dan tingkat religiusitas keduanya memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan mereka untuk memilih bank syariah. Pilihan untuk memilih bank syariah lebih dipengaruhi oleh religiusitas dan persepsi nasabah. Menurut H_0 , persepsi nasabah tidak terlalu berpengaruh terhadap keputusan memilih	Yang menjadi perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang akan di lakukan oleh peneliti adalah terletak dalam variabel (x)nya yang hanya menggunakan variabel religiusitas saja

⁸² Maisir (2015). Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menabung Nasabah Bank Syariah Banda Aceh. Jurnal Magister Akuntansi.

⁸³ Nurlinda (2018), Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. Jurnal AlAmwal.

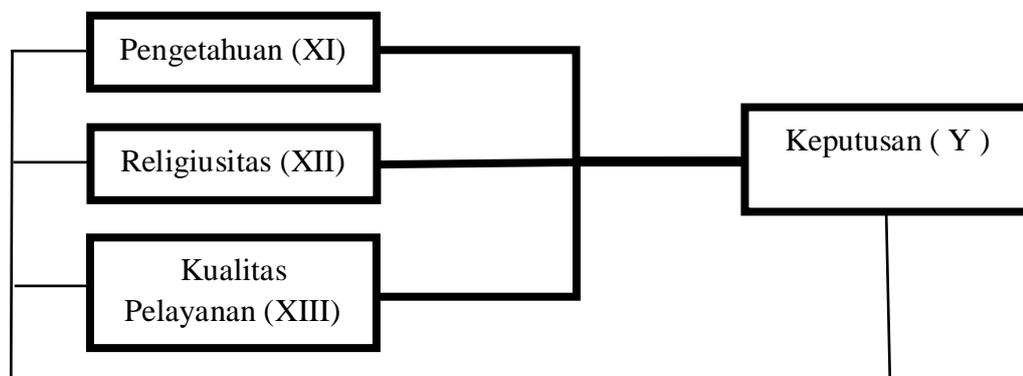
			bank syariah, sehingga kuatnya persepsi nasabah tidak berpengaruh besar terhadap pilihan tersebut. Pilihan memilih bank syariah sangat di pengaruhi oleh religiusitas (H ₀ ditolak), sehingga semakin tinggi religiusita seseorang maka semakin besar kemungkinan memilih bank syariah	tidak menggunakan kwaitas pelyanan dan pengetahuan dan jumlah responden maupun sampel yang berbeda.
--	--	--	---	---

2.8. Kerangka Pemikiran Teoritik

Keputusan masyarakat kecamatan tambakromo dalam menabung di Bank Syariah dengan menggunakan variabel bebas (X) yaitu pengetahuan (X1), religiusitas (X2), kualitas pelayanan islam (X3), di dasarkan dengan landasan teori dan penelitian sebelumnya mengenai hubungan antara variabel dependen (Y). Kerangka konseptual yang mengikuti kemudian dapat di buat sebagai berikut:

Gambar 2. 1

Kerangka Pemikiran



2.9. Hipotesis

Hipotesis merupakan solusi jangka pendek dari rumusan masalah penelitian. Karena solusi yang di berikan terhitung baru dan berdasarkan teori yang sesuai, maka di kategorikan sebagai sementara. Berikut ini adalah kemungkinan rumusan hipotesis studi berdasarkan keadaan sebagai berikut:

1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung di Bank Syariah

Pengetahuan dapat diartikan sebagai instrument penting kehidupan manusia, yang meliputi pikiran dan hati, sumber dari segala pengetahuan seseorang terdapat pada sejarah dan lam yang akan menjadi penopang perilaku seseorang.

Pengetahuan produk mengacu pada jumlah informasi yang disimpan oleh konsumen dalam dirinya atau ingatan tentang kelas produk tertentu, bentuk produk, merek, model dan cara – cara mereka untuk membeli suatu produk, hal ini dijadikan acuan suksesnya menarik keputusan seseorang dalam memilih produknya.

Terdapat beberapa penelitian yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam menabung di bank syariah. Seperti dalam penelitian Yuliawan.⁸⁴ Berdasarkan penelitian terdahulu maka peneliti menjadikan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam menabung di bank syariah

H0 : Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam menabung di bank syariah.

2. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung di Bank Syariah

Religiusitas berarti totalitas seseorang dalam menjalani kehidupan sesuai dengan ajaran beragama. Dalam konteks psikologi agama, religiusitas merupakan perwujudan dari psikologi dan agama yang tidak dapat dipisahkan serta diintegrasikan sebagai inti kualitas hidup manusia yang diartikan sebagai kata rindu, rasa ingin bersatu, ingin bersama dengan suatu yang abstrak.

Religiusitas sudah terimplementasikan di dalam sisi kehidupan manusia. Seperti halnya dalam pernyataan etika Islam yaitu tujuan dari manusia beragama

⁸⁴Yuliawan (2016) Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Cabang Bandung. Jurnal Wira Ekonomi Mikropskil.

adalah supaya manusia dapat memiliki pedoman hidup dan memiliki perilaku yang baik sesuai dengan ajaran islam untuk mencapai keridhoan Allah SWT.

Terdapat beberapa penelitian yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah, seperti dalam penelitian Bawono⁸⁵ dan di katkan oleh penelitian Utami⁸⁶ menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah. Berdasarkan penelitian tersebut peneliti menjadikan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan masyarakat kecamatan Tabakromo dalam menabung di bank syariah.

H0 : Religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menabung di bank syariah.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam Terhadap Keputusan Masyarakat Menabung di Bank Syariah

Kualitas pelayanan islam di artikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen agar sesuai dengan yang di harapkan nasabah. Salah yang termasuk dalam memberikan kualitas peayanan yang baik sesama insan manusia. Memberikan kualitas pelayanan yang baik berupa jasa adalah suatu keutamaan bekerja dalam islam.

Terdapat beberapa penelitian yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan islam berpenaruh terhadap keputusan masyarakat dalam menabung di bank syariah. Seperti dalam penelitian S Harunianingrum⁸⁷ dan di perkuat penelitian terdahulu Astuti⁸⁸. Menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah. Berdasarkan penelitian tersebut penelitian menjadikan hipotesis sebagai berikut:

⁸⁵ Bawono (2016), Analisi Pemahaman, Produk dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN menjadi Nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga. Jurnal Muqtasid.

⁸⁶ Utami (2015). Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Reverensi dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. Jurnal Wawasan Manajemen.

⁸⁷ Rizky Pratama Putra dan Sri Herianingkrum, Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Surabaya.(JESTT Vol.1 No. 9 September 2014)

⁸⁸ Astuti (2015), Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah. Jurnal Nasional Nominal

H3 : Kualitas pelayanan islam berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah.

H0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat kecamatan Tambakromo dalam menabung di bank syariah.

4. Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Masyarakat Menabung di Bank Syariah di Kecamatan Tambakromo Kabupaten Pati

Setelah apa yang dipaparkan di atas tentang variabel pengetahuan, religiusitas dan kualitas pelayanan islam, ditarik kesimpulan secara simultan terhadap variabel-variabel dependen yaitu pengetahuan, religiusitas dan kualitas pelayanan Islam terhadap keputusan masyarakat Kecamatan Tambakromo Kabupaten Pati dalam menabung di Bank Syariah. Ditarik kesimpulan secara bersamaan sebagai berikut:

H4 : Pengetahuan, religiusitas dan kualitas pelayanan Islam secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat Kecamatan Tambakromo dalam menabung di Bank Syariah.

H0 : Pengetahuan, Religiusitas dan kualitas pelayanan Islam tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat Kecamatan Tambakromo dalam menabung di Bank Syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian berupa angka yang tergolong dalam penelitian kuantitatif. Sedangkan dalam proses pengumpulan datanya peneliti menggunakan kuesioner yang nantinya akan di sebarakan kepada responden, dari apa yang telah di lakukan berupa pengolahan data dan analisa akan di perolehnya suatu informasi.⁸⁹

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian bertempat pada salah satu kecamatan di kabupaten pati lebih tepatnya di kecamatan Tambakromo. Penelitian ini akan di laksanakan secepatnya sesuai dengan anjuran dosen pembimbing, kurang lebihnya akan di laksanakan pada bulan September 2023 sampai dengan Oktober 2023.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi mengacu pada keseluruhan objek penelitian dan partisipan yang akan di teliti, dengan temuan yang di tarik oleh peneliti.⁹⁰ Sebaliknya menurut Sugiyono adalah area generalisasi yang terdiri dari item atau individu yang memiliki atribut dan karakteristik tertentu yang di pilih peneliti untuk di tarik kesimpulan pada akhirnya. Populasi dalam penelitian yang akan di laksanakan peneliti adalah masyarakat Kecamatan Tambakromo.

3.3.2. Sampel

Objek atau subjek penelitian yang di pilih untuk mewakili total populasi di kenal sebagai sampel. Hal ini dimaksudkan untuk menghemat materil dan waktu. Sempel harus dipilih dengan hati-hati untuk memastikan bahwa kesimpulan yang di capai mewakili padangan popilasi.⁹¹ Sebaliknya, sempel menurut

⁸⁹ Nanang Martono, Metode Penelitian Sosial: Konsep-Konsep Kunci, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015). hal. 20

⁹⁰ Bawono, A. Multivariat Analysis dengan spss. (Salatiga: Salatiga press. 2006). Hal. 28

⁹¹ Ibid. hal. 28

Sugiyono adalah himpunan bagian dari ukuran dan ciri populasi, peneliti akan menggunakan metode purposive sampling dalam prosedur pengambilan sampelnya. Purposive sampling adalah strategi pengambilan sampel yang memperhitungkan faktor- faktor tertentu.⁹² Adapun faktor- faktor yang di perhatikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Responden adalah masyarakat kecamatan tambakromo.
- b. Masyarakat kecamatan tambakromo yang bersedia menjadi responden dari umur $20 >$ tahun.
- c. Masyarakat kecamatan Tambakromo yang menabung di Bank Syariah.

Menurut Rosce dalam bukunya Sugiono menyimpulkan, ukuran sampel yang di perlukan untuk penelitian kuantitatif adalah antara 30 sampai 500, atau dengan menggunakan ukuran sampel minimal 10 kali jumlah variabel (dependen + independen) yang di teliti. Menurut Rosce, alat yang di gunakan dalam peneitian ini kurang lebih sebagai berikut:⁹³

$$n = 10 \times \text{jumlah variabel}$$

$$n = 10 \times 4$$

$$n = 40$$

Dari jumlah tersebut di ketahui dari hasil anggota sampel minimal adalah 40, jadi peneliti mengambil sampel dari penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu berjumlah 40 sampel kuesioner.

3.4. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran

3.4.1. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah informasi yang telah di peroleh atau di kumpulkan oleh mereka yang membutuhkannya langsung di lapangan. Baik pendekatan pasif maupun aktif dapat di gunakan untuk mengumpulkan data primer. Pengumpulan data dengan cara mekanisme atau manual sambil meneliti karakter di kenal dengan pengumpulan data primer secara pasif, sedangkan

⁹² Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015).
hal. 86

⁹³ *Ibid.* hal. 85

pengumpulan data primer secara aktif aktif adalah melibatkan pertanyaan responden, baik secara langsung maupun tidak langsung.⁹⁴ Dalam penelitian yang akan peneliti lakukan sumber data primer di dapat melalui kuesioner yang di sebarakan langsung kepada sampel masyarakat kecamatan tambakromo sebagai sampel yang telah di tentukan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang telah di kumpulkan dari tulisan-tulisan Al Quraan, buku-buku, jurnal penelitian, internet, dan sumber- sumber lain yang relevan dengan pokok- pokok bahasan dengan apa yang akan peneliti lakukan. Jurnal, buku bahan- bahan pendukung, internet dan pustaka- pustaka merupakan sumber data sekunder dalam penelitian yang akan peneliti lakukan.

3.4.2. Variabel

Dalam metode penelitian variabel terbagi menjadi dua elemen, yaitu elem variabel dependen (tidak terkaitan) dan variabel independen (bebas).

a) Variabel terkait (dependen)

Variabel ini sering juga di kenal sebagai variabel kriteria, output atau konsekuensi.⁹⁵ Ini sering di sebut sebagai variabel terkait dalam Bahasa Indonesia. Variabel yang di pengaruhi oleh atau hasl dari faktor independen di sebut sebagai variabel dependen.⁹⁶ Keputusan masyarakat muslim dalam menabung di bank syariah merupakan variabel dependen (Y) dalam penelitian ini dengan mempertimbangkan beberapa faktor.

b) Variabel bebas (independen)

Variabel ini sering di sebut sebagai variabel stimulus, predictor, anteseden, dan sering di sebut sebagai variabel bebas dalam Bahasa Indonesia.⁹⁷ Variabel yang menyebabkan efek atau yang dapat di anggap mempengaruhi variabel independen. Peneliti dalam melakukan penelitiannya menggunakan variabel

⁹⁴ Dwi Kartini (2016). Jurnal Riset Akuntansi. hal. 23

⁹⁵ Sugiyono. Statistik untuk Penelitian. (Bandung: Alfabeta, 2007). hal. 4

⁹⁶ SugiYono. Metode Penelitian Kuantitatif. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2015). hal. 39

⁹⁷ Sugiyono. Statistika untuk Penelitian....hal. 4

independen yaitu berupa, pengetahuan (X1), religiusitas (X2), dan kualitas pelayanan islam (X3).

3.4.3. Skala Pengukuran

Penilaian skala variabel sesuatu berdasarkan jenis data yang termasuk dalam variabel penelitian dikenal sebagai skala pengukuran. Agar alat ukur bisa menghasilkan data kuantitatif pada saat di gunakan dalam suatu pengukuran, maka skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan durasi singkat interval yang ada pada alat ukur tersebut.⁹⁸ Sekala likert di gunakan sebagai sistim pengukuran dalam peneletian ini. Sekala likert di gunakan untuk mengukur sikap, sudut pandang dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial.

Variabel yang akan diukur di jelaskan oleh indicator variabel saat menggunakan sekala likert. Unsur instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan kemudian di satukan dengan menggunakan indikasi sebagai titik awal. Setiap alat yang menggunakan sekala likert memiliki rentang tanggap, dari sangat positif hingga sangat negative. Tanggapan dapat dinilai untuk tujuan analisi kuantitatif sebagai berikut:

- 1) Selalu/ sangat/ sangat setuju diberikan nilai 4
- 2) Setuju/ sering positif diberikan nilai 3
- 3) Tidak setuju/ hamper tidak pernah/ tidak pernah diberikan nilai 2
- 4) Sangat tidak setuju/ tidak pernah diberikan nilai 1

3.5. Tehnik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

3.4.1. Tehnik Pengumpulan Data

a. Observasi

Untuk menggunakan tehnik observasi seseorang harus mengamti objek yang di selidiki, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan menggunakan peralatan seperti lembar observasi atau pedoman penelitian. Membandingkan observasi dengan metode pengumpulan data lainnya, seperti

⁹⁸ Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif...hal. 48

kuesioner dan wawancara, mengungkapkan perbedaan tertentu.⁹⁹ Di kecamatan tambakromo nantinya peneliti melakukan obserfasi terhadap masyarakat di Kecamatan Tambakromo berdasarkan konsep yang telah dipaparkan sebelumnya.

b. Kuesioner dan angket

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengajuan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden.¹⁰⁰ Metode ini bekerja dengan baik ketika menggunakan pendekatan survei dan lebih dapat dipercaya jika pertanyaan tepat sasaran dan bermanfaat. Peneliti dapat memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian dan memiliki tingkat reabilitas dan validitas yang tinggi dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada setiap responden. Peneliti menggunakan koesioner tertutup untuk menyebarkan kuesioner sebagai alat penelitian. Kuesioner tertutup memiliki pertanyaan yang terstruktur dimana responden hanya diberikan pilihan-pilihan yang tercantum dalam kuesioner.¹⁰¹ Dalam keterangan di atas peneliti membagikan kuesioner secara langsung kepada masyarakat Kecamatan Tambakromo.

c. Dokumentasi

Strategi dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa bahan tulisan yang membuat fakta, justifikasi dan pendapat mengenai fenomena yang masih relevan dengan permasalahan kajian. Strategi pendokumentasian merupakan produk sampingan dari pengumpulan dokumen, pemilihan berdasarkan tujuan kajian, pencatataan dan membenaran, interpretasi dan keterkaitan dengan fenomena lain.¹⁰²

3.5.2. Devinisi Oprasional

Definisi operasional adalah penjabaran masing-masing variabel terhadap indikator-indikator yang membentuknya. Untuk menghindari terjadinya

⁹⁹ *Ibid.* hal. 145

¹⁰⁰ Muhammad. Metodologi Penelitian Ekonomi Islam, (Depok: Rajawali press, 2017). hal. 120

¹⁰¹ Daryanto, Evaluasi Pendidikan, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008). hal. 43

¹⁰² Muhammad, metodologi penelitian Ekonomi Islam...hal. 152

perbedaan persepsi dalam menginterpretasikan pengetahuan masing-masing menurut konteks penelitian ini,

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner atau angket sebagai alat pengumpulan datanya, yang memuat segala bentuk pertanyaan yang bersangkutan paut dengan masalah yang akan diteliti. Agar memberikan hasil yang maksimal indikator pertanyaan dalam kuesioner benar-benar dipertimbangkan sesuai dengan kultur studi kasus yang ada, setelah itu penyebaran kuesioner kepada responden dilaksanakan. Untuk memberikan kemudahan terhadap jalannya penelitian ini kedepannya, maka definisi operasional dari variabel-variabel penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

Table 3.1
Definisi Operasional variabel

no	variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1.	Independen (X1) Pengetahuan	Pengertian dapat diartikan apa yang diketahui. Menurut Notoatmodjo Pengetahuan adalah merupakan hasil tahu manusia, ini terjadi setelah seseorang melakukan penginderaan terhadap sesuatu objek tertentu.	pengetahuan Produk pengetahuan Pembelian Pengetahuan Pemakaian	likert
2.	Independen (X2) Religiusitas	Menurut Jalaludin Religius menurut Islam adalah totalitas seseorang dalam menjalankan ajaran agama secara menyeluruh dalam nuraninya dalam bentuk personal maupun individu	Keyakinan Praktik agama Pengalaman Pemahaman Konsekuensi	Likert

3.	Independen (X3) Kualitas pelayanan	Kualitas pelayanan merupakan tingkat mutu yang berhubungan dengan kepuasan pelanggan yang meliputi prodak dan jasa. Menurut Lupiyoadi kualitas pelayanan merupakan perbandingan persepsi pelanggan atas pelayanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya.	Handal Tanggap Jaminan Empati	Likert
4.	Dependen (Y) Keputusan	Keputusan adalah pilihan dari atau lebih yang di ambil berdasarkan pertimbangan dari pilihan yang terbaik. Gito Sudarmono berpendapat bahwa keputusan terkait dengan ketetapan dari penentuan suatu pilihan yang diinginkan.	Pengenalan Masalah Informasi Evaluasi Pengambilan keputusan Setelah pengambilan keputusan	Likert

3.6. Tehnik Anaisi Data

Dalam penelitian ini terdapat tujuan yaitu untuk menguji apakah pengetahuan masyarakat, religiusitas dan kwaitas pelayanan islam berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah pada masyarakat Kecamatan Tambakromo dan mengetahui seberapa kuat pengaruhnya.

3.6.1. Uji Instrumen Penelitian

a) Uji Validitas

Validitas koesioner di evaluasi dengan menggunakan uji validitas. Apakah pertanyaan- pertanyaan pada suatu kuesioner mampu mengungkapkan informasi yang akan di ukur oleh kuesioner tersebut maka di anggap valid.¹⁰³

¹⁰³ Bawono, A. Multyvariet Analisi dengan SPSS...hal. 68

Temuan korelasi antara skor item pertanyaan dan skor keseluruhan dapat digunakan untuk menentukan validitas suatu kuesioner. Jika dimana ada tanda bintang di sebelah pertanyaan-pertanyaan di kolom atau baris di mana setiap item dijumlahkan, data tersebut dianggap signifikan. Uji validitas ini berusaha untuk memastikan tingkat akurasi suatu tes atau sejauh mana memenuhi tujuan yang dimaksudkan. Instrument yang digunakan untuk mengukur suatu di anggap sah jika dapat memberikan hasil yang diinginkan atau mengukur apa yang ingin diukur. Sedangkan r table uji validitas dapat dicari dengan menggunakan rumus $df = n - 2$, dimana n adalah jumlah sampel. Dalam penelitian ini didapat $df = 38$ sehingga r tabel adalah 0,3120

Melakukan uji signifikan dengan mengkontraskan nilai r hitung dengan r table merupakan proses pengambilan keputusan yang mendasar. Jika ada banyak pertanyaan, ini selesai. Kriteria berikut digunakan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu instrument penelitian.

- 1) Jika nilai r hitung $>$ r table, maka pertanyaan valid
 - 2) Jika nilai r hitung $<$ r table, maka item pertanyaan tidak valid
- b) Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah prosedur yang menunjukkan bagaimana pengukuran berulang terhadap subjek yang sama bisa mendapatkan temuan yang pada dasarnya sama. Semakin dekat hasilnya cocok, semakin akurat kuesionernya. Pengujian reabilitas mengungkapkan hasil pengukuran yang akurat. Pengumpulan data harus dapat diandalkan untuk mencapai hasil pengukuran yang diinginkan.

Uji reabilitas, misalnya, digunakan untuk mengevaluasi data yang peneliti terima sebagai konsekuensi sebagai survei yang dilakukan. Bila tanggapan responden terhadap suatu pertanyaan konstan atau tetap sepanjang waktu, suatu kuesioner dikatakan reliabel atau tidak dapat diandalkan. Metode pengukuran yang digunakan adalah metode *Cronbach alpha* memberikan reabilitas ini. Jika

nilai *crobach alpa* lebih besar dari 0,60, maka variabel di anggap dapat di andalkan (reliabel).¹⁰⁴

3.6.2. Uji Normalitas Data

Untuk melakukan analisis validitas, reliabilitas, uji t, korelasi dan regresi perlu ditentukan apakah apakah data secara kontinyu berdistribusi normal. Hal ini dilakukan dengan menggunakan uji normalitas data. Uji statistic parametik digunakan jika data terdistribusi secara teratur. Sementara itu, uji statistic non parametric dilakukan jika data tidak terdistribusi secara teratur. Kriteria pengambilan keputusan menurut *kolmogorow-smirnov* adalah sebagai berikut:

- a) Nilai sig < 0,05 maka data dikategorikan tidak normal.
- b) Nilai sig > 0,05 maka data dikategorikan normal¹⁰⁵.

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Variabel independen diuji multikolinieritas untuk melihat apakah mereka terhubung satu sama lain. Jika hal ini terjadi, sangat sulit untuk mengidentifikasi variabel independen yang berdampak pada variabel dependen, seharusnya tidak ada masalah multikolinieritas dengan data yang memadai. Meneliti *VIF* (*variance inflation factor*) dan toleransi adalah salah satu pendekatan. Tidak ada masalah multikolinieritas jika nilai *VIF* lebih besar dari 10 dan toleransi lebih tinggi dari 0,10.¹⁰⁶

Oleh karena itu, besaran *VIF* dan toleransinya pada hasil keluaran spss dengan rekomendasi dapat digunakan untuk mengetahui adanya multikolinieritas. Model regresi bebas multikolinieritas jika *VIF* mendekati sepuluh dan nilai tolerance juga mendekati sepuluh. Seharusnya tidak ada hubungan atau keterkaitan antara variabel independenn dalam model regresi yang layak.

¹⁰⁴ *Ibid.* hal. 64

¹⁰⁵ Agus Eko Sujianto, Aplikasi Statistik SPSS 16,0. (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009). hal 94

¹⁰⁶ Diah Nirmala Arum Janie, Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda dengan SPSS, (Semarang: Semarang University Press, 2012). hal. 19

b. Uji Heterokedestisitas

Uji heteroskedastitas mencoba untuk menentukan apakah variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya tidak sama dengan model regresi. Homoskedastitas adalah keadaan dimana variasi residual dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya tidak berubah, sedangkan heteroskedastitas adalah kebalikannya. Salah satu yang menunjukkan homoskedastitas atau tidak mengalami heteroskedastitas adalah model regresi yang baik.

Grafik sebar dapat digunakan untuk memeriksa tanda-tanda heteroskedastitas penyakit, khususnya dengan membandingkan grafik sebar antara ZPRED (nilai prediksi dari variabel dependen) dan SRESID (sisa). Jika pola pergerakan grafik tertentu (gelombang penyebar dan menyempit), hal ini cenderung menunjukkan tanda-tanda heteroskedastitas, dan dapat digunakan untuk mengidentifikasi grafik scatterplot. Namun, jika polanya tidak menentu, seringkali tidak ada gejala heteroskedastitas penyakit.¹⁰⁷

Selain melihat grafik scatterplot, peneliti juga bisa melihat hasil tes *white* and *park*. Model tes *park* juga digunakan, dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastitas penyakit jika koefisien parameter persamaan regresi tidak signifikan secara statistik dengan acuan pada nilai $t\text{-test} < t\text{-tabel}$ ¹⁰⁸. Dalam penelitian yang akan peneliti lakukan menggunakan uji glejser dengan asumsi jika nilai signifikan (*sig*) lebih besar dari 0,05 bisa disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastitas dalam model regresi.

3.6.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda telah digunakan dalam penelitian ini. Untuk mengetahui perubahan nilai suatu variabel yang diakibatkan oleh variabel lain digunakan analisis regresi. Model matematika yang disebut persamaan garis berganda untuk menentukan hubungan antar variabel sesuai dengan tujuan penelitian. Keputusan nasabah sebagai variabel dependen. Pengetahuan, kualitas pelayanan islam dan religiusitas sebagai variabel independen. Maka dari itu

¹⁰⁷ Bawono,A, Multyvariet Analisis dengan SPSS...hal. 134-135

¹⁰⁸ *Ibid.* hal. 136-141

analisis regresi linier berganda akan terlaksana apabila variabel independen lebih dari satu.¹⁰⁹ Rumus regresi linier berganda sebagai berikut:

Y	: a+b1X1+b2X2+b3X3+e
Y	: Keputusan nasabah
A	: Konstanta
b1	: Koevisien variabel regresi X1
b2	: Koevisien variabel regresi X2
b3	: Koevisien variabel regresi X3
X1	: Pengetahuan
X2	: Religiusitas
X3	: Kualitas pelayanan islam
E	: Kesalahan berdistribusi normal dengan rata- rata 0

Penelitian ini menggunakan tipe data kuantitatif, yang memerlukan data sebagai nilai angka. Aplikasi SPSS (paket statistic ilmu sosial) akan digunakan untuk meneliti data. SPSS adalah metode pengolahan data yang dapat dibandingkan dengan pengolahan data berbasis komputer, namun terdapat perbedaan dalam cara penyajian data input dan output dalam SPSS.¹¹⁰

3.7. Uji Hipotesis

Dalam penelitian kuantitatif, hipotesis dapat berupa variabel tunggal atau hipotesis kasual,yang mencakup dua variabel atau lebih. Oleh karena itu dapat diklaim bahwa hipotesis adalah solusi dari masalah penelitian seperti yang telah dirumuskan. Untuk menentukan dengan menggunakan uji t-statistik pengaruh dari masing-masing variabel independen secara individu. Uji ANOVA atau uji *F* digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh faktor independen terhadap variabel dependen dalam waktu yang bersamaan.

a. Uji-t (*Parsial*)

Digunakan untuk menetapkan apakah variabel independen individu memiliki dampak besar pada variabel dependen atau tidak. Uji-t digunakan,

¹⁰⁹ Bawono, A. Multyvariet Analysis dengan SPSS....hal. 84

¹¹⁰ *Ibid.* hal. 1

menurut Ghozali, untuk mengetahui masing-masing variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini memberikan kontribusi untuk menjelaskan secara persial variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan software SPSS, yaitu dengan melihat tabel *coefficients* pada kolom sig. Jika probabilitas nilai t atau signifikansi $< 0,05$ maka bisa dikatakan terdapat nilai pengaruh secara persial. Proses pengambilan keputusan uji-t adalah sebagai berikut¹¹¹:

- 1) Jika nilai t hitung $> t$ table maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel (Y) .
- 2) Jika nilai t hitung $< t$ table maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel (Y).

Berdasarkan nilai signifikansi hasil output SPSS:

- 1) Jika nilai *sig* $< 0,05$, maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terkait (Y).
- 2) Jika nilai *sig* $> 0,05$, maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel terkait (Y).

b. Uji-F (*Simultan*)

Uji statistic F pada dasarnya menentukan apakah semua variabel modal yang dimaksud secara bebas memiliki dampak signifikan gabungan pada variabel dependen. Berikut perhitungan pengujian hipotesis penelitian ini menggunakan output SPSS dengan tingkat signifikansi 0,05:

- 1) Apabila $F_{hitung} > F_{table}$ maka H_0 ditolak kesimpulannya terdapat pengaruh signifikan.
- 2) Apabila $F_{hitung} < F_{table}$ maka H_0 di Tarik kesimpulannya tidak ada pengaruh signifikan.

3.8. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Digunakan untuk menghitung sejauh mana variabel independen (X) berdampak pada variabel dependen (Y).¹¹² Dengan keterbatasan, kemampuan

¹¹¹ Imam Ghozali. Aplikasi Anaisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Keempat. (Semarang: Universitas Diponegoeo, 2012). hal.99

¹¹² Isdianto (2017). Pengaruh Perakter MSDM Strategi dan Kinerja Karyawan terhadap Kinerja Perusahaan Persewaan Alat Pesta OR (Studi Kasus pada Perusahaan Alat Pesta Oki Rejeki). Jurnanl Manajemen Dewantara. hal. 83

menjelaskan variabel bebas terhadap variabel terkait kuat jika (R^2) lebih besar dari satu atau sangat dekat dengannya. Hal ini menunjukkan bahwa model yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antar variabel independen dan dependen menjadi lebih kuat. Jika (R^2) menurun mendekati nol, dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin berkurang. Hal ini menunjukkan bahwa model yang digunakan untuk menggambarkan pengaruh variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen lemah.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Data

Data dalam penelitian ini di peroleh dengan menyebarkan langsung angket berupa kuesioner kepada responden yang merupakan masyarakat Kecamatan Tambakromo Kabupaten Pati.

4.2. Gambaran Objek Penelitian

Kota Pati adalah sebuah kota di provinsi Jawa Tengah, Indonesia. Kabupaten Pati merupakan salah satu dari 35 daerah kabupaten/kota di Jawa Tengah bagian timur. Secara astronomis Kabupaten Pati terletak antara $6^{\circ}25' - 7^{\circ}00'$ lintang selatan dan antara $100^{\circ}50' - 111^{\circ}15'$ bujur timur. Berdasarkan posisi geografisnya, Kabupaten Pati memiliki batas-batas wilayah utara Kabupaten Jepara dan laut Jawa selatan, Kabupaten Grobogan dan Blora Barat, Kabupaten Kudus dan Jepara Timur, Kabupaten Rembang dan laut Jawa. Berdasarkan hasil EPT tahun 2002, luas wilayah Kabupaten Pati adalah 150.368 Ha yang terdiri dari 59.332 Ha lahan sawah, 66.086 Ha lahan bukan sawah dan 24.950 Ha lahan bukan pertanian.

Berbicara sejarah kecamatan Tambakromo sebelum menjadi nama Tambakromo bernama Penancangan. Dahulunya kecamatan ini menjadi bagian dari kewedanan Kayen. Kecamatan ini dibentuk pada tahun 1965, berdasarkan SK Kepala Daerah Tingkat I Jawa Tengah nomor 141/1965 tanggal 15 April 1965 “Penancangan” sebagai pemekaran dari kecamatan Kayen, dengan saat itu terbagi atas 6 desa, 42 RW dan 540 RT, serta memiliki luas 570 KM serta jumlah penduduk 2.500.000 jiwa/500 KK. Kecamatan ini diresmikan pada tanggal 1 Mei 1965 oleh Presiden Soekarno dan Gubernur Jawa Tengah yang menjabat waktu itu. Batasan wilayah Kecamatan Tambakromo setelah pemekaran tahun 2005 yaitu:

- Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Gabus dan Kecamatan Gondosari
- Sebelah timur berbatasan dengan Kecamatan Winong
- Sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Grobogan
- Sebelah barat berbatasan dengan Kecamatan Kayen dan Kecamatan Serangrejo

Setelah tahun 2005, setelah penataan, pembentukan dan perubahan nama nama kecamatan, ditambah dengan desa-desa larangan dan keben dari kecamatan kayen, serta di kurangi dengan desa-desa panceng dan sumber payung unruk dimasukkan dan untuk membentuk kecamatan gondosari, serta sekarang terbagi atas 15 desa 3 kelurahan.

4.3. Deskriptif Karakteristik Responden

Data penelitian dikumpulkan dengan cara membagikan angket kepada responden ,dengan membagikan angket, maka data yang di butuhkan menjadi lebih mudah terpenuhi. Survei dengan penyebaran angket dilakukan mulai tanggal 15- 30 september.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kecamatan Tambakkromo adapun jumlah sampel yang digunakan sebanyak 40 responden, dengan rincian deskripsi yang dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden

No	kriteria	Jumlah	Presentase
1.	Jenis kelamin :		
	a. Laki-laki	23	58%
	b. perempuan	17	42%
	Total responden	40	100%
2.	Usia		
	a. 20-40 tahun	22	55%
	b. 40-60 tahun	18	45%
	Total responden	40	100%
3.	Lama Menabug		
	a. < 1 tahun	10	25%

	b. 1- 3 tahun	18	45%
	c. > 3 tahun	12	30%
Total responden		40	100%
4.	Tingkat pendidikan		
	a. Sarajan	7	17%
	b. SMA	28	70%
	c. MTS	5	13%
Total responden		40	100%
5.	Pekerjaan		
	a. Tenaga Pendidikan	14	35%
	b. Swasta	15	38%
	c. Pedagang	10	25%
	d. Perangkat Desa	1	2%
Total responden		40	100%

Dari 40 angket yang telah di olah, gambaran umum mengenai responden yang terperinci dapat dilihat pada table 4.1. Pada responden masyarakat Kecamatan Tambakromo. Dilihat dari jenis kelamin, terdapat 23 responden berjenis kelamin laki laki yang di persenkan menjadi 58% sedangkan 17 responden berjenis kelamin perempuan yang di persenkan menjadi 42%, dalam artian sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah laki-laki yang hanya berlebih pada 2 responden saja. Dilihat dari segi usia mayoritas responden berusia 20-40 tahun dengan jumlah responden 22 orang atau dipersenkan menjadi 55%, sedangkan kisaran usia 40-60 berjumlah 18 responden atau dipersenkan menjadi 45%. Dilihat dari lama menabung masyarakat Kecamatan Tambakromo mayoritas masyarakat menabung

1-3 tahun dengan jumlah 18 orang atau 45% masyarakat yang menabung 1-3 tahun terahir, sedangkan lama menabung kurang dari 1 tahun 10 responden dengan 25%, lebih dari 3 tahun 12 responden dengan 30%. dilihat dari segi tingkat pendidikan dari 40 responden 28 respon memiliki tingkat pendidikan SMA atau 70%, sarjana 7 respnden atau 17% sedangkan Mts hanya 5 responden dengan 13 % responden. Dilihat dari pekerjaan masyarakat yang menabung di bank syariah berprofesi sebagai wiraswasta yang berjumlah 15 orang responden dengan 38% selisih 1 orang dengan profesi tenaga pendidik/guru yang berjumlah 14 orang dengan 35%, sedangkan pedagang 10 responden dengan 25% dan perangkat desa berjumlah 1 responden dengan jumlah persen 2% responden yang menabung di bank syariah.

4.4. Uji Instrumen Penelitian

Pengujian instrument penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas yang merupakan metode analisis data yang penting dilakukan dalam setiap penelitian. Instrument dikatakan valid apabila instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang harus di ukur. Sebaliknya instrument yang reliabel digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan tetapi menghasilkan data yang sama. Untuk mendapatkan data yang reliabel dan valid maka tergantung dengan angket atau kuesioner yang di bagikan kepada responden.

4.4.1. Uji Validitas

Uji validitas di gunakan dengan tujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu item pertanyaan. Suatu instrument dikatakan valid jika instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya di ukur. Penelitian ini menggunakan 4 (empat) variabel dan jumlah pertanyaan kuesioner variabel terdiri dari 34 pertanyaan, dengan rincian variabel pengetahuan terdapat 6 pertanyaan, religiusitas 10 pertanyaan, kualitas pelayanan islam 8 pertanyaan dan keputusan 10 pertanyaan

Validitas dalam uji peneletian ini menggunakan perhitungan statistic software spss, maka dapat di jelaskan validitas data variabel sebagai berikut

Tabel 4.2
Hasil uji Validitas Instrumen

variabel	item	Corrected item total correlation (r hitung)	r tabel	keterangan
Pengetahuan X1	X1.1	0,592	0.3120	Valid
	X1.2	0,597	0.3120	Valid
	X1.3	0,580	0.3120	Valid
	X1.4	0,600	0.3120	Valid
	X1.5	0,831	0.3120	Valid
	X1.6	0,391	0.3120	Valid
Religiusitas X2	X2.1	0,404	0.3120	Valid
	X2.2	0,318	0.3120	Valid
	X2.3	0,405	0.3120	Valid
	X2.4	0,508	0.3120	Valid
	X2.5	0,549	0.3120	Valid
	X2.6	0,768	0.3120	Valid
	X2.7	0,691	0.3120	Valid
	X2.8	0,386	0.3120	Valid
	X2.9	0,533	0.3120	Valid
	X2.10	0,509	0.3120	Valid
	X3.1	0,597	0.3120	Valid

Kualitas pelayanan X3	X3.2	0,466	0.3120	Valid
	X3.3	0,507	0.3120	Valid
	X3.4	0,643	0.3120	Valid
	X3.5	0,645	0.3120	Valid
	X3.6	0,444	0.3120	Valid
	X3.7	0,434	0.3120	Valid
	X3.8	0,518	0.3120	Valid
	Keputusan Y	y.1	0,538	0.3120
y.2		0,720	0.3120	Valid
y.3		0,615	0.3120	Valid
y.4		0,427	0.3120	Valid
y.5		0,690	0.3120	Valid
y.6		0,474	0.3120	Valid
y.7		0,516	0.3120	Valid
y.8		0,422	0.3120	Valid
Y.9		0,331	0.3120	Valid
y.10		0,741	0.3120	Valid

Sumber data : output spss yang di olah, 2023

Berdasarkan pengujian pada table 4.2, skor masing-masing butir pernyataan dengan nilai skor (*corrected item total correlation*) yang melebihi 0,3120. Menurut pola perhitungannya jika nilai *corrected item total correlation* lebih besar dari r hitung (0,3120) maka seluruh item pernyataan dikatakan valid. Hal ini mengindikasikan bahwa pernyataan – pernyataan tersebut memiliki validitas yang cukup tinggi sehingga layak digunakan.

4.4.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan item- item diantara pernyataan dalam suatu instrument.¹¹³ Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan 4 (empat) variabel di antaranya: pengetahuan (X1), religiusitas (X2), kualitas pelayanan islam (X3), dan keputusan (Y).

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas instrument

Reliability statistics				
varabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Critical value</i>	<i>N of item</i>	keterangan
Pengetahuan (X1)	0,631	0,60	6	Reliabel
Religiusitas (X2)	0,688	0,60	10	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,642	0,60	8	Reliabel
Keputusan (Y)	0,715	0,60	10	Reliabel

Sumber data : output spss yang di olah, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa seluruh instrument dari variabel yang di uji memiliki Cronbach alpha $>0,60$. Tingkat reliabilitas suatu variabel dapat di lihat dari hasil statistic croanbach alpha, suatu variabel di katakana reliabel jika memberikan nilai Cronbach alpha $> 0,60$.¹¹⁴ Dengan demikia anket dalam penelitian ini bisa dikatakan reliabel.

4.5.Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan heteroskedastisitas. Adapun hasil dari uji asumsi klasik tersebut sebagai berikut.

¹¹³ Indriantoro, N. dan Upomo, B., *Metedeologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Edisi Pertama, ceet, keenam, (Yogyakarta, BPFE-Yogyakarta, 2014), hal.181

¹¹⁴ Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IMB SPSS 23*, Edisi 8, Badan Penerbitan Universitas Diponegoro (Semarang, 2016)

4.5.1. Uji Normalitas

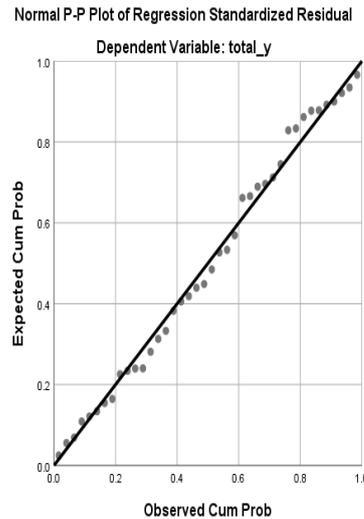
Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang di ambil berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *Kolmogorov – smirnov*, sedangkan pengertian dari Kolmogorov-smirnov sendiri adalah salah satu cara sederhana yang tidak menimbulkan perbedaan persepsi di antara satu pengamat dengan pengamat yang lain yang mana sering terjadi pada uji normalitas dengan menggunakan grafik. Di bawah ini terdapat hasil dari uji normalitas dengan teknik *Kolmogorov- smirnov*.

Tabel 4.4
Uji *Kolmogorov-smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.71991949
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.069
	Negative	-.089
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan tabel di atas di ketahui nilai *asympt, sig, (2-tailed)* sebesar $0,200 > 0,05$. Sesuai dengan pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov smirnov* di atas, menyatakan bahwa data di atas berdistribusi normal. Dengan demikian dapat di simpulkan persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

Grafik 4.1
Hasil uji probability plot



Hasil kurva normal probability plot menunjukkan bahwa titik pada grafis berhampit dan mengikuti garis diagonalnya, sehingga bisa disimpulkan model regresi berdistribusi normal.

4.5.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah uji yang di gunakan untuk menguji apakah model regresi di temukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Dapat di lihat di bawah ini hasil uji multikolinieritas.

Tabel 4.5
Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.355	7.824		.429	.671		
	Pengetahuan (X1)	.710	.222	.444	3.194	.003	.980	1.020

	Religiusitas (XII)	.344	.146	.325	2.350	.024	.993	1.007
	Kualitas pelayanan (XIII)	.088	.202	.060	.433	.667	.983	1.018

a. Dependent Variable: Keputusan masyarakat dalam menabung di bank syariah

Sumber : output spp yang di olah, 2023

Berdasarkan tabel di atas hasil nilai tolerance variabel pengetahuan adalah $0,980 > 0,10$ dan nilai VIF $1,020 < 10$, bisa dikatan dari data tersebut tidak terjadi multikolinieritas. Sedangkan variabel religiusitas memiliki nilai tolerance $0,993 > 0,10$ dan nilai VIF $1,007 < 10$, bisa dikatakan dari data tersebut tidak terjadi multikolinieritas. pada variabel kualitas pelayanan islam memiliki nilai tolerance $0,983 > 0,10$ dan nilai VIF $1,018 < 10$, bisa dikatakan juga bahwa data tersebut tidak terjadi multikolinieritas. Sehingga dapat disimpulkan antar variabel independen dalam model regresi ini tidak terdapat multikolinieritas.

4.5.3. Uji heteroskedestitas.

Uji histeroskedestitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari ridual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedestitas dan jika berbeda disebut heteroskedestitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedestitas atau tidak terjadi heteroskedestitas.

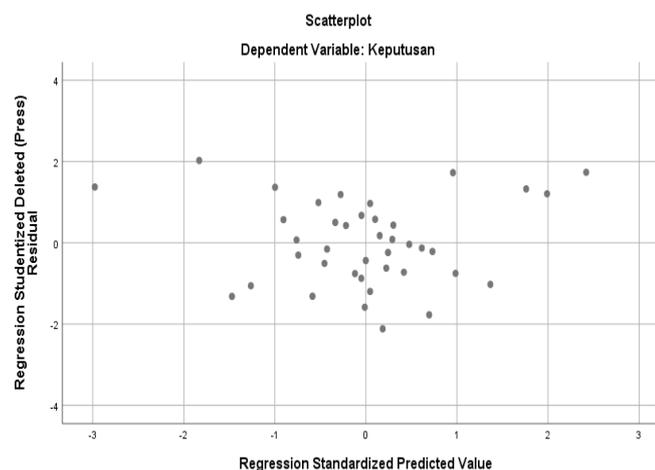
Tabel 4.6
Uji Glesjer

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.409	4.184		.815	.421
	Pengetahuan	-.023	.119	-.033	-.197	.845
	Religiusitas	.012	.078	.025	.153	.879
	Kualitas pelayanan	-.054	.108	-.083	-.495	.624

a. Dependent Variable: Abs_Res

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan hasil uji hesteroskedestitas dari ketiga variabel yaitu variabel pengetahuan (X1), variabel religiusitas (X2) variabel kualitas pelayanan Islam (X3). Dapat disimpulkan dari apa yang sudah tertera di atas, dapat dilihat nilai signifikansi hasil korelasi variabel lebih dari 0,05 (5%), sebagaimana yang sudah tertera dimana nilai (*sig*) pada variabel Pengetahuan adalah $0,845 > 0,05$, nilai pada variabel Religiusitas adalah $0,879 > 0,05$, dan nilai (*sig*) dari variabel Kualitas Pelayanan Islam adalah $0,624 > 0,05$. Dari keterangan tersebut bisa di simpulkan bahwa tidak terjadi gejala hesteroskedestitas karena seluruh variabel mempunyai nilai (*sig*) $> 0,05$.

Grafis 4.2
Hasil Grafik Uji Heteroskedestisitas



Dari grafik di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol), pada sumbu X (vertical) dan Y (horizontal). Sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi yang di hasilkan tidak mengandung heteroskedestitas.

4.6. Analisis Linier Berganda

Analisis linier berganda bertujuan mengetahui pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan kualitas pelayanan islam terhadap keputusan masyarakat menabung di Bank Syariah di Kecamatan Tambakromo Kabupaten Pati. Dengan

maksud analisis ini di gunakan untuk mengetahui antara variabel independen terhadap variabel dependen di peroleh hasil sebagai berikut :

$$Y : a+b_1X_1+b_2X_2+b_3X_3+e$$

setelah diolah dengan menggunakan software SPSS for windows di peroleh nilai koefisien regresi sebagai berikut:

tabel 4.7
Analisi Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.355	7.824		.429	.671
	Pengetahuan	.710	.222	.444	3.194	.003
	Religiusitas	.344	.146	.325	2.350	.024
	Kualitas pelayanan	.088	.202	.060	.433	.667

a. Dependent Variable: Keputusan

Berdasarkan tabel 4,7 hasil coefficients regresi didapat persamaan regresi untuk tiga predictor dengan memakai rumus regresi sebagai berikut:

Rumus persamaan regresi:

$$Y = 3,355 + 0,710 X_1 + 0,344 X_2 + 0,088 X_3 + 7,824$$

Keterangan:

Y = keputusan menabung

X1 = Pengetahuan

X2 = Religiusitas

X3 = Kualitas Pelayanan Islam

e = Variabel gangguan

Berdasarkan nilai koefisien regresi dengan persamaan regresi di atas dapat menerangkan bahwa variabel pengetahuan, religiusitas dan kualitas pelayanan islam memberikan kontribusi positif terhadap keputusan masyarakat menabung di Bank Syariah, dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 3,355. Artinya jika variabel pengetahuan, religiusitas dan kualitas pelayanan Islam di anggap konstan, maka nilai instansi keputusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah sebesar 5,174.

- b. Koevisiensi regresi pada variabel pengetahuan (X1) sebesar 0,710 adalah positif terhadap variabel keputusan (Y). Artinya jika terjadi peningkatan pemahaman tentang bank syariah, penguasaan konsep bank syariah dan pandangan tentang bank syariah maka keputusan untuk menabung di Bank Syariah akan bertambah 0,710 dimana faktor-faktor lain di anggap konstan.
- c. Koevisiensi regresi pada variabel religiusitas (X2) sebesar 0,344 adalah positif terhadap variabel keputusan (Y). Artinya jika terjadi peningkatan religiusitas masyarakat, keyakinan masyarakat terhadap prinsip – prinsip islam dalam setiap kegiatannya dan menyakini bahwa bank syariah sesuai dengan ajaran dan tuntutan agama islam maka akan meningkatkan keputusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah akan bertambah 0,344 dimana faktor-faktor lain di anggap konstan.
- d. Koevisiensi regresi pada variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,088 adalah positif terhadap variabel keputusan (Y). Artinya jika terjadi pelayanan yang baik dan cepat terhadap masyarakat dan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah maka akan meningkatkan keputusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah akan bertambah 0,088 dimana faktor – faktor lain di anggap konstan.

4.7.Uji Hipotesis

Model statistic yang digunakan untuk mengetahui hasil hipotesis dalam penelitian ini adalah menggunakan uji T_{test} , uji F_{test} , dan uji R^2 (koefisien determinan)

4.7.1. Uji t_{test} (uji persial)

Uji t_{test} adalah suatu analisis statistic yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh pada variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen.¹¹⁵ Penelitian ini menggunakan *software* SPSS *for windows*, dalam uji ini digunakan untuk menguji signifikansi koefisiensi regresi secara individu. Jika probabilitas nilai tatau signifikansi $<0,05$, maka dapat dikatakan

¹¹⁵ Ghazal, Imam, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS2, Cet. Ketujuh.(Semarang: Badan Penerbitan-Undip,2013). Hal 98-99

bahwa terdapat pengaruh secara persial antara variabel independen (pengetahuan, religiusitas dan kualitas pelayanan Islam) terhadap variabel dependen (keputusan masyarakat menabung di Bank Syariah).

Uji Persial digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variabel. dependen. Adapun hasil uji *t_{test}* (uji persial) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Uji Persial

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.355	7.824		.429	.671
	Pengetahuan (X1)	.710	.222	.444	3.194	.003
	Religiusitas (X2)	.344	.146	.325	2.350	.024
	Kualitas pelayanan (X3)	.088	.202	.060	.433	.667

a. Dependent Variable: Keputusan (Y)

Berdasarkan tabel 4.8 hasil pengolahan data dari ketiga variabel independen yang dimasukkan dala model regresi maka dapat diinterpretasikan bahwa:

- a. Dalam tabel diperoleh nilai signifikan ($\alpha = 5\%$ atau 0,05) maka $0,03 < 0,05$ karena nilai sig $< \alpha$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah.

Selanjutnya diketahui nilai t hitung sebesar 3,194 sedangkan t tabel sebesar 2,028, maka $3,194 > 2,028$.

- b. Dalam tabel diperoleh nilai signifikan ($\alpha = 5\%$ atau 0,05) maka $0,024 < 0,05$ karena nilai sig $< \alpha$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan masyarakat dlam menabung di bank syariah.

Selanjutnya diketahui nilai t hitung sebesar 2,350 sedangkan t tabel sebesar 2,028, maka $3,195 > 2,028$.

- c. Dalam tabel diperoleh nilai signifikan ($\alpha = 5\%$ atau 0,05) maka $0,667 > 0,05$ karena nilai $\text{sig} > \alpha$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan Islam tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat menabung di Bank Syariah.

Selanjutnya diketahui nilai t hitung sebesar 0,433 sedangkan t tabel sebesar 2,028, maka $0,433 < 2,028$.

4.7.2. Uji Signifikansi Simultan (uji F)

Uji F adalah suatu analisis statistik yang menunjukkan apakah semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.9
Uji F-hitung

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	134.454	3	44.818	5.592	.003 ^b
	Residual	288.521	36	8.014		
	Total	422.975	39			

a. Dependent Variable: Keputusan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan (X3), Religiusitas (X2), Pengetahuan (X1)

Berdasarkan tabel Anova pada tabel 4.9 dapat di lihat f hitung sebesar 5,592 dengan nilai signifikan 0,003, dengan perhitungan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$. Dengan demikian untuk mencari f tabel bisa menggunakan rumus $F(k; n - k) = 3; 37$ maka bisa di lihat pada f tabel dari hasil tersebut adalah 2,86. Maka diperoleh f hitung $5,592 > f$ tabel 2,86. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah.

4.7.3. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Uji R^2 (koefisien determinasi) adalah suatu analisis statistik yang menunjukkan seberapa pengaruh model dalam menerangkan variasi pada variabel dependen. Dalam penelitian ini menggunakan adjusted e square karena dalam penelitian ini menggunakan lebih dari dua variabel bebas. Hasil dalam perhitungan adjusted R^2 dapat dilihat pada output model summary. Pada kolom

adjusted R^2 dapat diketahui berapa persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas terhadap variabel terkait. Sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Tabel 4.9
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.564 ^a	.318	.261	2.831

- a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan (X3), Religiusitas (X2), Pengetahuan (X1)
b. Dependen variabel: keputusan menabung (Y)

Berdasarkan tabel 4.9 koefisiensi determinasi (R^2) atau model summary besarnya adjusted R^2 adalah 0,261. Hal tersebut bisa diartikan bahwa variabel keputusan menabung di Bank Syariah (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan (X1) religiusitas (X2) kualitas pelayanan Islam (X3) sebesar 0,261 (26,1%). Sedangkan sisanya ($100\% - 26,1\% = 73,9\%$) dengan *standart error of estimate* sebesar 2,831. Sehingga terdapat variabel independen yang dapat dijelaskan oleh faktor yang lain sebesar 73,9% diluar model penelitian.

4.8. Pembahasan Hasil Analisis Data

Berdasarkan analisis regresi linier beranda diperoleh persamaan garis regresi $Y = 3,355 + 0,710 X_1 + 0,344 X_2 + 0,088 X_3 + 7,824$, persamaan garis tersebut di fungsikan sebagai pedoman untuk melakukan perhitungan terhadap variabel dependen yaitu keputusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah yang dipengaruhi dengan variabel independen antara lain variabel pengetahuan, religiusitas dan variabel kualitas pelayanan Islam. Nilai koefisien regresi positif diartikan bahwa variabel independen berpengaruh secara positif terhadap variabel dependen, peningkatan variabel independen akan meningkatkan variabel dependen dan begitu sebaliknya. Berdasarkan perhitungannya diperoleh sebagai berikut.

4.8.1. Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan Masyarakat Menabung di Bank Syariah.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dijelaskan bahwa pengetahuan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam menabung di bank syariah, sehingga dapat disimpulkan semakin tinggi pengetahuan masyarakat maka keputusan dalam menabung di bank syariah akan semakin tinggi dan sebaliknya, jika semakin rendah pengetahuan masyarakat maka semakin rendah pula keputusannya dalam menabung di Bank Syariah.

Penelitian ini dikuatkan oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yuliawan¹¹⁶ dalam jurnalnya menyatakan bahwasannya pengetahuan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah PT Bank Syariah Cabang Bandung. Dan didukung pula oleh penelitian yang dilakukan Abhimantara¹¹⁷ dalam jurnalnya menyatakan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pilihan nasabah dalam menabung di Bank Syariah.

Berlandaskan pada landasan teori pengetahuan seseorang dijadikan landasan penting dalam acuan seseorang ketika memutuskan untuk menyimpan hasil keuntungan ataupun menabung di Bank Syariah, seorang nasabah akan mempercayakan uang berupa keuntungan ataupun hanya sekedar ingin menyimpan dana mereka ketika mereka memiliki pengetahuan dan mengetahui segala bentuk prosedurnya. Kemudahan yang diberikan lembaga tersebut pula menjadi alasan seorang nasabah dalam memilih bank syariah untuk menyimpan keuangan mereka, dari hal tersebut akan memberikan pertimbangan terhadap nasabah untuk lebih memilih Bank Syariah sebagai tempat menabung dari pada bank konvensional yang mana jelas terdapat riba di dalamnya.

Pengetahuan konsumen terbagi menjadi tiga indikator, yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan pemakaian.¹¹⁸ Pengetahuan produk adalah informasi yang didapatkan mengenai tentang produk, pengetahuan ini meliputi merek, jenis produk, fitur produk dan atribut lainnya.

¹¹⁶ Yuliawan 2016. Pengaruh Pengetahuan Konsumen mengenai Perbankan Syariah terhadap Keputusan menjadi Nasabah pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung. Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil.

¹¹⁷ Abhimantara 2015. Analisis Faktor-Faktor yang..., hal. 15

¹¹⁸ Ujang Suwarman, Perilaku Konsumen Teori..., hal. 120

Konsumen memiliki tingkat pengetahuan produk yang berbeda – beda. Pengetahuan pembelian antara lain diprosesnya informasi yang di dapatkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk, pengetahuan pembelian terdiri atara lain dari dimana produk tersebut didapatkan dan kapan produk tersebut harus di dapatkan. Pengetahuan pemakaian, manfaat suatu produk akan terasa ketika konsumen mampu menggunakannya dengan baik dan benar. Produsen memiliki kewajiban untuk memberikan informasi terhadap konsumen tentang cara meggunaan suatu produ dengan baik.

Saat ini sudah banyak masyarakat yang mengetahui keuntungan menggunakan bank syariah dan masih banyak pula yang tidak menabung di bank syariah walaupun mereka paham tentang segala prosedur dalam bank syariah segala keuntungan dalam bank syarah dan bank syariah sesuai dengan ajaran syariat islam. Dalam keuntungan Bank Syariah memiliki keuntungan yang tidak hanya duniawi saja melainkan memiliki keuntungan akhirat dimana dalam segala acuannya menggunakan perinsip islam yang berlandaskan pada Al Qur'an hadist.

Pada kesimpulannya indikator pengetaahuan dalam penelitian ini yang berupa pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan pemakaian berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah. Dalam hipotesisnya (H1) diterima

4.8.2. Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Masyarakat Menabung di Bank Syariah.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dijelaskan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah. Sehingga dapt diartikan semakin tingi tingkat religiusits masyakat maka keputusan menabung akan semakin tinggi, sebaliknya semakin rendah tingkat religiusitas masyarakat semakin rendah pula kepuusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah.

Hasil penelitian ini di perkuat oleh penelitian Bawono¹¹⁹ dalam jurnalnya menyatakan bahwa pengetahuan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa IAIN menjadi nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Delener yang menyatakan bahwa religiusitas adalah salah satu faktor pendorong penting dan dapat berpengaruh terhadap perilaku seseorang.¹²⁰ Disisi lain ada perusahaan yang dibangun dan dijalankan berdasarkan nilai-nilai agama sebagai salah satu pendukung suatu bisnis. Diantara nilai – nilai religiusitas diyakini dapat membangun atau meningkatkan mutu kerja karyawan. Dalam konteks nilai religiusitas dalam bisnis weber berpendapat bahwa nilai agama yang wajar memiliki kontribusi yang cukup besar bagi kebangkitan ekonomi kapitalis barat pada awal abad modern.

Terdapat lima indikator dalam variabel religiusitas yaitu keyakinan (keyakinan beragama), ibadah (praktik beragama), pengalaman (perasaan beragama), indikator intelektual, pengetahuan beragama dan dimensi keagamaan. Kelima indikator ini menjadi tolak ukur yang relevan terhadap bisnis yang berlandaskan dengan keagamaan, jika dalam konteks spiritualisme ada nilai yang dijadikan pedoman dalam pembangunan perekonomian. Hal tersebut bisa digunakan dalam meningkatkan semangat bekerja dalam berbisnis, bisa disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang (tingkat ketakwaan dalam beragama), maka semakin tinggi pula tingkat keputusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah, sebaliknya semakin rendah religiusitas seseorang semakin rendah keputusannya dalam menabung di Bank Syariah. Dari indikator tersebut dan para responden yang saya temui banyak dari mereka menabung di Bank Syariah karena mereka memiliki prinsip dilarangnya riba, kepercayaan mereka terhadap ajaran ajaran dalam islam yang melarang adanya transaksi yang terdapat riba di dalamnya.

¹¹⁹ Bawono 2016. Analisis Pemahaman, dan Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN menjadi Nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga. Jurnal Muqtasid.

¹²⁰ Muhammad Nasrullah 2015. Islamic Branding, Religiusitas dan..., hal.13

Indonesia merupakan negara dengan populasi sampel pemeluk agama islam terbesar didunia. Sudah sewajarnya masyarakatnya memiliki keinginan untuk menjalani dan memeluk agama dengan sebaik mungkin, melalui hal hal yang di anjurkan dan menjauhi segala apa yang menjadi larangannya. Beberapa dari mereka beranggapan bahwa Bank Syariah masih kebayang-bayang di bawah naungan dari Bank konvensional, maka dari itu tingkat religiusitas yang baik diperlukan dalam menggunakan jasa ataupun manabung di Bank Syariah.

Bisa disimpulkan bahwa variabel religiusitas berdasarkan lima indicator diatas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah. Dalam hipotesisnya (H2) diterima.

4.8.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Masyarakat Menabung di Bank Syariah.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan Islam berpengaruh tidak positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat menabung di Bank Syariah. Dalam hal ini bisa disimpulkan semakin baiknya kualitas pelayanan yang dilakukan akan meningkatkan keputusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah, sebaliknya kualitas pelayanan yang buruk akan semakin rendah pula keputusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah.

Bank Syariah merupakan bank yang menjalankan prinsip-prinsip Syariah yang selalu mementingkan kualitas pelayanannya. Alasan bank Syariah harus sadar akan pentingnya kualitas pelayanan dikarenakan produk dan layanan bank Syariah karena produk dan layanannya diterima dengan baik dan berkualitas tinggi oleh konsumen. Allah senang melihat pekerjaan selesai dengan hasil terbaik atau melakukan sesuatu dengan kualitas terbaik. Pentingnya kualitas pelayanan dalam bank Syariah menjadi penting karena segala urusannya berurusan dengan biaya, keuangan, keuntungan, kepuasan konsumen, ingatan konsumen serta kata-kata positif dari mulut konsumen.

Berdasarkan dengan indikator yang digunakan dalam penelitian ini yaitu handal, tanggap, jaminan dan empati belum mendapatkan hasil yang baik dalam penelitian kali ini. Dari beberapa masyarakat yang saya temui ada beberapa yang

memberikan keterangan bahwa dari pelayanan yang diberikan fonlener kurang cakap dan tanggap terhadap beberapa nasabah, ada beberapa pula yang memberikan keterangan kurang sopan dan santun dalam melayani dan membantu kebutuhan nasabah tidak cukup disitu ada beberapa dari responden yang saya temui memberikan keterangan bahwa dari beberapa pegawai kurang memberikan senyuman atau kurang murah senyum dalam melayani beberapa nasabah.

Hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan kualitas pelayanan islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan msyarakat dalam menabung di Bank Syariah ditolak, sengankan (H0) yang berbunyi pengaruh kualitas pelayanan Islam berpengaruh tidak positif dan signifikan terhadap keputusan masyarkat menabung di bank syariah diterima. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Nopitasari tentang pengaruh lokasi, produk, reputasi dan pelayanan terhadap keputusan mahasiswa IAIN Surakarta menggunakan Bank Syariah, menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa memilih bank syariah.

4.8.4. Pengaruh X1, X2 dan X3 terhadap Keputusan Masyarakat dalam Menabung di Bank Syariah

Dari hasil Uji statistik F yang tertera pada tabel ANOVA menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} (5,952) dengan nilai signifikansi 0,003. Nilai F_{hitung} sebesar 5,592 dan nilai F_{tabel} sebesar 2,86 ($5,592 > 2,86$), dimana F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} , dan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$. Bisa disimpulkan dalam penelitian ini bahwa H4 di terima, secara besama-sama atau simultan terhadap keputusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan analisis data, dapat diuraikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel pengetahuan (X1) bernilai positif dan signifikan terhadap pengaruh keputusan masyarakat Kecamatan Tambakromo dalam Menabung di Bank Syariah, dengan nilai t hitung sebesar $3,194 > t$ tabel sebesar $2,028$, dengan signifikansi $0,003 < 0,05$.

Pengetahuan masyarakat sangat mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah, semakin tinggi tingkat pengetahuan masyarakat semakin tinggi pula tingkat keputusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah. Semakin rendah pengetahuan masyarakat semakin rendah pula keputusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah.

2. Variabel religiusitas (X2) bernilai positif dan signifikan terhadap pengaruh keputusan masyarakat kecamatan Tambakromo dalam menabung di Bank Syariah, dengan jumlah nilai t hitung $2,350 > t$ tabel sebesar $2,028$, dengan nilai signifikansi $0,024 < 0,05$.

Religiusitas adalah salah satu faktor pendorong dalam perilaku konsumen. Jika dalam konteks spiritualitas islam terdapat nilai yang bisa dijadikan pedoman membangun perekonomian yang baik. Bisa disimpulkan jika tingkat religiusitas masyarakat semakin tinggi akan semakin tinggi pula keputusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah, sebaliknya rendahnya tingkat religiusitas masyarakat maka keputusan masyarakat untuk menabung di Bank Syariah pun semakin rendah.

3. Variabel kualitas pelayanan (X3) berpengaruh tidak positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat Kecamatan Tambakromo dalam menabung di Bank Syariah, dengan jumlah nilai t hitung $0,433 < t$ tabel sebesar $2,028$ dengan nilai signifikansi $0,667 > 0,05$.

Dalam artian pengaruh kualitas pelayanan islam tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan suatu lembaga keuangan maka hak tersebut tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah.

4. Variabel pengetahuan, religiusitas dan kualitas pelayanan Islam secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam menabung di Bank syariah. Dilihat dari nilai R^2 (0,261), atau 26,1% mempengaruhi keputusan menabung.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat disimpulkan peneliti adalah;

1. Masyarakat Kecamatan Tambakromo

Meskipun pada dasarnya sebagian besar masyarakat Kecamatan Tambakromo mengetahui lembaga Bank Syariah, namun sangat disayangkan dengan pengetahuan mereka terhadap Bank Syariah, segala produknya, larangan riba dan segala kemudahan yang ada dalam bank syariah mereka masih menggunakan bank konvensional untuk melakukan segala aktifitas keuangannya, seperti menabung, menggunakan jasa atau hutang - piutang. Semoga dengan kesadaran masyarakat yang tinggi terhadap segala larangan riba dan sejenisnya menjadikan masyarakat Kecamatan Tambakromo untuk lebih memilih bank Syariah sebagai tempat pendanaan mereka. Agar pengetahuan yang mereka miliki dan religiusitas yang mereka punya bisa memberi manfaat terhadap diri mereka masing masing.

2. Bank Syariah Kabupaten Pati

Meskipun kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan masyarakat Kecamatan Tambakromo dalam menabung di Bank Syariah. Semoga kedepannya lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanannya, lebih kompeten lagi lebih sigap lagi terhadap pelayanan nasabah, agar nasabah dapat memutuskan untuk menabung di bank syariah karena kualitas pelayanan yang baik pula.

3. Peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar data menabuh sempurnya penelitian sebelumnya, menabuh variabel – variabel baru yang dapat mempengaruhi keputusan menabung di Bank Syariah. Dan disemogakan agar bisa meniliti dengan objek dan sudut pandang yang berbeda sehingga dapat memperkaya khasanah kajian ilmu perbankan syariah menggunakan variabel yang lebih baru. Sebab variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai variabel independen memiliki kontribusi 26,1% mempengaruhi variabel keputusan masyarakat dalam menabung di Bank Syariah, dan 73,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Daftar Pustaka

- Abdul, Qowi dan Lynn Owen. 1999. *The Multi Demisionality Of Carter Model To Measure Customer Service Quality In Islamic Banking Industry*, International Jurnal Of Islamic Financial Service
- Abimatara. (2015). “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syari’ah*”, Jakarta: Jurnal Preceeding Psikologi, Hal. 15.
- Ahamad Islam Nadzir, Nawang Warsi Wulandari. 2013. *Hubungan Religiusitas dengan Penyesuaian Diri Siswa Pondok Pesantren*. Jakarta: Jurnal Psikologi Tabularasa
- Anam, Chairil. (2016). “*Pengetahuan Agama, Pengaruh Komitmen, dan Orientasi Agama Terhadap Preferensi Masyarakat Pada Bank Syari’ah*”, Surabaya: Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis, Hal. 83.
- Al-Qur’an dan Terjemah. 1999. Jakarta: PT Karya Putra.
- Asnawi, Nurand Fanani, Muhammad Asnan. 2017. *Pemasaran Syariah: teori, filosofi dan isu-isu kontemporer*, Depok: Raja Grafindo Persada
- Astuti. 2015. *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Tingkat Suku Bunga Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah*, Jakarta: Jurnal Nasional Nominal
- Bawono. 2016. *Analisi Pemahaman Produk dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Menjadi Nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga*, Salatiga: Jurnal Muqtasid
- Bawono, A. 2006. *Multivariet Analysis dengan spss*. Salatiga: Salatiga press. Hal. 28
- Daryanto, 2008. *Evaluasi Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta
- Damiati. 2017. *Perilaku Konsumen*, Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Departemen Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemah, Jakarta: Hal.47.
- Djijtono, Fandi. 2002. *Manajemen Data*, Yogyakarta: Majalah Informasi Bisnis
- DR. Wangsawidjaja A. Z., S.H., M.H. (2012). “*Pembiayaan Bank Syari’ah*”, Jakarta: Hal.02.
- Dr. H. Yusmad Arafat Muammar.S.H.,M.H. 2018. “*Aspek hukum Perbankan Syari’ah dan Teori ke Praktik*”, Yogyakarta: Depublish, Hal. 2.
- Drs. Harun, MH. 2017. *Fiqh Muamalat*, Surakarta: Muhammadiyah University press, Hal. 1
- DSN. No, 7 Tahun/DSN-MUI/IV/2000. Tentang Akad Mudhorobah.
- Dwi Kartini. 2016. *Jurnal Riset Akuntansi*, Hal. 23

- Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 112/DSN-MUI/IX/2017
- Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 19/DSN-MUI/IV/2001
- Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 12/DSN-MUI/IV/2000
- Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 24/DSN-MUI/III/2002 tentang Safe Deposit Box dalam Akad Wadiah Yad Al- Amanah ditetapkan di Jakarta
- Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang Tabungan Dalam Perbankan Syariah
- Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 111/DSN-MUI/IX/2017
- Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 05/DSN-MUI/IV/2000
- Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 06/DSN-MUI/IV/2000
- Firdaus. Muh N.H.et al. (2005), *“Implementasi dan Konsep Bank Syari’ah”*, Jakarta: Hal. 24.
- Ghozali, Imam. 2002. *Pengaruh Religiusitas Terhadap Komitmen Organisasi Keterlibatan Kerja Kepuasan Kerja dan Produktivitas*, Bandung: Jurnal Strategi Bisnis
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Keempat*, Semarang: Universitas Diponegoro
- Handoko, Hani dan Basu Swasta. 2005. *Edisi Pertama Manajemen Pemasaran dan Analisa Perilaku Konsumen.*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta Hal. 102.
- Ikit, S.E.,M.E.I. 2015, *“Penghimpunan Dana Akuntansi Bank Syari’ah”*, Jakarta : Hal. 67.
- Indriyo, Gitosudarmo. (2000), *“Perilaku Keorganisasian”*, Yogyakarta: BPF, Hal. 175.
- Ikit, S.E.,M.E.I. 2015, *“Akuntansi Penghimpun Dana Bank Syari’ah”*, Yogyakarta : Deepublish, Hal. 69.
- I Paul Peter dan JerryC. Olson.2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat
- Isdianto. 2017. *Pengaruh Praktek MSDM Strategi dan Kinerja Karyawan terhadap Kinerja Perusahaan Persewaan Alat Pesta OR (Studi Kasus Pada Perusahaan Alat Pesta Oki Rejeki)*, Jurnal Manajemen Dewantara

- Janie Arun, Diah Nirmala. 2012. *Statistik Deskriptif dan Regresi Linier Berganda dengan SPSS*, Semarang: University Press
- Lukman, Dendawijaya. 2005, “*Manajemen Perbankan*”, Jakarta: hal. 23
- Mervyn K. Lewis, Alground Latifa. 2015, “*Perbankan Syariah, Prinsip, Praktik, Prospek*”, Australia : Hal. 12.
- Mardani. 2017, “*Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*”, Jakarta : Kencana, Hal. 38.
- Mowen C.I, Michael Minor. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jurnal Language
- Muthahhari, Murtadha. 2010. *Teori Pengetahuan: Catatan Kritis atas Berbagai Isu Epistemologis*, Jakarta: Sandra Press
- Muhammad. 2017. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Depok: Rajawali Press.
- Nasrullah, Muhammad. (2015), “*Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk*”, Pekalongan: Jurnal Hukum, Hal. 13.
- Nanang Martono. 2015. *Metode Penelitian Sosial: Konsep-Konsep Kunci*, Jakarta: Raja Grafindo Persada,. Hal. 20
- Nasution.M.N. 2015. *Manajemen Mutu Terpadu*, Bogor: Ghalia Indonesia, .Hal. 3
- Nirwana. (2004),”*Prinsip-Prinsip Pemasaran dan Pelayanan Jasa*”, Malang: Hal. 32.
- Notoadmojo, Soekidjo. 2007.*Promosi Kesehatan dan Perilaku*, Jakarta: Rineka Cipta
- Nitisusastro, Mulyadi.2012. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta
- Nirwana. 2012. *Peinsip-Prinsip Pemasaran Jasa*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Hal. 297
- Nurudin. Hida Alfatihin Mila Ulya. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Promosi dan Persepsi Religiusitas Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Indonesia*, Jakarta: Jurnal Ilmu Perbankan Syariah
- Parasuraman, et al. 1994. *Reassessment of Expectation as a Comparison Standart of Marketing*, Jurnal of Marketing
- Rizky Pratama Putra dan Sri Herianingrum. 2014. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam Trhadap Kepuasan dan Loyalitas nasabah Bank Syariah Surabaya*, Surabaya: JESTT
- Setiadi, Nugroho Julian. 2003. *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana

- Siregar, Mulya. (2002), "*Pengembangan Perbankan Syariah untuk Mendukung Terealisasinya Sistem Ekonomi Yang Sehat di Indonesia*", Medan: Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 3
- Siswanto, H.Bedjo. 2005.*Pengantar Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Bumi Aksara. Hal. 171.
- Sudarsono, Heri. 2014, "*Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah Deskripsi dan Ilustrasi*", Hal. 80
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Depok: Language Hal.120
- Subkhi, Ridhotullah dan Muhammad Jauhar. 2015.*Pengantar Manajemen*, Jakarta: Prestasi Pustaka. Hal. 171.
- Sugiyono.2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. Hal. 86
- Sugiyono. 2007. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta. Hal. 4
- SugiYono.2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya,. Hal. 39
- Sujianto, Agus Eko. 2009. *Aplikasi Statistik SPSS*, Jakarta: Prestasi Pustaka
- Thouless, Robert H, Machnun Husein. 2000. *Pengantar Psikologi Agama*, Jakarta: Raja Grafindo Persada. Hal. 73
- Utami. 2015. *Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Reverensi dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah*, Jurnal WAWASAN Manajemen
- Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syari'ah.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 1998, Tentang Perbankan.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 14 Tahun 1967, Tentang Pokok-Pokok Perbankan, Pasal 1a.
- Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syari'ah.
- Wangawijaya. (2012), "*Pembiayaan Bank Syariah*", Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, Hal. 34.
- Waluyo, Bambang. (2007), "*Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam Dalam Perbankan Syariah*", Jakarta: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol. 6
- Yuliawan. (2016), "*Pengaruh Pengetahuan Konsumen tentang Perbankan Syari'ah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah*", Bandung: Jurnal Wira Ekonomi Mikroskill.

Lampiran

Lampiran 1 : angket responden

Lampiran 1

PERMOHONAN MENJADI RESPONDEN

Assalamualaikum, Wr.Wb.

Untuk keperluan penyusunan skripsi sebagai syarat untuk mengikuti program sarjana saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ryanji Harimansyah

Nim : 1905036096

Bersama ini saya mengajukan permohonan kepada saudara untuk bersedia menjadi responden dalam penelitian saya yang berjudul: “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan kualitas Pelayanan Islam terhadap Keputusan Masyarakat untuk Menabung di Bank Syariah di kecamatan tambakromo Kabupaten Pati”. Dengan kerendahan hati penulis memohon dengan hormat kepada saudara untuk meluangkan waktu guna mengisi daftar pertanyaan yang penulis ajukan, sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Jawaban saudara sangat kami butuhkan sebagai data penelitian dan semata-mata untuk kepentingan ilmu pengetahuan dan tidak ada maksud lain.

Harapan kami saudara bersedia menjadi responden penelitian ini. Insyaallah identitas dan keterangan saudara akan saya rahasiakan. Atas ketersediaan dan keikhlasan yang di berikan, penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya.

Wassalammu’alaikum Wr.Wb

Hormat Saya.

Ryanji Harimansyah

Lampiran 2

LEMBARAN PERSETUJUAN MENJADI RESPONDEN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :

Umur :

Setelah mendapatkan keterangan dan mengetahui manfaat dan tujuan penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kualitas pelayanan islam terhadap Keputusan Masyarakat Menabung di Bank Syariah di Kecamatan Tambakromo Kabupaten Pati” (menyatakan setuju/tidak setuju) diikut sertakan dalam penelitian dengan catatan apabila sewaktu-waktu merasa dirugikan dalam bentuk apapun berhak membatalkan persetujuan ini. Saya percaya apa yang saya informasikan dijamin kereshannya.

Pati,.....2023

Responden

.....

Lampiran 3

KUESIONER PENELITIAN

A. Data Responden

Petunjuk Pengisian : Berilah tanda checklish (\surd) atau tanda silang (x) pada pilihan jawaban anda.

1. Nama :
2. Jenis kelamin : pria wanita
3. Umur :
4. Lama menabung : < 1 tahun 1-3 tahun > 3 tahun
5. Tingkat pendidikan :
6. Pekerjaan :

B. Angket Penelitian

Berikut ini terdapat sejumlah pertanyaan. Silahkan baca dan pahami dengan baik pertanyaan tersebut. Mohon beri tanda chekhlis (\surd) atau tanda silang (x) pada pilihan yang menurut saudara/i yang paling sesuai dengan diri anda dengan jawaban yang tersedia yaitu:

- SS : Sangat Setuju
 S : Setuju
 TS : Tidak Setuju
 STS : Sangat Tidak Setuju

no	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
A. Pengetahuan					
1.	Saya mengetahui produk bank syariah				
2.	Saya mengetahui manfaat dari perbankan syariah				
3.	Saya merasa puas ketika menabung di bank syariah				
4.	Saya tahu kapan saya harus menabung di bank syariah				
5.	Saya memahami segala prosedur dalam menabung di bank syariah				
6.	Saya memahami prosedur menabung di bank syariah melalui promosi dan browser dari pihak bank syariah				
B. Religiusitas					
1.	Saya meyakini bahwa bank syariah menggunakan prinsip-prinsip islam dalam setiap kegiatannya				
2.	Saya meyakini bank syariah sesuai dengan ajaran dan tuntutan islam				

3.	Salah satu bentuk ketaatan saya adalah dengan menabung di bank syariah				
4.	Dengan menabung di bank syariah saya bisa bermuamalah sesuai dengan ajaran islam				
5.	Saya menabung di bank syariah karena segala aktivitasnya sesuai dengan ajaran dan prinsip islam				
6.	Saya menabung di bank syariah karena pengalaman dari orang orang				
7.	Saya mempercayai bank syariah bebas dari hal-hal yang merugikan nasabahnya				
8.	Saya mempercayai bank syariah jauh dari hal-hal riba				
9.	Saya merasa berdosa apabila tidak menggunakan bank syariah sebagai tempat menabung saya karena bank syariah menggunakan landasan Al Quraan dan Hadist				
10.	Saya menabung di bank syariah karena sesuai dengan ajaran Islam				
C. Kualitas Pelayanan Islam					
1.	Pelayanan bank syariah yang cepat dan tepat				
2.	Pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah				
3.	Karyawan yang tanggap dalam membantu persoalan nasabah				
4.	Karyawan bank syariah tanggap dalam menganalisa persoalan nasabah				
5.	Sabar, sopan santun dan murah senyum dalam menjamu dan membantu nasabah				
6.	Pelayanan yang kompeten dalam bersikap kepada nasabah				
7.	Karyawan bank syariah memberikan layanan dengan sepenuh hati kepada nasabah bank syariah				
8.	Karyawan bank syariah dengan ikhlas memberikan layanan kepada nasabah				
D. Keputusan					
1.	Saya menabung di bank syariah untuk kebaikan saya sendiri				
2.	Saya menabung di bank syariah untuk kebaikan saya, keluarga, dan orang tua				
3.	Saya mendapatkan informasi dari pihak bank syariah				
4.	Saya mendapatkn informasi dari teman, kerabat, atau internet				
5.	Dari informasi yang saya dapatkan saya memilih bank syariah karena nisbah yang memuaskan				
6.	Dari informasi yang saya dapatkan, saya memilih bank syariah karena sesuai ajaran islam dan jauh dari kata riba				

7.	Saya memutuskan menabung di bank syariah karena demi kebaikan				
8.	Saya memutuskan menabung di bank syariah karena kualitas pelayanan yang baik terhadap nasabahnya				
9.	Memberikan banyak manfaat ketika menabung di bank syariah				
10.	Merasa puas dalam menabung di bank syariah				

Lampiran 2 hasil tabulasi angket

1. pengetahuan dan religiusitas

pengaruh pengetahuan (x1)						jumlah	pengaruh religiusitas (x2)										jumlah
x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	x2.8	x2.9	x2.10	
4	4	3	3	4	2	20	4	4	3	2	3	1	3	4	4	4	32
3	3	3	3	3	2	17	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	37
3	2	3	2	2	3	15	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	29
3	4	3	4	3	2	19	3	3	3	2	3	2	3	4	4	4	31
3	3	3	3	3	3	18	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	35
3	3	4	3	3	3	19	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	34
3	3	3	3	2	2	16	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	35
4	3	3	3	3	2	18	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	34
3	4	3	3	3	2	18	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	38
3	3	3	2	2	2	15	4	4	3	2	3	3	3	4	4	4	34
4	4	2	2	3	3	18	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	33
4	4	3	3	3	4	21	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	30
3	3	3	2	2	3	16	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	37
3	3	2	2	2	3	15	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	34
3	3	3	2	2	3	16	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	37
2	3	2	2	2	3	14	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	33
2	3	2	2	2	1	12	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	29
3	3	3	3	3	2	17	4	4	3	2	3	3	3	4	3	4	33
3	4	2	3	3	3	18	4	4	3	2	4	4	3	3	4	3	34
3	4	3	3	3	3	19	3	4	3	2	3	1	2	3	2	3	26
3	4	3	3	3	3	19	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	32
3	3	3	2	3	3	17	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	35
3	4	3	3	3	2	18	4	4	3	1	3	1	3	3	2	4	28
3	4	4	3	4	3	21	4	4	4	1	3	1	2	3	2	3	27

3	4	3	2	2	2	16	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3	34
3	3	3	3	3	2	17	4	4	3	2	3	1	3	4	3	4	31
3	4	3	2	3	2	17	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	35
3	3	2	3	3	4	18	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	36
3	3	3	3	3	2	17	4	4	3	2	4	4	3	4	3	4	35
3	4	3	3	3	2	18	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	34
3	4	3	3	3	2	18	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
4	4	3	2	3	3	19	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38
3	4	3	3	2	1	16	3	4	3	3	2	1	3	4	4	3	30
4	4	2	2	2	3	17	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	36
3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
3	3	2	3	2	3	16	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	34
4	3	3	2	2	3	17	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	35
4	4	4	3	3	3	21	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	36
3	4	3	4	4	3	21	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38
4	4	4	3	4	3	22	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38

2. variabel kualitas pelayanan islam dan Keputusan

no	pengaruh kualitas pelayanan islam (x3)								jum	variabel keputusan (Y)										jum
	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	x3.6	x3.7	x3.8		y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	y.6	y.7	y.8	y.9	y.10	
1	3	3	3	2	3	3	3	3	23	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	30
2	3	2	3	2	3	3	2	3	21	4	3	2	1	3	3	3	3	3	3	28
3	2	2	3	3	3	2	3	3	21	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
4	2	2	3	2	2	2	2	2	17	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	27
5	3	2	3	3	3	2	3	3	22	4	4	2	3	3	3	3	2	3	3	30
6	3	3	4	4	4	3	3	4	28	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	35
7	3	2	2	3	3	2	3	3	21	4	4	2	3	3	3	3	2	3	3	30
8	2	3	2	3	3	3	3	3	22	4	4	2	3	3	3	3	2	3	3	30
9	2	3	3	2	3	2	3	3	21	4	4	1	3	3	3	3	2	3	3	29
10	2	2	3	2	3	3	2	2	19	4	4	2	3	3	4	3	2	3	3	31
11	3	3	2	3	3	3	3	3	23	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	30
12	2	3	3	2	3	3	3	3	22	2	2	2	3	2	4	3	3	3	2	26
13	3	2	2	2	3	3	2	3	20	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	25
14	2	3	3	3	4	3	3	3	24	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	28
15	3	3	3	3	4	3	3	3	25	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	28
16	2	3	2	2	3	3	3	3	21	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	23
17	3	3	2	3	3	3	2	2	21	4	3	2	1	3	3	3	2	3	3	27
18	3	2	3	3	3	3	3	2	22	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	32
19	1	2	2	2	3	2	3	3	18	4	3	2	1	3	4	4	3	4	3	31

20	2	3	2	2	3	3	2	3	20	4	4	3	2	1	3	3	3	3	3	29
21	2	3	3	3	3	2	3	3	22	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	31
22	3	2	2	2	3	2	3	2	19	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	31
23	4	3	3	3	4	3	4	3	27	3	2	1	1	3	3	3	2	4	3	25
24	1	2	2	2	3	2	3	3	18	4	3	2	1	3	3	3	2	3	3	27
25	2	3	2	3	2	3	3	3	21	4	4	2	3	3	4	3	2	3	3	31
26	2	2	3	2	3	3	2	3	20	3	2	2	2	3	4	3	2	3	3	27
27	2	2	2	3	3	2	3	3	20	4	3	2	1	3	3	3	3	3	3	28
28	2	3	3	3	2	2	3	3	21	4	4	2	3	3	3	3	2	3	3	30
29	2	3	2	2	3	3	3	3	21	3	4	2	3	3	4	4	2	4	3	32
30	3	2	2	2	3	3	3	3	21	4	3	1	3	3	4	3	2	3	3	29
31	2	2	2	2	2	3	3	2	18	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	27
32	2	3	2	3	3	2	3	3	21	3	4	2	3	3	3	3	2	3	3	29
33	3	3	2	2	3	3	2	3	21	3	3	1	1	2	3	3	2	3	3	24
34	2	3	2	2	3	2	3	3	20	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	24
35	3	3	3	2	3	3	3	3	23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
36	3	2	3	3	3	3	3	3	23	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	28
37	3	3	3	2	4	2	2	2	21	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	26
38	3	3	3	2	2	3	3	2	21	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	36
39	2	3	2	2	2	2	3	2	18	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	36
40	2	2	3	2	3	2	2	3	19	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38

Lampiran 3 Data responden

No	kriteria	Jumlah	Presentase
1.	Jenis kelamin :		
	c. Laki-laki	23	58%
	d. perempuan	17	42%
	Total responden	40	100%
2.	Usia		
	c. 20-40 tahun	22	55%
	d. 40-60 tahun	18	45%
	Total responden	40	100%
3.	Lama Menabug		
	d. < 1 tahun	10	25%
	e. 1- 3 tahun	18	45%
	f. > 3 tahun	12	30%
	Total responden	40	100%

4.	Tingkat pendidikan		
	d. Sarajan	7	17%
	e. SMA	28	70%
	f. MTS	5	13%
	Total responden	40	100%
5.	Pekerjaan		
	e. Tenaga Pendidikan	14	35%
	f. Swasta	15	38%
	g. Pedagang	10	25%
	h. Perangkat Desa	1	2%
	Total responden	40	100%

Lampiran 4 uji validitas dan reliabilitas

1. Uji Validitas

a. Variabel pengetahuan

		Correlations						
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	total_x1
x1.1	Pearson Correlation	1	.340*	.254	.009	.295	.302	.592**
	Sig. (2-tailed)		.032	.114	.956	.064	.059	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x1.2	Pearson Correlation	.340*	1	.161	.304	.469**	-.063	.597**
	Sig. (2-tailed)	.032		.320	.057	.002	.698	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x1.3	Pearson Correlation	.254	.161	1	.317*	.463**	-.049	.580**
	Sig. (2-tailed)	.114	.320		.046	.003	.765	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x1.4	Pearson Correlation	.009	.304	.317*	1	.609**	-.074	.600**
	Sig. (2-tailed)	.956	.057	.046		.000	.650	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x1.5	Pearson Correlation	.295	.469**	.463**	.609**	1	.133	.831**
	Sig. (2-tailed)	.064	.002	.003	.000		.412	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x1.6	Pearson Correlation	.302	-.063	-.049	-.074	.133	1	.391*
	Sig. (2-tailed)	.059	.698	.765	.650	.412		.013
	N	40	40	40	40	40	40	40
total_x1	Pearson Correlation	.592**	.597**	.580**	.600**	.831**	.391*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.013	
	N	40	40	40	40	40	40	40

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

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

b. Variabel Religiusitas

		Correlations										
		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	x2.8	x2.9	x2.10	total_x2
x2.1	Pearson Correlation	1	.300	.171	.047	.278	.232	.150	.066	-	.245	.404**
	Sig. (2-tailed)		.060	.291	.772	.082	.150	.356	.687	.096	.128	.010

	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x2.2	Pearson Correlation	.300	1	.200	-.035	.200	.048	.094	.355*	-.269	.293	.318*
	Sig. (2-tailed)	.060		.217	.829	.217	.770	.564	.025	.093	.066	.046
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x2.3	Pearson Correlation	.171	.200	1	-.103	.327*	.052	.442*	.138	.164	.080	.405**
	Sig. (2-tailed)	.291	.217		.525	.039	.750	.004	.396	.312	.623	.010
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x2.4	Pearson Correlation	.047	-.035	-.103	1	.140	.469**	.195	-.122	.362*	.038	.508**
	Sig. (2-tailed)	.772	.829	.525		.389	.002	.229	.455	.022	.816	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x2.5	Pearson Correlation	.278	.200	.327*	.140	1	.520**	.250	-.059	.086	.080	.549**
	Sig. (2-tailed)	.082	.217	.039	.389		.001	.120	.717	.598	.623	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x2.6	Pearson Correlation	.232	.048	.052	.469*	.520*	1	.468*	.080	.370*	.217	.768**
	Sig. (2-tailed)	.150	.770	.750	.002	.001		.002	.624	.019	.179	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x2.7	Pearson Correlation	.150	.094	.442*	.195	.250	.468**	1	.256	.422*	.320*	.691**
	Sig. (2-tailed)	.356	.564	.004	.229	.120	.002		.110	.007	.044	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x2.8	Pearson Correlation	.066	.355*	.138	-.122	-.059	.080	.256	1	.188	.492**	.386*
	Sig. (2-tailed)	.687	.025	.396	.455	.717	.624	.110		.245	.001	.014
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x2.9	Pearson Correlation	-.096	-.269	.164	.362*	.086	.370*	.422*	.188	1	.179	.533**
	Sig. (2-tailed)	.558	.093	.312	.022	.598	.019	.007	.245		.270	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x2.10	Pearson Correlation	.245	.293	.080	.038	.080	.217	.320*	.492*	.179	1	.509**
	Sig. (2-tailed)	.128	.066	.623	.816	.623	.179	.044	.001	.270		.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
total_x2	Pearson Correlation	.404*	.318*	.405*	.508*	.549*	.768**	.691*	.386*	.533*	.509**	1
	Sig. (2-tailed)	.010	.046	.010	.001	.000	.000	.000	.014	.000	.001	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

c. Variabel Kualitas Pelayanan Islam

Correlations

	x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	x3.6	x3.7	x3.8	total_x3
x3.1	1	.099	.266	.245	.336*	.390*	.069	-.052	.597**

	Sig. (2-tailed)	.545	.097	.128	.034	.013	.671	.749	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	
x3.2	Pearson Correlation	.099	1	.032	.153	.152	.227	.232	.177	.466**
	Sig. (2-tailed)	.545		.842	.346	.349	.159	.149	.276	.002
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x3.3	Pearson Correlation	.266	.032	1	.261	.311	.075	-.005	.140	.507**
	Sig. (2-tailed)	.097	.842		.104	.051	.646	.976	.389	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x3.4	Pearson Correlation	.245	.153	.261	1	.302	.019	.392*	.360*	.643**
	Sig. (2-tailed)	.128	.346	.104		.058	.909	.012	.022	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x3.5	Pearson Correlation	.336*	.152	.311	.302	1	.156	.078	.396*	.645**
	Sig. (2-tailed)	.034	.349	.051	.058		.337	.632	.011	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x3.6	Pearson Correlation	.390*	.227	.075	.019	.156	1	-.065	.089	.444**
	Sig. (2-tailed)	.013	.159	.646	.909	.337		.692	.585	.004
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x3.7	Pearson Correlation	.069	.232	-.005	.392*	.078	-.065	1	.253	.434**
	Sig. (2-tailed)	.671	.149	.976	.012	.632	.692		.115	.005
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
x3.8	Pearson Correlation	-.052	.177	.140	.360*	.396*	.089	.253	1	.518**
	Sig. (2-tailed)	.749	.276	.389	.022	.011	.585	.115		.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40
total_x3	Pearson Correlation	.597**	.466*	.507**	.643**	.645*	.444*	.434*	.518**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.001	.000	.000	.004	.005	.001	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

d. Variabel keputusan

		Correlations										
		y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	y.6	y.7	y.8	y.9	y.10	total_y
y.1	Pearson Correlation	1	.686**	.119	-.189	.441**	.173	.144	-.027	-.146	.481*	.538**
	Sig. (2-tailed)		.000	.464	.242	.004	.287	.374	.869	.367	.002	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
y.2	Pearson Correlation	.686*	1	.306	.295	.351*	.179	.262	-.027	-.078	.547*	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000		.055	.065	.026	.269	.102	.870	.634	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
y.3	Pearson Correlation	.119	.306	1	.343*	.287	.157	.230	.396*	.019	.393*	.615**

	Sig. (2-tailed)	.464	.055		.030	.073	.332	.154	.011	.909	.012	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
y.4	Pearson Correlation	-.189	.295	.343*	1	.116	.191	-.015	.049	.073	.038	.427**
	Sig. (2-tailed)	.242	.065	.030		.475	.238	.925	.765	.656	.816	.006
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
y.5	Pearson Correlation	.441*	.351*	.287	.116	1	.357*	.420*	.148	.246	.612*	.690**
	Sig. (2-tailed)	.004	.026	.073	.475		.024	.007	.363	.126	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
y.6	Pearson Correlation	.173	.179	.157	.191	.357*	1	.434*	.047	.204	.171	.474**
	Sig. (2-tailed)	.287	.269	.332	.238	.024		.005	.772	.206	.292	.002
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
y.7	Pearson Correlation	.144	.262	.230	-.015	.420**	.434*	1	.226	.336*	.336*	.516**
	Sig. (2-tailed)	.374	.102	.154	.925	.007	.005		.161	.034	.034	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
y.8	Pearson Correlation	-.027	-.027	.396*	.049	.148	.047	.226	1	.455*	.354*	.422**
	Sig. (2-tailed)	.869	.870	.011	.765	.363	.772	.161		.003	.025	.007
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
y.9	Pearson Correlation	-.146	-.078	.019	.073	.246	.204	.336*	.455*	1	.319*	.331*
	Sig. (2-tailed)	.367	.634	.909	.656	.126	.206	.034	.003		.045	.037
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
y.10	Pearson Correlation	.481*	.547**	.393*	.038	.612**	.171	.336*	.354*	.319*	1	.741**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.012	.816	.000	.292	.034	.025	.045		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
total	Pearson Correlation	.538*	.720**	.615*	.427**	.690**	.474*	.516*	.422*	.331*	.741*	1
ly	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.006	.000	.002	.001	.007	.037	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

Lampiran 5 Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.631	6

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.642	8

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.688	10

Reliability Statistics

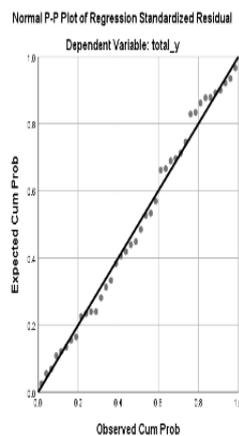
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.715	10

Lampiran 6 Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.71991949
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.069
	Negative	-.089
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

b. Uji probability plot



c. Uji multikolinieritas

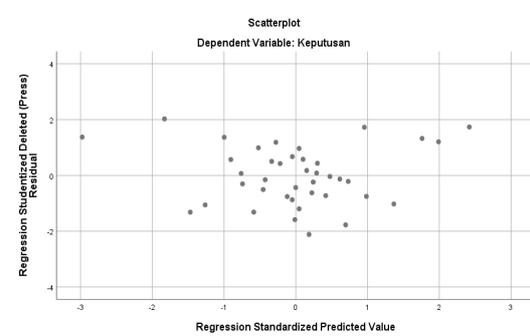
Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

1	(Constant)	3.355	7.824		.429	.671		
	Pengetahuan (XI)	.710	.222	.444	3.194	.003	.980	1.020
	Religiusitas (XII)	.344	.146	.325	2.350	.024	.993	1.007
	Kualitas pelayanan islam (XIII)	.088	.202	.060	.433	.667	.983	1.018

d. Uji heteroskedestitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.409	4.184		.815	.421
	Pengetahuan	-.023	.119	-.033	-.197	.845
	Religiusitas	.012	.078	.025	.153	.879
	Kualitas pelayanan Islam	-.054	.108	-.083	-.495	.624

e. Grafik heteroskedestitas



Lampiran 7 uji regresi linier berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.355	7.824		.429	.671
	Pengetahuan	.710	.222	.444	3.194	.003
	Religiusitas	.344	.146	.325	2.350	.024
	Kualitas pelayanan Islam	.088	.202	.060	.433	.667

Lampiran 8 uji Hipotesis

a. Uji persial (t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.355	7.824		.429	.671
	Pengetahuan (X1)	.710	.222	.444	3.194	.003
	Religiusitas (X2)	.344	.146	.325	2.350	.024
	Kualitas pelayanan Islam (X3)	.088	.202	.060	.433	.667

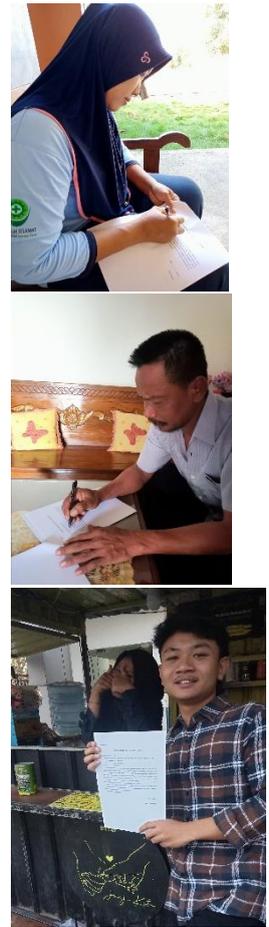
b. Uji signifikansi simultan (F)

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	134.454	3	44.818	5.592	.003 ^b
	Residual	288.521	36	8.014		
	Total	422.975	39			

c. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.564 ^a	.318	.261	2.831

DOKUMENTASI



Daftar Riwayat Hidup

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Ryanji Harimansyah
2. TTL : Pati, 27, November 2000
3. Jenis Kelamin : Laki - Laki
4. Alamat : Desa Tambahagung, dukuh Tambak Rt 02 Rw 06
kecamatan Tambakromo, Kabupaten Pati
5. Telepon/ Email : 085227957925 / ryanjiharimansyah@gmail.com
6. Agama : Islam
7. Status : Lajang

B. Identitas Keluarga dan Lingkungan

1. Nama Ayah : Maji
Pekerjaan : Pedagang
Alamat : Desa Tambahagung, dukuh Tambak, Rt 02 Rw
06, Kecamatan Tambakromo, Kabupaten Pati
2. Nama Ibu : Hariani
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Desa Tambahagung, dukuh Tambak, Rt 02 Rw
06, Kecamatan Tambakromo, Kabupaten Pati
3. Saudara Kandung :
Adek Laki-Laki : Ahmad Rajib Hanif Irsyad
Pekerjaan : pelajar

C. Riwayat Pendidikan

1. SD : SDN Tambahagung 03
2. MTS : MTs Miftahul Muhtadin
3. SMA : SMA Rifaiyah
4. Kampus : UIN Walisongo Semarang