

**PENGARUH PELAYANAN ISLAMI, PENGETAHUAN NASABAH,
DAN TINGKAT RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI
NASABAH BPRS MITRA HARMONI SEMARANG**

Dibuat Guna Menyelesaikan Tugas Akhir
Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Program Strata S.1
Ilmu Ekonomi Islam



Oleh:
AHMAD SIDIQ
132411033

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2020



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

Hamka (kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291, 7624691, Semarang, KodePos 50185

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) bendel
Hal : Persetujuan Naskah Skripsi
An. Sdr. Ahmad Sidiq

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo
Di Semarang
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Ahmad Sidiq
NIM : 132411033
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Pelayanan Islami, Pengetahuan Nasabah,
dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan
Menjadi Nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang

Dengan ini kami setuju, dan mohon kiranya dapat segera dimunaqosahkan.
Demikian, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 12 Juni 2020

Pembimbing I

Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag
NIP : 19670119 199803 1 002

Pembimbing II

Fajar Adhitya, S.Pd. MM
NIP : 19891009 20 1503



PENGESAHAN

Nama : Ahmad Sidiq
NIM : 132411033
Judul : Pengaruh Pelayanan Islami, Pengetahuan Nasabah, dan Tingkat
Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BPRS Mitra
Harmoni Semarang

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat ~~cumlaude/baik/eksep~~, pada tanggal : 26 Juni 2020

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2019/2020.

Semarang, 26 Juni 2020

Dewan Penguji

Ketua Sidang

Drs Saekhu, MH.
NIP : 19690120 199403 1 004

Sekretaris Sidang

Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag.
NIP : 19670119 199803 1 002

Penguji I

Choirul Huda, M.Ag.
NIP : 19760109 200501 1 002

Penguji II

Johan Arifin, S.Ag., MM.
NIP : 19710908 200212 1 001

Pembimbing I

Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag.
NIP : 19670119 199803 1 002

Pembimbing II

Fajar Adhitya, S.Pd. MM.
NIP : 19891009 20 1503 1 003

MOTTO

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (١٨١) وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ (١٨٢)

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus”

PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan rasa syukur yang sebanyak-banyaknya kepada Allah SWT sehingga skripsi ini bisa diselesaikan dengan lancar dan tidak banyak menemui hambatan. Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Bapak yang selalu memberi dukungan moral dan ibu tercinta. Terima kasih atas dukungan, perhatian, keikhlasan, cinta, dan do`amu yang tidak pernah berhenti.
2. Bapak Ade Yusuf Mujaddid sebagai pembimbing 1 yang sangat memberi motivasi, dan juga Bapak Fajar Adhitya sebagai pembimbing II.
3. Kakakku yang selalu memberikan dukungan, motivasi, serta doa yang tulus dari hati.
4. Adik-adikku tersayang yang selalu memberi semangat.
5. Teman seperjuangan EIA 2013

Semarang 12 Juni 2020

Peneliti

Ahmad Sidiq

NIM 132411033

DEKLARASI

Dengan ini penulis menyatakan bahwa dalam penelitian kali ini tidak memuat tentang materi yang ditulis oleh orang lain. Dan penelitian ini juga tidak memuat hal-hal atau gagasan dari orang lain, kecuali jika ada informasi yang dijadikan rujukan oleh penulis.

Semarang, 12 Juni 2020

Penulis

Ahmad Sidiq

NIM 132411033

ABSTRAK

Bank merupakan sekian dari banyak perusahaan yang bergerak di bidang keuangan. Salah satunya adalah BPRS Mitra Harmoni Semarang. BPRS Mitra Harmoni adalah sekian dari salah satu bank yang ada di Semarang yang kegiatannya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah pelayanan islami, pengetahuan nasabah, dan tingkat religiusitas berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni.

Tujuan dari penelitian kali ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh pelayanan islami, pengetahuan nasabah, dan tingkat religiusitas terhadap keputusan untuk menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang. Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang. Sedangkan sampel peneliti sebanyak 56 orang. Penelitian ini di uji dengan analisis regresi dengan alat bantu pengukuran SPSS versi 25.

Hasil dari penelitian ini adalah hanya variabel pengetahuan nasabah yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang, sedangkan variabel pelayanan islami dan tingkat religiusitasnya memiliki pengaruh positif akan tetapi tidak signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni.

Kata Kunci : *Pelayanan, Pengetahuan, Religiusitas, Keputusan*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang sudah memberikan rahmat dan hidayah Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: “Pengaruh Pelayanan Islami, Pengetahuan Nasabah, dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang” tanpa menemui banyak kendala yang berarti. Shalawat dan salam tidak lupa kita antarkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya.

Skripsi ini diselesaikan untuk memenuhi tugas akhir dan juga sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Untuk semua yang sudah membantu memberi pengarahan, memberi motivasi, dan juga membantu dalam bentuk apapun dalam menyelesaikan skripsi ini penulis mengucapkan banyak terima kasih. Ucapan ini penulis tujukan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag. sebagai Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Muhammad Syaifullah, M.Ag. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag. selaku Kajur Ekonomi Islam sekaligus sebagai pembimbing I, serta Bapak Nurudin,. S.E, MM. Selaku Sekjur Ekonomi Islam.
4. Bapak Fajar Adhitya, S.pd. MM. selaku Dosen Pembimbing II, yang sudah memberi banyak masukan dan arahan dalam proses menyusun skripsi ini.
5. Semua Dosen dan Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Semoga perbuatan mereka menjadi amal ibadah yang baik disisi Allah SWT. Penulis juga sudah sangat berusaha sebisa mungkin untuk mengerjakan skripsi ini dengan sempurna, tetapi semua tidak akan bisa luput dari kekurangan. Maka penulis mengharap kritik dan saran membangun agar dalam penyusunan penelitian berikutnya bisa menjadi lebih baik.

Semarang, 12 Juni 2020

Penulis

Ahmad Sidiq

NIM 132411033

TRANSLITERASI

Adalah upaya penyalinan huruf abjad dari satu bahasa ke bahasa lainnya. Tujuannya adalah untuk memperlihatkan kata-kata asal yang sering tidak terlihat oleh cara pelafalan bunyi atau tajwid dalam bahasa arab.

Dalam bahasa arab, “salah makna” yang diakibatkan “salah lafaz” sangat mudah terjadi, dikarenakan semua huruf dapat disamakan dengan huruf latin. Oleh karena itu, kita memang harus menggunakan “konsep rangkap” (ts, kh, dz, sy, sh, dh, th, zh, dan gh). Transliterasi yang digunakan adalah:

ا	A	ز	z	ق	Q
ب	B	س	S	ك	K
ت	T	ش	sy	ل	L
ث	Ts	ص	sh	م	M
ج	J	ض	dh	ن	N
ح	Ch	ط	th	و	W
خ	Kh	ظ	zh	ه	H
د	D	ع	,	ء	A
ذ	dz	غ	gh	ي	Y
ر	R	ف	f		

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN DEKLARASI	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah.....	5
1.3.Tujuan dan Manfaat	5
1.4.Sistematika Penulisan	5
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1.Kerangka Teori	7
2.1.1. Pelayanan Islami	7
2.1.2. Pengetahuan	10
2.1.3. Religiusitas.....	13
2.1.4. Pengambilan Keputusan.....	16
2.2.Penelitian Terdahulu	21
2.3.Kerangka Pemikiran Teoritik.....	22
2.4.Hipotesis	22
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1.Jenis dan Sumber Data.....	24
3.2.Populasi dan Sampel.....	25

3.3. Metode Pengumpulan Data.....	25
3.3.1. Metode Angket.....	25
3.3.2. Wawancara.....	26
3.3.3. Metode Dokumentasi.....	27
3.4. Variabel dan Pengukuran.....	28
3.5. Teknik Analisis Data.....	30
3.5.1. Analisis Linear Berganda.....	31
3.5.2. Uji Asumsi klasik.....	31
3.5.3. Pengujian Hipotesis	32

BAB IV PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
4.1.1. Sejarah.....	34
4.1.2. Pemegang Saham.....	34
4.1.3. Perizinan	34
4.1.4. Jaringan Kantor.....	35
4.1.5. Budaya Kerja	36
4.1.6. Komitmen	36
4.1.7. Visi dan Misi.....	37
4.1.8 Struktur Organisasi	37
4.1.8. Produk.....	37
4.2. Deskriptif Data dan Karakteristik Responden	43
4.2.1. Jenis Kelamin.....	43
4.2.2. Umur	44
4.2.3. Pendidikan.....	44
4.2.4. Pekerjaan.....	45
4.2.5. Penghasilan	46
4.3. Hasil Analisis Data	47
4.3.1. Uji Instrumen	47
4.3.1.1. Uji Validitas	47
4.3.1.2. Uji Reabilitas.....	48
4.3.2. Uji Asumsi Klasik.....	48
4.3.2.1. Uji Normalitas.....	48
4.3.2.2. Uji Multikolonieritas.....	50
4.3.2.3. Uji Heteroskedastisitas.....	51

4.3.3. Uji Hipotesa	52
4.3.3.1. Analisis Linear Berganda.....	52
4.3.3.2. Uji R (Determinan)	54
4.3.3.3. Uji T (Parsial).....	55
4.3.3.4. Uji F (Simultan)	56
4.4. Pembahasan.....	57

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan	60
5.2. Saran	60
5.3. Penutup	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Variabel dan Pengukuran	29
Tabel 4.1 Kategori Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Kategori Umur.....	44
Tabel 4.3 Kategori Pendidikan	44
Tabel 4.4 Kategori Pekerjaan	45
Tabel 4.5 Kategori Penghasilan.....	46
Tabel 4.6 Uji Validitas	47
Tabel 4.7 Uji Reabilitas	48
Tabel 4.8 Uji Normalitas	49
Tabel 4.9 Uji Multikolonieritas	51
Tabel 4.10 Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel 4.11 Uji Analisis Linear Berganda	53
Tabel 4.12 Uji R (Determinan).....	54
Tabel 4.13 Uji T (Parsial).....	55
Tabel 4.14 Uji F (Simultan).....	57

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia adalah makhluk hidup yang ingin selalu mengetahui tentang suatu hal. Rasa tersebut membuat manusia memunculkan pertanyaan yang berhubungan dengan dirinya, tentang lingkungannya, ataupun tentang peristiwa-peristiwa yang kerap terjadi disekitarnya. Melalui dengan pertanyaan-pertanyaan manusia bisa mendapat sesuatu yang ingin diketahui oleh dirinya. Begitulah caranya seseorang untuk mengumpulkan pengetahuan.¹

Manusia bisa mendapatkan pengetahuan dengan beberapa cara. Jika hanya ingin mengetahui tentang sesuatu hal bisa, manusia dapat menggunakan pertanyaan yang sangat sederhana. Tetapi biasanya manusia juga bisa mendapat pengetahuan dari pengalaman orang lain maupun dari pengalamannya sendiri. Manusia memperluas pengetahuannya tidak dapat terlepas dari upaya untuk menyelesaikan masalah kebutuhan dan kelangsungan hidup. Akan tetapi, keberlangsungan hidup manusia bukan hanya sekedar membahas kebutuhan primer (sandang, papan, dan pangan) saja. Pengetahuan tentang kebutuhan hidup dapat dipandang secara luas, pengetahuan tentang pengembangan ekonomi adalah salah satunya, yang termasuk tentang pengembangan ekonomi adalah pengetahuan tentang pengembangan perbankan atau lembaga keuangan syariah. Dewasa ini perkembangan di sektor ekonomi sangatlah pesat, khususnya untuk pengembangan perbankan yang ada di Indonesia.

Secara garis besar, lembaga keuangan yang ada di Indonesia berfungsi sebagai intermediasi, yang artinya adalah proses pengumpulan dana dari sektor surplus ekonomi, untuk ketersediaan dana bagi unit ekonomi lainnya. Intermediasi keuangan merupakan kegiatan pengalihan dana dari unit ekonomi surplus ke unit ekonomi defisit.²

¹ Jalaluddin, *Filsafat ilmu pengetahuan*, Jakarta:PT Raja Grafindo, 2013, h. 85.

² Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2009, h.29.

Di Indonesia sistem keuangan dijalankan melalui dua jenis lembaga, yaitu lembaga keuangan bank dan non bank. Lembaga keuangan bank ialah lembaga yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dengan bentuk kredit atau lainnya.³ Secara operasional lembaga keuangan bank diawasi oleh Bank Indonesia. Sedangkan untuk pembinaan dan pengawasan dari sisi kesyariahan suatu bank dilaksanakan oleh Dewan Pengawas Syariah MUI.

Lembaga keuangan non bank memiliki lebih banyak jenis dibandingkan dengan lembaga keuangan bank. Lembaga keuangan non bank juga memiliki ciri khas usahanya sendiri. Berbeda dengan lembaga keuangan bank, lembaga keuangan non bank secara operasional dibina dan diawasi oleh Bapepam LK. Untuk pembinaan dan pengawasan dari sisi kesyariahan sama seperti lembaga keuangan bank, yaitu dijalankan oleh Dewan Pengawas Syariah Nasional MUI.⁴

Bank konvensional ataupun bank adalah lembaga yang sama-sama bergerak di bidang keuangan. Dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 yang menggantikan Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan, mengemukakan bahwa bank adalah badan usaha yang kegiatannya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dengan bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka untuk meningkatkan kesejahteraan hidup orang banyak. Pengertian bank menurut para ahli adalah sebagai berikut, Abdurachman menyatakan, bank adalah badan usaha yang kegiatannya menyediakan berbagai jasa, contohnya memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, bertindak sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga, dan juga membiayai perusahaan yang membutuhkan dana.

Dewasa ini kebutuhan akan dana sangat dirasakan manfaatnya untuk kegiatan investasi maupun untuk modal kerja. Dana juga sangat dibutuhkan untuk perusahaan baru ataupun perusahaan yang sudah

³ Abdul Ghofur Anshori, *Penerapan Prinsip Syariah: dalam lembaga keuangan, lembaga pembiayaan, dan perusahaan pembiayaan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008, h. 15.

⁴ Soemitro, *Bank...*, h.46.

berlajan lama. Dana juga sangat dibutuhkan oleh para pengusaha mikro, pengusaha kecil, pengusaha menengah, dan juga pengusaha atas. Ketika banyak pihak yang sangat membutuhkan dana, maka keluarlah perusahaan yang bergerak di bidang keuangan yang memiliki peran penting untuk menyediakan setiap kebutuhan dana yang dibutuhkan oleh masyarakat, lebih khusus untuk keperluan modal bisnis. Kegiatan usaha keuangan selain menyalurkan dana kepada masyarakat juga melakukan kegiatan menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan.

5,64 persen adalah pangsa pasar yang dimiliki oleh perbankan syariah yang ada di Indonesia pada tahun 2018. Dibandingkan dengan perbankan konvensional pertumbuhan perbankan syariah lebih tinggi yaitu mencapai 15,4 persen sedang bank konvensional hanya mencapai 889 persen. Bank syariah juga terpantau masih sangat aktif jika dilihat dari posisi asetnya, tercatat perbankan syariah mengalami pertumbuhan sebesar 20,66% *year on year* per akhir Februari 2019 menjadi Rp 430,36 triliun. Disisi lain, pembiayaan juga bergerak di level dua digit yaitu 14,86% *yoy* menjadi Rp 290,99 triliun.

Sistem perbankan syariah dan perbankan konvensional memiliki banyak persamaan dalam hal mencari laba. Namun keduanya mempunyai perbedaan dalam hal memberikan balas jasa kepada para nasabahnya. Dengan perbedaan tersebut maka bank konvensional dan bank syariah bersaing untuk merebutkan nasabah yang masih belum menentukan pilihan untuk menabung atau untuk melakukan peminjaman uang dalam rangka mengembangkan usaha.

Secara garis besar calon nasabah yang ingin menentukan pilihannya, tentu akan memilih bank yang akan memberikan kenyamanan dan keuntungan baginya. Calon nasabah tentu juga akan mempertimbangkan faktor-faktor lainnya sebelum dia melakukan keputusan untuk menjadi nasabah, misalnya lokasi dan juga tidak kalah penting adalah tingkat bunga, karena tingkat bunga bisaanya sangat mempengaruhi keputusan calon nasabah. Dengan tingkat suku bunga yang tinggi akan menarik minat calon nasabah untuk menabung karena calon nasaah berfikir dia akan mendapatkan keuntungan yang lebih, walaupun dia hanya melakukan kegiatan menabung saja. Menurut Dinie Suryani saat ini masyarakat sedikit berubah pandangan mengenai tingkat

suku bunga yang menarik minat tersebut, akan tetapi sekarang masyarakat lebih mementingkan kemudahan dan kenyamanan dalam melakukan transaksi dalam menentukan pilihan untuk memilih bank mana yang akan mereka gunakan. Dengan maraknya bisnis atau usaha keuangan yang berbentuk bank di Semarang, maka baik bank konvensional maupun bank syariah berlomba-lomba untuk mendapatkan nasabah dengan cara menawarkan banyak fasilitas dan kemudahan yang disajikan untuk para calon nasabahnya.

Salah satu faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Agar bisa menjalin hubungan baik dengan para nasabahnya maka bank harus memberikan kenyamanan dalam bertransaksi kepada para nasabahnya. Setelah memberikan kenyamanan kepada nasabahnya maka nasabah akan merasa percaya kepada bank tersebut, dan untuk menjaga kepercayaan nasabah maka bank juga harus menjaga imagenya. Tanpa image baik, maka kepercayaan yang dibangun tidak akan berjalan secara efektif. Selain pelayanan, faktor lain yang paling mendasar dalam mengembangkan lembaga keuangan syari'ah adalah pengetahuan nasabah mengenai produk dan tingkat religiusitas dari nasabah. Kotler berpendapat bahwa pengetahuan adalah segala suatu perubahan yang terdapat pada perilaku individu yang bersumber dari pengalaman seseorang. M. Nur Ghufron & Rini Risnawita memberi pandangan bahwa agama adalah meliputi kesadaran beragama dan juga pengalaman beragama. Pengetahuan juga sangat berpengaruh terhadap keputusan calon nasabah dalam menentukan membeli atau tidak membeli suatu barang atau jasa. Karena yang diteliti dalam penelitian kali ini adalah bank syariah, yang dimana bank syariah menggunakan prinsip syari'ah dalam menjalankan bisnisnya, tentu tingkat religiusitas nasabah sangat berpengaruh dalam menentukan keputusan untuk menjadi nasabah bank syari'ah tersebut. Maka dalam penelitian ini penulis sangat tertarik untuk meneliti tentang variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan untuk menjadi nasabah dengan judul "PENGARUH PELAYANAN ISLAMI, PENGETAHUAN NASABAH, DAN TINGKAT RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BPRS MITRA HARMONI SEMARANG".

1.2 Rumusan Masalah

Setelah kita mengetahui latar belakang masalah yang sudah diuraikan tadi di atas maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang?
2. Bagaimana pengaruh pengetahuan nasabah tentang produk terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang?
3. Bagaimana pengaruh tingkat religiusitas nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan

1. Untuk menjelaskan pengaruh pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang.
2. Untuk menjelaskan pengaruh pengetahuan terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang.
3. Untuk menjelaskan pengaruh religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang.

1.3.2 Manfaat

1. Bagi penulis, semoga penelitian ini dapat menjadi tambahan pengetahuan bagi penulis lainnya tentang hubungan antara teori yang didapat di kelas dengan kenyataan di lapangan.
2. Untuk BPRS Mitra Harmoni, semoga penelitian ini bisa menjadi bahan masukan bagi manajemen untuk merumuskan suatu kebijakan yang akan diambil.
3. Bagi akademik, semoga penelitian ini bisa menjadi bahan kajian ilmiah dari teori yang pernah didapat di kampus untuk bisa diimplementasikan secara empiris di lapangan.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian kali ini adalah pada halaman pertama tentu adalah halaman judul, lalu berikutnya terdapat beberapa halaman-halaman seperti halaman persetujuan dosen pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, persembahan, deklarasi, kata

pengantar, anstrak, daftar isi, dan daftar tabel. Lalu disusul dengan :

BAB I : Pada bab ini berisi tentang : Pendahuluan

1. Latar Belakang Masalah
2. Rumusan Masalah
3. Tujuan dan Manfaat Penelitian
4. Sistematika Penelitian

BAB II : Pada bab ini memuat tentang : Landasan teori

1. Kerangka Teori
2. Penelitian Terdahulu
3. Kerangka Pemikiran Teoritik
4. Hipotesa

BAB III : Bab ini berisi : Metodologi penelitian

1. Jenis dan Sumber Data
2. Sampel dan Populasi
3. Metode Pengumpulan Data
4. Variabel Penelitian dan Pengukuran
5. Teknik Analisa Data

BAB IV : Bab ini berisi tentang Analisa Data dan Pembahasan

1. Penyajian Data
2. Analisis Data dan Interpretasi Data
3. Pembahasan

BAB V : Kesimpulan dan saran

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Pelayanan Islami

Kata layan dalam KBBI memiliki arti membantu mengurus sesuatu, atau menyiapkan apa yang dibutuhkan seseorang, atau dengan kata lainnya adalah meladeni. Sedangkan pelayanan itu sendiri ialah cara melayani seseorang. Jika suatu layanan yang kenyataannya dibawah harapan konsumen maka dapat dikatakan layanan tersebut adalah tidak bermutu, jika layanan yang diterima sesuai dengan harapan konsumen, maka layanan tersebut bisa dikatakan bermutu, dan jika layanan yang diterima lebih dari apa yang diharapkan oleh konsumen, maka layanan tersebut bisa dikatakan layanan tersebut adalah memuaskan.⁵ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah perbedaan antara layanan yang diterima oleh konsumen dengan apa yang diharapkan oleh konsumen.

Kotler dalam bukunya yang berjudul *managemen pemasaran* edisi bahasa indonesia menjelaskan bahwa pelayanan adalah suatu yang tidak kasat oleh mata yang merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak satu kepada pihak lain tanpa menyebabkan berpindahnyanya kepemilikan.⁶ Jadi pelayanan adalah suatu tindakan yang tidak kasat oleh mata yang bisa dirasakan manfaatnya tanpa adanya pemindahan suatu kepemilikan.⁷

Aktifitas yang tidak kasat mata akan tetapi menimbulkan inetraksi antara konsumen dengan seorang karyawan yang disediakan oleh perusahaan pemberi jasa pelayanan itu bisa disebut dengan pelayanan.

Untuk meningkatkan penjualan, baik itu barang ataupun jasa dari perusahaan pesaing, maka yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan, dengan kualitas pelayanan yang bermutu dan juga mementingkan tingkat kepentingan seorang konsumen terhadap jasa yang mereka terima yang dapat dibuat berdasarkan pengalaman konsumen. Tentu konsumen akan memilih pemberi jasa yang

⁵ EM Zul Fajri dan Ratu Aprilia Senja, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Edisi Revisi*, cet. ke-3, Semarang: Difa Publisher, 2008, h. 520.

⁶ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality dan Satisfication*, Yogyakarta: Andi, 2005, h.11.

⁷ M.Taufik Amir, *Dinamika Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005, h.11.

sangat mementingkan kepentingan dari konsumen tersebut, yang akan menjadikan konsumen tersebut akan kembali menggunakan jasa dari perusahaan tersebut.

Layanan yang diterima jika berada jauh dibawah dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, maka konsumen akan kecewa dan akan berakibat tidak akan memakai kembali jasa tersebut, demikian adalah pendapat dari Kotler. Dan juga sebaliknya apabila layanan yang diterima jauh lebih baik dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, maka konsumen akan menggunakan jasa tersebut kembali untuk seterusnya.⁸

Untuk mengetahui kualitas jasa suatu layanan maka model yang paling populer dan saat ini masih digunakan sebagai acuan dalam setiap riset pemasaran adalah model SERVQUAL (*Service Quality*) yang ditemukan oleh Parasuraman, Zeithmal, dan Berry. SERVQUAL adalah suatu model perbandingan antara dua faktor, yaitu persepsi dari pelanggan mengenai layanan yang mereka terima (*Perceived Service*) dengan layanan yang diharapkan (*Expected Service*). Terdapat lima dimensi dalam model SERVQUAL yang pernah dilakukan studi oleh Parasuraman dengan menggunakan lebih dari 800 konsumen dengan 4 perusahaan dengan umur 25 ke atas, dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Berwujud : merupakan fasilitas-fasilitas yang bersifat fisik (perlengkapan kantor, gedung, penampilan pegawai, dan yang berwujud lainnya)
2. Keandalan : suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang sudah dijanjikan di awal.
3. Daya tanggap : memberikan pelayanan dengan cepat, tepat, dan penyampaian informasi secara tepat.
4. Jaminan : kemampuan, kesopanan, pengetahuan, dan sifat yang bisa dipercaya yang harus dimiliki oleh para staf.
5. Empati : hubungan atau komunikasi yang baik dan mampu memahami kebutuhan para nasabahnya dengan baik.⁹

⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran edisi Bahasa Indonesia* jilid 2, Jakarta: Prenhallindo, 1999, h.177

⁹ Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat, 2006, h.182

Ada enam karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam, antara lain:¹⁰

1. Jujur adalah suatu tindakan yang tidak akan pernah berbohong, tidak pernah khianat, tidak akan menipu, tidak akan pernah mengada-ada fakta. Hal tersebut sesuai dengan Al-Qur'an surat Asy-Syuaraa ayat 181-183.

﴿أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (١٨١) وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ (١٨٢) وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَنْشِيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ (١٨٣)﴾

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan”

2. Bertanggung jawab dan dapat dipercaya yaitu suatu sikap yang tidak akan mengecewakan orang lain.
3. Tidak menipu adalah tindakan yang menjalankan suatu bisnis dengan tidak pernah menipu. Sebagai contohnya praktek dagang yang dilakukan oleh Rasulullah SAW yang tidak pernah sekalipun menipu.
4. Menepati janji yaitu tindakan yang selalu menepati janjinya, baik itu dengan konsumen atau dengan relasinya.
5. Rendah hati yaitu suatu sikap yang ramah tamah, sopan santun, murah senyum, tapi penuh dengan tanggung jawab. Tidak pernah meninggalkan kepentingan akhirat dalam menjalankan bisnisnya.
6. Tidak boleh terlalu menyibukkan diri dengan duniawi. Sehingga jika sudah datang waktunya shalat, mereka mereka wajib melaksanakannya.

2.1.2 Pengetahuan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang digunakan oleh Jalaludin dalam bukunya “filsafat ilmu pengetahuan”, pengetahuan dapat diartikan sebagai “segala sesuatu yang diketahui/kepandaian, ataupun segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan hal (mata pelajaran) di sekolah”.¹¹ Kothler menjelaskan bahwa pengetahuan adalah segala perubahan perilaku seseorang yang bersumber dari suatu pengalaman, baik pengalaman pribadi ataupun pengalaman dari orang lain. Pengetahuan

¹⁰ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press, 2009, h.153.

¹¹ Jalaluddin, *Filsafat Ilmu Pengetahuan*, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013, h.83.

adalah hasil yang didapat dari suatu proses pembelajaran, baik itu dari sekolah, lingkungan sekitar, atau bisa juga dari pengalaman orang lain yang diceritakan. Rasa ingin tahu seseorang juga bisa menjadi sumber pengetahuan seseorang. Semakin tinggi rasa ingin tahu seseorang, maka semakin tinggi juga pengetahuan yang akan didapat olehnya. Allah berfirman dalam Al Qur'an:

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا (٣٦)

“Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungjawaban”

Budiman menuturkan faktor-faktor yang bisa mempengaruhi pengetahuan seseorang adalah :

1. Pendidikan

Pendidikan merupakan proses perubahan sikap seseorang untuk mendewasakan diri dengan jalan yang ditempuh adalah pengajaran dan pelatihan. Pendidikan bisa diperoleh melalui sekolah, internet, televisi, dan media massa yang lainnya. Semakin tinggi pendidikan seseorang maka akan berdampak pada semakin mudah pula untuk memperoleh informasi yang diperlukan sehingga pengetahuan yang akan didapatnya akan semakin banyak.

2. Informasi / Media Massa

Media massa merupakan suatu alat yang digunakan untuk menampilkan suatu informasi baik itu secara elektronik maupun secara cetakan. Saat ini semakin banyak sekali media massa yang ada, sehingga makin banyak pula informasi yang akan didapat dari media massa yang akan mempengaruhi pengetahuan seseorang. Media massa sangat mudah diakses oleh seseorang, dengan media massa seseorang dapat dengan mudah mengumpulkan informasi yang dibutuhkan

3. Sosial Budaya dan Ekonomi

Sosial budaya atau tradisi adalah kegiatan yang tanpa ada penalaran terlebih dahulu sebelum melakukan kegiatan tersebut, akan tetapi dengan adanya tradisi maka seseorang akan mendapat

pengetahuan, walaupun dia tidak melakukan kegiatan tersebut. Status ekonomi sangat mempengaruhi tingkat pengetahuan seseorang, seseorang dengan status sosial yang tinggi akan dapat dengan mudah mendapatkan informasi karena fasilitas yang lengkap yang dimiliki olehnya. Seseorang yang memiliki tradisi yang baik maka pengetahuannya akan baik, sebaliknya jika seseorang tidak memiliki tradisi yang baik, maka pengetahuan yang dimiliki juga kurang baik

4. Lingkungan

Lingkungan adalah tempat dimana seseorang itu tinggal, maka lingkungan akan sangat mempengaruhi tingkat pengetahuan seseorang. Jika lingkungan seseorang itu baik maka pengetahuan yang didapatnya akan baik juga, dan juga sebaliknya, apabila lingkungan sekitar seseorang itu kurang baik, maka pengetahuannya kurang baik juga.

5. Pengalaman

Pengalaman pribadi maupun pengalaman orang lain akan sangat membantu seseorang untuk mendapatkan pengetahuan. Pengalaman seseorang akan meningkatkan pengetahuan seseorang.⁸ Pengalaman seseorang tentang suatu permasalahan akan membuatnya mengetahui bagaimana caranya untuk menghadapi masalah tersebut.

6. Usia

Semakin bertambahnya usia seseorang, maka pengalaman yang didapat akan semakin banyak, tentunya juga pengetahuan yang didapatnya juga akan bertambah banyak.

Engel, Blakwell, dan Miniard dalam bukunya yang berjudul perilaku konsumen yang diterjemahkan oleh Budiyanto mengelompokkan pengetahuan konsumen menjadi 3 macam:

1. Pengetahuan produk

Adalah berbagai kumpulan informasi mengenai sebuah produk, pengetahuan ini bisa memuat tentang spesifikasi produk, merk produk, harga produk, dan informasi lainnya mengenai produk.

2. Pengetahuan pembelian

Pengetahuan pembelian adalah informasi yang sudah didapatkan oleh konsumen untuk produk yang diinginkan konsumen tersebut. Pengetahuan ini meliputi pengetahuan tentang dimana dia akan membeli dan kapan akan membeli. ketika sudah menentukan untuk membeli maka konsumen juga akan menentukan kapan dia akan membeli dan dimana dia akan membeli, maka dari itu ini adalah kesempatan untuk para marketing untuk memberi tahu secara detail dimana konsumen tersebut bisa membeli produknya.

3. Pengetahuan pemakaian

Pengetahuan ini didapat setelah konsumen memakai produk yang dibeli, agar konsumen bisa memaksimalkan produk yang dibelinya, maka produsen bertanggung jawab memberi tahu cara penggunaan dari produk. Konsumen akan merasa kecewa apabila produk yang dibelinya tidak bisa memberi manfaat yang maksimal, meskipun hal tersebut terjadi karena kesalahan dari konsumen itu sendiri. Untuk menghindari hal tersebut maka produsen harus secara detail memberi tahu bagaimana cara untuk dapat menggunakan produk secara benar agar mendapat hasil yang maksimal.

2.1.3 Religiuitas

Menurut KBBI religiusitas adalah pengabdian terhadap agama dengan melakukan ibadah dengan kesadaran yang tinggi.¹² Robert Nuttin menjelaskan bahwa dorongan yang muncul dari dalam diri seseorang untuk beragama seperti halnya dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan lainnya seperti makan, minum dan hal lainnya. Oleh karena itu maka aturan dalam agamapun harus dipenuhi, agar seseorang mendapatkan ketenangan dan kepuasan dalam beragama¹³. Religiusitas merupakan suatu yang bersifat spiritual yang dialami oleh seseorang yang sangat berkaitan erat dengan keyakinan dan hokum yang berlaku. Religius

¹² Depdikbud Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005, h.944.

¹³ Jalaluddin, *Psikologi Agama*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1995, h.89.

merupakan sesuatu yang sudah diresapi oleh seseorang di dalam hatinya, getaran hati nurani, dan sikap.

Aktivitas beragama yang berkaitan erat dengan religiusitas tidak hanya terjadi saat melaksanakan ibadah saja, akan tetapi juga saat melakukan aktivitas-aktivitas lainnya yang didorong oleh dorongan batin dan hati nurani manusia. Sikap religiusitas merupakan penggabungan antara pengetahuan, tindakan, serta perasaan dalam melakukan keagamaan yang didasari oleh ketulusan hati dari dalam diri seseorang. Menurut Gazalba yang dikutip oleh M. Nur Ghufron dan Rini Risnawita dalam bukunya yang berjudul "*teori-teori psikologi*" menuturkan bahwa religiusitas berasal dari kata *religi* dan bahasa latinnya adalah "religio" yang asal katanya adalah *religare* yang memiliki arti mengikat. dengan begitu maka dapat disimpulkan bahwa agama pada dasarnya memiliki aturan dan kewajiban yang harus ditaati dan juga harus dilakukan oleh para pemeluknya.¹⁴ Berawal dari istilah agama kemudian keluarlah istilah yang sering kita dengar sebagai keberagamaan dan religiusitas. "Pengertian religiusitas adalah seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah, dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya".¹⁵ Religiusitas akan memperlihatkan seberapa jauh seseorang mengikuti anjuran dari agamanya, yang akan tercermin pada tindakanya sehari-hari apakah akan sesuai dengan ajaran agamanya dalam melakukan sebuah aktifitas.

Agama adalah sesuatu yang berisi tentang aturan dan kewajiban, maka religiusitas adalah sejauh mana seseorang mengamalkan atau menjalankan aturan dan kewajiban tersebut. Pendapat tersebut sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Dister dalam Subandi yang menyatakan bahwa religiusitas adalah sebagai keberagamaan karena adanya internalisasi agama ke dalam diri seseorang.¹⁶

¹⁴ M. Nur Ghufron dan Rini Risnawita S, *Teori-teori Psikologi* Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2014, h.167.

¹⁵ Fuad Nashori dan Rachmy Diana Mucharam, *Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Psikologi Islam*, Yogyakarta: Menara Kudus, 2002, h.70.

¹⁶ Ghufron, *Teori...*, h.168.

Dalam islam religiusitas dapat diartikan menjalankan semua ajaran agama islam secara menyeluruh. Allah SWT berfirman pada QS. Al-Baqarah ayat 208

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ
٢٠٨

“Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu”.

Religiusitas sangat penting bagi kehidupan seseorang. Religiusitas harus dilakukan dalam berbagai sisi kehidupan seseorang. Religiusitas bisa dilihat dari berbagai aktifitas agama yang dilakukan sehari-hari yang dijalankan secara terus-menerus dan konsisten. Religiusitas tidak hanya yang tampak saja, akan tetapi harus juga tertanam dari hati seseorang.

Glock & Stark menjelaskan terdapat empat dimensi dalam religiusitas :

a. Dimensi keyakinan

Agama adalah seperangkat kepercayaan yang dimana para pengikutnya harus menaatinya. Meskipun demikian, ruang lingkup agama bukan hanya sebatas kegiatan agama dengan agama akan tetapi juga bisa agama dengan tradisi yang berlaku.

b. Dimensi penghayatan

Adalah sikap yang dilakukan seseorang dalam bentuk pemujaan atau ritual yang menunjukkan orang tersebut taat kepada agamanya.

c. Dimensi pengetahuan agama

Adalah pengetahuan tentang seseorang mengenai agamanya, contoh mengetahui tentang kitab suci, tentang ritual keagamaan yang harus dilakukan.

d. Dimensi pengalaman

Dimensi ini mencakup semua dari tiga dimensi di atas, jadi dimensi ini adalah praktik pengalaman, dan pengetahuan seseorang dalam melakukan kegiatan beragama. Tidak semua kegiatan bersumber dari

agama saja, meskipun agama sudah sangat jelas menggambarkan agar pengikutnya menaati.¹⁷

Thouless (1995:34) mengelompokkan faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan menjadi tiga macam, yaitu :

1. Pengaruh pendidikan.

Pendidikan dari orang tua dan lingkungan sekitar sangat mempengaruhi sikap seseorang dalam melaksanakan kegiatan agama. Yang memaksanya untuk bisa menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati bersama dalam lingkungan tersebut.

2. Faktor pengalaman

Berbagai jenis pengalaman yang akan menentukan sikap seseorang dalam beragama, khususnya pengalaman spiritual yang telah dia jalani.

3. Faktor Intelektual

Berkaitan dengan proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

2.1.4 Pengambilan Keputusan

2.1.4.1 Pengertian Pengambilan Keputusan

Keputusan merupakan tindakan memilih dari dua atau lebih pilihan yang tersedia. Orang yang mengambil keputusan harus memiliki satu pilihan dari dua atau lebih pilihan yang sudah tersedia. Jika seseorang dihadapkan kepada dua pilihan untuk membeli atau tidak membeli, lalu dia memilih untuk membeli maka orang tersebut sudah melakukan sebuah pengambilan keputusan. Keputusan untuk membeli akan didorong oleh kebutuhan dasar dari seseorang maupun organisasi.

Bisa disimpulkan bahwa keputusan adalah suatu pemecahan masalah yang dilakukan melalui pemilihan satu pilihan dari beberapa pilihan yang telah ada. Pengambilan keputusan merupakan suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif yang ada secara. Situasi saat keputusan diambil, mendeterminasikan sifat eksak dari sebuah proses yang bersangkutan. Proses tersebut memang

¹⁷ Brian S. Turner, *Agama dan Teori Sosial Rangka Pikir Sosiologi dalam Membaca Eksistensi Tuhan Diantara Gelegar Ideologi-ideologi Kontemporer* edisi bahasa Indonesia, jilid 2, Yogyakarta: IRCiSoD, 2006, h.97.

perlu waktu yang lumayan lama, suatu keputusan yang didapat akan diidentifikasi, yang dibuat pada tahapan proses pengambilan keputusan yang berlangsung. Semua pengaruh dan kognisi dilibatkan dalam pengambilan sebuah keputusan konsumen, termasuk pengetahuan, arti, dan kepercayaan yang diaktifkan dari ingatan serta proses perhatian dan pemahaman yang terlibat dalam penerjemahan informasi baru di lingkungan. “Tetapi inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu”.¹⁸

Assael menjelaskan dalam bukunya yang berjudul *Perilaku Konsumen yang diterjemahkan oleh Tatik Suryani : implikasi pada strategi pemasaran* mengelompokkan menjadi dua dimensi yakni tingkat pengambilan keputusan dan derajat keterlibatan saat melakukan pembelian. Pada dimensi pertama, konsumen (nasabah) akan dibedakan berdasarkan tingkat pengambilan keputusan. Konsumen (nasabah) akan sering melakukan pencarian informasi tentang merek yang lainnya sebelum dia mengambil sebuah keputusan, di sisi lain ada juga konsumen (nasabah) yang tidak mencari informasi tambahan, karena konsumen (nasabah) ini terbiasa membeli merek tersebut.¹⁹

Pada dimensi kedua nasabah dibedakan berdasar pada keterlibatan nasabah pada saat ingin memilih merek. Pada saat itu nasabah tidak terlibat terlalu dalam

2.1.4.2 Dasar-dasar Pengambilan Keputusan

George Terry berpendapat dasar-dasar pengambilan sebuah keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Intuisi

¹⁸ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*, Jakarta: Prenada Media, 2003, h.16.

¹⁹ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012, h.14.

Suatu pengambilan keputusan yang berdasar pada intuisi adalah pengambilan keputusan yang berdasar pada perasaan yang sifatnya adalah subjektif. Waktu yang digunakan untuk mengambil sebuah keputusan dengan berdasar pada intuisi relatif pendek. Keputusan yang dihasilkan juga relatif kurang baik dikarenakan sering sekali mengabaikan pertimbangan yang lain.

b. Rasional

Adalah sebuah pengambilan keputusan yang bersifat rasional dan logis. Pengambilan keputusan dengan dasar rasional akan dapat memaksimalkan hasil yang akan diterima.

c. Fakta

Berdasarkan kenyataan yang nyata-nyata terjadi. Tingkat kepercayaan terhadap pengambilan keputusan dapat lebih tinggi jika menggunakan dasar fakta, sehingga seseorang bisa menerima keputusan yang dibuatnya dengan rela dan senang hati.

d. Wewenang

Berdasar pada wewenang dari atasan yang mempunyai kedudukan yang lebih tinggi dari bawahannya.

e. Pengalaman

Adalah sebuah keputusan yang diambil berdasarkan pengalaman seseorang. Pengambilan keputusan berdasarkan pengalaman memiliki manfaat bagi pengetahuan praktis karena dengan pengalaman yang dimiliki seseorang dapat memperkirakan keadaan sesuatu, memperhitungkan untung-ruginya, dan baik-buruknya keputusan yang akan diambilnya.²⁰

2.1.4.3 Jenis Pengambilan Keputusan

Secara garis besar jenis pengambilan keputusan bisa dikelompokkan dalam dua bentuk yaitu:

a. Keputusan Terprogram

²⁰ Rachmadi Agus Triono, *Pengambilan Keputusan Manajerial*, Jakarta: Salemba Empat, 2012, h.200.

keputusan yang diambil secara berulang-ulang dan sudah terjadwal sebelumnya

b. Keputusan Tidak Terprogram

Keputusan tidak terprogram muncul sebagai akibat dari situasi. Darurat untuk segera mengambil tindakan dan memecahkan masalah yang timbul. Keputusan ini bersifat repetitif, tidak terstruktur serta sukar mengenali bentuk, hakikat, dan dampaknya.²¹

2.1.4.4 Proses Pengambilan Keputusan

Ada lima peran yang terjadi dalam proses pengambilan sebuah keputusan membeli:

1. Pemrakarsa (*initiator*)
Seseorang yang untuk pertama kalinya menyarankan seseorang agar membeli suatu produk.
2. Pemberi pengaruh (*influence*)
Orang yang ucapannya memiliki pengaruh terhadap seseorang untuk melakukan pengambilan keputusan.
3. Pengambil keputusan (*decider*)
Orang yang memutuskan untuk membeli atau tidak suatu barang atau jasa.
4. Pembeli (*buyer*)
Orang yang melakukan pembelian secara nyata.
5. Pemakai (*user*).
Orang yang menggunakan produk atau jasa.

Phillip Kotler memaparkan untuk membuat suatu keputusan, nasabah akan melalui lima tahapan dalam pembelian:

1. Pengenalan kebutuhan
Calon nasabah sebelum melakukan pembelian maka dia akan mengukur seberapa butuh dia akan mengambil atau membeli barang atau jasa tersebut.
2. Pencarian informasi

²¹ Ibid.

Nasabah akan mencari informasi suatu produk melalui:

- a. Keluarga, teman, sahabat, saudar, dan lainnya
 - b. Iklan, sponsor, reklame, mmt, kemasan
 - c. Media massa
 - d. Pengalamnanya sendiri mengenai produk
3. Evaluasi alternatif

Evaluasi adalah menimbang kembali produk yang ingin dia beli, dan membandingkan dengan produk yang sejenis dengan merk yang berbeda. Kriteria evaluasi alternatif yang paling dominan adalah harga dan produk.

4. Keputusan Nasabah

Setelah memilih alternatif, nasabah akan mengambil keputusan untuk membeli barang yang dipilih sesuai dengan kebutuhannya

5. Perilaku pasca pembelian

Setelah membeli maka nasabah akan menggunakan produk atau jasa tersebut, setelah menggunakannya maka nasabah akan mengevaluasi produk tersebut. Jika nasabah sudah merasa puas atas pembeliannya, maka yang akan dilakukannya adalah melakukan pembelian ulang dan apabila konsumen (nasabah) sudah merasa tidak puas maka konsumen (nasabah) akan melakukan hal-hal berikut ini:

1. Menyampaikan kekecewaannya kepada teman, keluarga, saudara, dan orang lain.
2. Mendatangi toko untuk meminta ganti rugi
3. Mengirim surat dan melampiaskan kekecewaan kepada surat kabar atau majalah, agar kekecewaannya tersebut diekpos oleh media dan mendajikan produk tersebut mendapat pandangan yang kurang baik.

Setelah panjang lebar diuraikan oleh penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa proses pengambilan keputusan adalah tahapan seseorang menentukan suatu pilihan dari beberapa pilihan yang tersedia.

2.2 Penelitian Terdahulu

Di bawah ini adalah contoh beberapa penelitian terdahulu yang memiliki beberapa persamaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan.

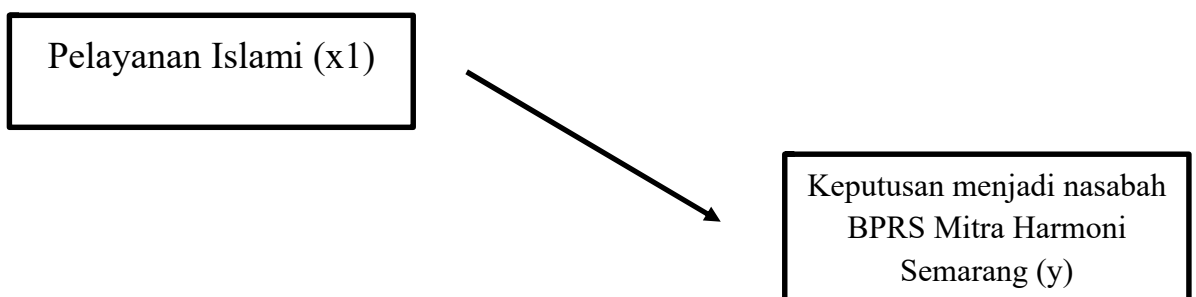
Penelitian oleh Rondowuwu (2014) yang berjudul “*Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Kepercayaan Dan Niat Beli Calon Pengguna Smartfren Andromax Di Sidoarjo*” dan penelitian yang dilakukan oleh Astrila dan Putranto (2014) dengan judul “*Pengaruh Tingkat Pengetahuan Tentang Pesan Halal Terhadap Tingkat Kepercayaan Pada Produk Kosmetik*” menunjukkan hasil dimana pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dan keputusan untuk membeli.

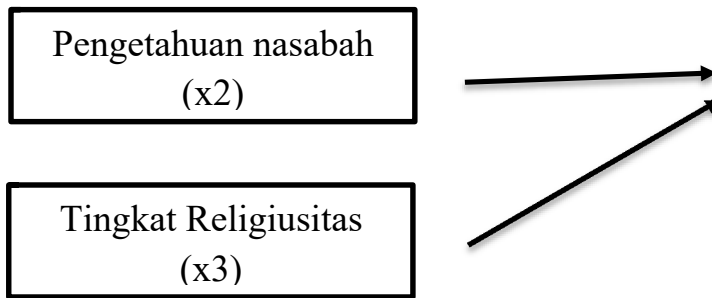
Penelitian dari Yoiz Shofwa Shafrani dengan judul, “*Pengaruh Kualitas Produk Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto*”. Hasil dari penelitian tersebut dengan model regresi berganda adalah $Y = 5,046 + 0,101 x 1 + 0,218 x 2$. Berdasar uji F, maka bisa diketahui variabel kualitas produk dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menyimpan dananya di BSM cabang Purwokerto. Berdasarkan uji t diketahui bahwa secara parsial baik untuk variabel kualitas produk maupun variabel religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menyimpan dananya di BSM cabang Purwokerto.

Penelitian dari Zumrotun Nafi’ah yang berjudul, “*Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Lembaga Keuangan Syariah Dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bmt Yaummi Fatimah Pati Cabang Juwana*”. Menunjukkan terdapatnya pengaruh positif akan tetapi tidak signifikan pada variabel pengetahuan masyarakat tentang lembaga keuangan syariah terhadap keputusan menjadi nasabah BMT Yaummi Fatimah Pati cabang Juwana dan adanya pengaruh positif dan signifikan pada Variabel Tingkat Religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah BMT Yaummi Fatimah Pati cabang Juwana.

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritik

Berdasarkan kerangka teori dan penelitian terdahulu yang sudah dijelaskan di atas tadi maka bisa disusun sebuah model riset untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:





2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara untuk rumusan masalah yang sudah dirumuskan di awal tadi. Trelease (1960) mengartikan hipotesis sebagai suatu keterangan atau jawaban sementara dari suatu fakta yang bisa diamati. F.N Kerlinger menjelaskan bahwa hipotesis adalah sebagai kesimpulan yang bersifat sementara tentang hubungan antar dua variabel atau lebih.²²

Hipotesis untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 :

Pelayanan Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang.

H2 :

Pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang.

H3 :

Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang.

H4 :

Pelayanan Islami, Pengetahuan Nasabah, dan Tingkat Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang.

²² Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), hlm:123.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang dipilih oleh penulis adalah penelitian dengan jenis kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan kalimat yang akan ditransfer menjadi data yang berbentuk angka-angka. “Data yang berupa angka tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk mendapatkan suatu informasi ilmiah dibalik angka-angka tersebut”.²³

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah jenis kuantitatif, dengan menggunakan model statistik inferensial. Statistik inferensial adalah teknik yang menggunakan data sampel untuk dianalisis dan hasilnya bisa diterapkan pada seluruh populasi yang ada.²⁴

Data yang akan digunakan untuk penelitian kali ini adalah menggunakan data primer dan juga sekunder. Data primer adalah sumber data yang diambil secara langsung dari objek yang diteliti, dalam penelitian ini objeknya adalah (BPRS Mitra Harmoni Semarang). Untuk mendapatkan data tersebut peneliti menggunakan sistem kuesioner. Kuesioner adalah serangkaian pertanyaan dan pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam hal-hal yang ia ketahui.²⁵ Kuesioner yang dipakai adalah dengan model tertutup dimana peneliti sudah menyiapkan jawaban atas pertanyaan atau pernyataan yang diajukan dalam kuesioner, yang nantinya akan diukur menggunakan skala likert, skala liker digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi respondes. Dengan menggunakan lima alternatif jawaban yang sudah disediakan dalam suatu daftar pertanyaan, lalu responden akan diminta untuk memilih alternatif jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari literatur, jurnal, atau data yang berhubungan dengan tujuan penelitian.

²³ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis isi dan Analisis Data Sekunder*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, Edisi Revisi 2, 2016, h:20

²⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D cetakan ke-10*, Bandung: Alfabeta, 2012, h:209

²⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan Praktik*, edisi Revisi VI, Jakarta: Rineka Cipta, 2006, cet. Ke-16, hlm.151

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang akan ditetapkan oleh peneliti untuk digunakan, dipelajari, dan kemudian akan ditarik sebuah kesimpulan. Populasi dalam penelitian kali ini adalah semua nasabah dari BPRS Mitra Harmoni Semarang.

Sampel merupakan sebagian dari jumlah responden yang ada pada populasi tersebut. Di penelitian ini penulis menggunakan teknik non probability dalam pengambilan sampel, yaitu sebuah teknik yang tidak memberikan peluang yang sama kepada seluruh populasi untuk dijadikan sebagai sampel dengan metode *Sampling Purposive*, yaitu pengambilan sampel yang berdasar pada tujuan tertentu. Biasanya, dilakukan dengan menggunakan beberapa pertimbangan, misalnya alasan keterbatasan waktu, tenaga dan lain sebagainya.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan banyak data tentang pengaruh kualitas pelayanan, pengetahuan, dan tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang, maka cara yang digunakan penulis adalah melalui penyebaran angket (kuesioner), wawancara, dan dokumentasi.

3.3.1 Metode Angket

Kuesioner adalah sebuah alat pengumpulan data yang berisi beberapa daftar pertanyaan tertulis yang kemudian diberikan kepada responden untuk mendapatkan jawaban dari responden. Metode ini juga dipakai untuk pengambilan data tentang pengaruh pelayanan, pengetahuan, dan religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang. Disini kuesioner yang digunakan adalah dengan model tertutup, yaitu karena jawaban sudah ditunjukkan oleh penulis dan akan diukur menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang diukur akan dapat dijelaskan menjadi indikator variabel dan kemudian indikator-indikator tersebut bisa digunakan sebagai acuan untuk menyusun beberapa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrumen yang digunakan dalam skala likert memiliki gradasi dari sangat positif sampai

sangat negatif²⁶.

Sebelum menyusun suatu daftar pernyataan, maka terlebih dulu dibuatlah kisi-kisi instrumen dengan memaparkan variabel menjadi sub variabel yang akan diukur. Hal ini juga dipakai untuk menyusun instrumen. Skala likert memiliki tingkatan dari sangat negatif sampai sangat positif dengan menggunakan 5 (lima) alternatif jawaban, dengan jawaban masing-masing adalah berikut:

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

Masing-masing jawaban memiliki nilai sebagai berikut:

SS : 5
 S : 4
 R : 3
 TS : 2
 STS : 1

Keuntungan menggunakan Skala Likert adalah sebagai berikut:

1. Mempunyai banyak kemudahan : antara lain adalah mudahnya dalam menentukan skor, mudah dalam membuat pertanyaan tentang sikap dan juga sangat mudah untuk diinterpretasikan.
2. Memiliki tingkat reliabilitas yang cukup tinggi mengurutkan manusia berdasarkan intensitas sikap.
3. Fleksibel: Peneliti dapat dengan bebas menentukan jumlah pernyataan maupun pertanyaan, demikian juga untuk jumlah alternatif jawabannya.
4. Sangat lazim digunakan dalam penelitian.

3.3.2 Wawancara

Wawancara dipakai untuk mengumpulkan data apabila penulis ingin melakukan sebuah studi pendahuluan. Wawancara bisaanya berupa pertanyaan-pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya oleh penulis yang akan diberikan kepada para narasumber untuk dimintai keterangannya

²⁶ Haryadi Sarjono dan Winda Julianita, *SPSS vs LISREL sebuah pegantar aplikasi untuk riset*, Jakarta: Salemba empat, 2011, h.70-74.

tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan. Adapun data-data yang diketahui dari hasil sebuah wawancara adalah untuk memperoleh data pendapat dari responden.

3.3.3 Metode Dokumentasi

Merupakan metode yang digunakan untuk mencari data tentang suatu hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, foto, notulen rapat, agenda dan sebagainya. Metode ini sering digunakan sebagai pelengkap saja, guna memperoleh data sebagai bahan tambahan informasi yang berupa latar belakang kantor, tugas pokok, tata kerja, struktur organisasi, dan lain sebagainya.

Kepada kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini, akan dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas untuk instrumen penelitian.

3.3.3.1 Validitas

Adalah suatu ukuran untuk menetapkan suatu instrument itu valid atau tidak. Instrumen bisa dikatakan valid jika dapat digunakan untuk mengukur apa yang diinginkan dan mengungkap data variabel yang diteliti secara tepat.

Penelitian kali ini uji validitas yang akan dipakai adalah validitas internal, validitas yang dicapai jika terdapat kesesuaian antar bagian instrumen secara keseluruhan. Suatu instrumen dapat dikatakan memiliki misi instrumen secara keseluruhan apabila mengungkap data dari variabel yang dimaksud.

Untuk uji validitas instrumen pada penelitian kali ini adalah dengan menggunakan analisa butir. Cara pengukuran analisa butir adalah mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total dengan rumus *produk moment*, yaitu :

$$R_{xy} = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

R = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

x = Skor butir

y = Skor total

Validitas data diukur dengan menggunakan r_{hitung} dengan

r_{table} (*r product moment*). Jika $r_{hitung} > r_{table}$, dan nilai positif maka pertanyaan dan pernyataan tersebut bisa dikatakan valid dan apabila sebaliknya maka tidak valid.²⁷

3.3.3.2 Reliabilitas

Reliabilitas memperlihatkan suatu instrumen itu cukup dapat dipercaya untuk dipakai sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah valid. Reliabilitas menampilkan sampai mana suatu instrumen bisa memberi hasil. Pengukuran dapat dikatakan konsisten apabila pengukuran dilaksanakan secara berulang-ulang terhadap gejala yang sama dengan alat pengukuran yang sama juga. Uji ini bisa dilakukan jika data yang sudah diperoleh sudah dinyatakan valid dengan uji validitas. Untuk menggunakan uji reliabilitas metode yang dipakai adalah *croanbach alpha* $> 0,60$
Rumus *croanbach alpha* adalah sebagai berikut:

$$r_{\mu} = \left(\frac{k}{1-k} \right) \left(1 - \frac{\sum \alpha t^2}{\alpha t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{μ}	=	Reabilitas Instrumen
k	=	Jumlah kuesioner
$\sum \alpha t^2$	=	Jumlah Varian Butir
αt^2	=	Varian Total

Untuk mencari varian butir dengan rumus :

$$\alpha t^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{\sum x^2}{N}}{N}$$

α	=	Varian tiap butir
x	=	Jumlah skor butir
N	=	Jumlah responden

Untuk membaca hasil apakah data tersebut reabel atau tidak suatu instrument dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{table} . Jika $r_{hitung} > r_{table}$ maka instrumen dinyatakan reliabel dan jika $r_{hitung} < r_{table}$ maka instrumen tersebut dinyatakan tidak

²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Cetakan IV, Semarang: Undip, 2006, h. 45.

reliabel.

3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel merupakan suatu atribut dari orang maupun obyek yang memiliki variasi tertentu yang akan diterapkan oleh penulis untuk dipelajari dan akan ditarik sebuah kesimpulan.

Dalam penelitian kali ini, pengukuran, definisi, dan indikator dari variabel penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1
Definisi Variabel dan Indikator Pengukuran

Variabel pengukuran	Definisi	Indikator	Skala pengukuran
Pelayanan islami (x1)	Perbedaan antara jasa yang diterima dengan apa yang diharapkan	<ul style="list-style-type: none"> • Keramahan • Kejujuran • Profesionalitas kerja karyawan 	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala <i>likert</i>
Pengetahuan nasabah (x2)	Pengetahuan yang didapat nasabah mengenai BPRS Mitra Harmoni Semarang	<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan mengenai produk BPRS Mitra Harmoni Semarang • Pengetahuan tentang sistim syari'ah 	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala <i>likert</i> .
Religiusitas (x3)	Seberapa jauh seseorang mengetahui tentang agamanya, dan seberapa jauh dia mengamalkannya	<ul style="list-style-type: none"> • Keyakinan • Ritualistik • Intelektual 	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala <i>likert</i>

Keputusan menjadi nasabah (y)	Proses memilih dari serangkaian kegiatan sebagai penyelesaian masalah tertentu.	<ul style="list-style-type: none"> • Kebutuhan • Mencari informasi • Mengevaluasi sejumlah alternatif • Keputusan membeli 	Diukur melalui angket dengan menggunakan skala <i>likert</i>
-------------------------------	---	---	--

3.5 Teknik Analisis Data

3.5.1 Analisis Regresi Berganda

Untuk melihat suatu perubahan nilai atau pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakanlah teknik analisis regresi berganda ini. Analisis regresi berganda memakai sebuah model matematis yang merupakan persamaan garis lurus yang mampu menjelaskan hubungan antar variabel sesuai dengan tujuan penelitian.

Dengan keputusan konsumen sebagai variabel terikat dan pelayanan islami, pengetahuan nasabah, dan tingkat religiusitas sebagai variabel bebas maka model persamaan regresi berganda dapat dijabarkan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Keterangan

Y = Kepuasan konsumen

a = konstanta

b₁ = koefisien x₁

b₂ = koefisien x₂

b₃ = koefisien x₃

x₁ = pelayanan islami

x₂ = pengetahuan nasabah

x₃ = tingkat religiusitas

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Untuk dapat menerima hasil dari analisis regresi berganda maka terlebih dahulu harus dilakukan uji yang disebut dengan uji asumsi klasik, uji ini memiliki beberapa jenis, namun penulis menggunakan 3 jenis untuk meneliti data yaitu :

1. Uji Normalitas

Suatu model regresi yang baik adalah model yang distribusi residualnya terdistribusi secara normal, untuk mengetahui normal atau tidaknya sebuah data maka digunakanlah uji normalitas ini. Uji normalitas dilakukan kepada nilai residual dari variabel bukan dari nilai dari masing-masing variabel. Uji normalitas itu sendiri bisa dilakukan dengan beberapa cara, diantaranya adalah dengan uji *kolmogorof smirnof*, uji histogram, dan juga bisa menggunakan uji p plot. Tidak ada metode yang paling benar dari uji-uji tersebut. Akan tetapi uji normalitas yang menggunakan pengujian menggunakan metode grafik sering kali menjadikan perbedaan pendapat diantara beberapa pengamat. Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan uji *kolmogorof smirnof* sebagai cara untuk melakukan uji normalitas. Dalam gozali untuk mendeteksi normalitas data maka dilakukan uji *kolmogorof smirnov* dilihat dari nilai residualnya. Dikatakan normal apabila nilai residualnya yang dihasilkan diatas nilai signifikasi yang sudah ditetapkan, nilai signifikan yang ditetapkan adalah sebesar 0,05.

2. Uji Multikolinieritas

Suatu data yang baik adalah data yang tidak mengandung multikolinieritas, yaitu data yang tidak memiliki korelasi yang tinggi antar variabelnya. Untuk mendeteksi adanya gejala multikolinieritas maka digunakan nilai *Variance Infaction Factor* (VIF) dan toleransi melalui software SPSS. Model regresi yang bebas dari uji multikolinieritas adalah data yang memiliki nilai VIF dibawah 10 dan nilai toleransinya adalah diatas 0,1.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah model regresi yang ada terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Data yang baik adalah data yang bersifat homokedastisitas yaitu jika varian dari residual pengamatan satu ke residual pengamatan lainnya tetap. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas bisa dilakukan dengan cara Uji Park. Park mengkuadratkan nilai residual (U^2_i) dan meregresikan varabel LN2i dan dijadikan variabel dependen. Analisis yang dapat dilakukan yaitu dengan melihat signifikansi variabel independen terhadap variabel

dependen.

3.5.3 Pengujian Hipotesis

Untuk melihat sejauh mana pengaruh antara variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen digunakanlah uji anova atau sering disebut dengan *F-test*. Sedangkan pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur menggunakan uji t- statistik.

a. Uji *t* atau Uji Parsial

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu (parsial) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Jika $H_0 = b_1, b_2, \text{ dan } b_3 = 0$ maka masing masing variabel bebas ($x_1, x_2, \text{ dan } x_3$) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (y). Jika $H_a = b_1, b_2, \text{ dan } b_3 \neq 0$ maka masing masing dari setiap variabel bebas ($x_1, x_2, \text{ dan } x_3$) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (y).

Dalam penelitian ini penulis menetapkan tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 0,05 dan *degree of freedom* (dk): $n-k$, maka didapat nilai *t tabel*. Langkah selanjutnya adalah dengan membandingkan hasil antara *t tabel* dengan *t hitung*. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya masing-masing dari setiap variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap perubahan nilai variabel dependen. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya masing-masing dari setiap variabel independen memiliki pengaruh signifikan pada perubahan nilai variabel dependen. Atau jika memakai perhitungan dengan bantuan software SPSS, maka pengambilan kesimpulannya adalah dengan :

- a. Variabel bebas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat apabila nilai dari tabel signifikan menunjukkan hasil lebih besar dari 0.05
 - b. Variabel bebas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat apabila nilai dari tabel uji ini menunjukkan angka kurang dari 0.05.
- b. Uji *F* atau Uji Simultan

Uji ini dipakai untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas secara bersamaan (x_1 , x_2 , dan x_3) terhadap variabel terikat (y). Hipotesis untuk uji F atau simultan adalah apabila $H_0 = b_1, b_2, b_3 = 0$, maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh signifikan pada variabel terikat. Jika $H_a = b_1, b_2, b_3 \neq 0$, maka variabel terikat secara simultan berpengaruh signifikan pada variabel terikat.

Untuk membaca hasil dari uji F atau simultan ini adalah dengan menggunakan nilai probabilitas jika signifikansi (α) $> 0,5$ maka semua variabel bebas (x_1 , x_2 , dan x_3) secara bersamaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (y) namun apabila nilai dari (α) adalah lebih kecil dari 0,5 maka variabel bebas (x_1 , x_2 , dan x_3) secara bersamaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (y).

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah

PT. BPRS Mitra Harmoni Semarang muncul di kota Semarang didasarlkan oleh sebuah aktualisasi untuk mewujudkan keinginan masyarakat kota Semarang untuk menjalankan fungsi sebagai mediasi, dan akan selalu berusaha memberi pelayanan terbaik, yang ditunjang dengan produk yang mampu bersaing,yang insya Allah mampu memberi jawaban kepada masyarakat tentang kebutuhan akan dana, produk pembiayaan yang saling menguntungkan untuk bank dan nasabah, pilihan untuk melakukan investasi yang tepat karena menggunakan prinsip syariah yang tentunya sangat menjunjung tinggi nilai keadilan, dan juga ditunjang oleh karyawan dan staf yang professional, siap melayani nasabah dengan ramah dan penuh dengan sopan santun.

BPRS Mitra Harmoni Semarang berkomitmen untuk menjadi bank yang terbaik, dengan visi menjadi perusahaan yang besar yang sehat, adil, kuat sesuai dengan prinsip syariah, sebagai dasar untuk mewujudkan pengabdian kepada masyarakat dan pelaku usaha, mulai dari usaha mikro sampai menengah untuk membangun ekonomiyang berdasarkan prinsip Islam di Semarang.

4.1.2 Pemegang Saham

Seperti pada perusahaan-perusahaan besar lainnya, untuk masalah permodalan PT. BPRS Mitra Harmoni Semarang memiliki susunan pemegang saham dengan data sebagai berikut:

1. PT. SENTRA MODAL HARMONI 99,75% Jakarta
2. Ir. Teguh P. Slamet 0,25% Jakarta.

4.1.3 Perizinan

Untuk masalah perizinan yang dimiliki oleh BPRS Mitra Harmoni sebagai perusahaan yang taat akan aturan yang dibuat oleh pemerintah, maka BPRS Mitra Harmoni Semarang memiliki izin usaha sebagai berikut

1. Kementerian Hukum dan HAM Akta Pendirian No. 20 Tanggal 10 Februari 2009 dibuat oleh Pejabat Notaris Aswendi Kamuli SH
2. Bank Indonesia
 - Izin Prinsip : No.11/325/DPBs, Tanggal 24 Februari 2009
 - Izin Usaha : No.12/44/SK.GBI/DpG/2010, Tanggal 07 Juni 2010
3. Kantor Pajak dan Pemkot
 - NPWP : No. 02.775.270.8-518.000
 - TDP : No. 11.01.1.65.06954
 - Izin Gangguan : No. 517/495/2009

4.1.4 Jaringan Kantor

BPRS Mitra Harmoni Semarang tergabung dalam PT.BPR Syariah Mitra Harmoni Group dan PT.BPR Nusamba Group. Untuk masalah kantor cabang, kedua PT tersebut memiliki banyak cabang di Indonesia, mulai Jawa hingga Nusa Tenggara, berikut adalah kantor jaringan dari ke dua PT tersebut :

1. Jawa Barat
 - a. PT. BPR Mitra Harmoni Indramayu
 - b. PT. BPR Nusamba Plered – Purwakarta
 - c. PT. BPR Nusamba Singaparna – Tasikmalaya
 - d. PT. BPR Nusamba Sukaraja – Sukabumi
 - e. PT. BPR Nusamba Tanjungsari – Sumedang
2. Jawa Tengah dan Yogyakarta
 - a. PT. BPR Nusamba Adiwerna – Tegal
 - b. PT. BPR Nusamba Cepiring – Kendal
 - c. PT. BPR Nusamba Pecangaaan – Jepara
 - d. PT. BPR Nusamba Ampel – Boyolali
 - e. PT. BPR Nusamba Banguntapan - Yogyakarta
3. Jawa Timur
 - a. PT. BPR Nusamba Brondong – Lamongan
 - b. PT. BPR Nusamba Genteng – Banyuwangi
 - c. PT. BPR Nusamba Ngunut – Tulungagung
 - d. PT. Bpr Nusamba Rambipuji – Jember

- e. PT. Bpr Nusamba Wlingi – Blitar
- 4. Bali
 - a. PT. Bpr Nusamba Kubutambahan – Buleleng
 - b. PT. Bpr Nusamba Manggis – Karangasem
 - c. PT. Bpr Nusamba Mengwi – Badung
 - d. PT. Bpr Nusamba Tegallalang - Gianyar
- 5. Nusa Tenggara Barat
 - a. PT. BPR Mitra Harmoni Mataram
- 6. PT. BPR Syariah Mitra Harmoni Group
 - a. PT. BPRS Mitra Harmoni Kota Yogyakarta
 - b. PT. BPRS Mitra Harmoni Kota Semarang
 - c. PT. BPRS Mitra Harmoni Kota Malang
 - d. PT. BPRS Mitra Harmoni Kota Bandung

4.1.5 Budaya Kerja

Budaya kerja yang dijunjung tinggi oleh para staff dan karyawan BPRS Mitra Harmoni Semarang dan sebagai bahan untuk menyemangati untuk bekerja secara professional adalah pribadi yang mulia. Untuk keutamaan yang harus dijunjung oleh setiap karyawan adalah sebagai berikut :

1. Beriman kepada allah SWT.
2. Jujur, amanah, dapat dipercaya, selalu besikap sopan, dan berakhlak yang baik.
3. Professional, inovatif, dan kreatif.

4.1.6 Komitmen

Karena BPRS Mitra Harmoni Semarang menggunakan prinsip syariah, maka harus mengedepankan pelayanan yang terbaik kepada para nasabah dan perusahaan memilikio beberapa komitmen yang harus dijaga kepada para nasabahnya adalah sebagai berikut :

1. Orang yang penting bagi perusahaan
2. Kital yang bergantung pada mereka
3. Kepadanya kita bekerja
4. Mereka bukanlah orang asing bagi kita

5. Mereka bagian dari kita
6. Kita tidak melayani karena kemurahan kita
7. Tapi mereka yang memberi kemurahan kepada kita

4.1.7 Visi dan Misi

Visi

Menjadi Perusahaan jasa keuangan perbankan syari'ah yang sehat, kuat, besar dan amanah sesuai dengan prinsip syari'ah.

Misi

- a. Mewujudkan ekonomi yang mengedepankan prinsip keadilan dengan dasar Islam untuk membantu usaha mikro hingga menengah.
- b. Memberi layanan yang terbaik bagi para nasabah.
- c. Menciptakan produk yang inovatif dan kreatif agar dapat bersaing dengan perusahaan pesaing.
- d. Mengedepankan SDM yang jujur, professional, dan bertanggung jawab.

4.1.8 Struktur Organisasi

1. DEWAN PENGAWAS SYARIAH

- a. Ketua : Drs. H. Suparyo, MAg.
- b. Nasabah : Arwani, SHi.

2. DEWAN KOMISARIS

- a. Komisaris Utama : Sugiarto, SE.
- b. Komisaris : Joko Riyanto, SE.MM

3. DEWAN DIREKSI

- a. Direktur Utama : Endro Purnomo, SE
- b. Direktur : M Ari Prabowo, SH.MM

4.1.9 Produk BPRS Mitra Harmoni Semarang

4.1.9.1 Produk Pendanaan

1. Tabungan iB Harmoni Syari'ah
Simpanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan menggunakan akad wadiah, yang bisa diambil sewaktu-waktu

a. Karakteristik

- a. Menabung dan mengambil tabungan bisa dilakukan sewaktu-waktu saat jam kerja
- b. Setoran awal dan selanjutnya minimal Rp10.000,-
- c. Saldo setelah penarikan harus tersisa Rp10.000,-
- d. Tidak dikenakan biaya administrasi bulanan
- e. Apabila saldo minimal dibawah yang ditetapkan selama 6 (enam) bulan berturut-turut dinyatakan sebagai rekening pasif dan berakibat ditutupnya rekening tabungan oleh bank.
- f. Biaya untuk menutup rekening adalah sebesar Rp5.000,-
- g. Kehilangan buku tabungan dikenakan biaya penggantian sebesar Rp5.000,-

b. Manfaat

- a. Dapat dijadikan sebagai jaminan pembiayaan. Mendapat bagi hasil dari ketentuan bank yang sudah disepakati

2. Tabungan iB Dinar

Simpanan haji dan umroh dengan sitem mudharabah sebagai akadnya

a. Karakteristik

- a. Tabungan tidak bisa dicairkan untuk kegiatan lain selain haji dan umroh
- b. Setoran awal minimal Rp 100.000,-
- c. Saldo minimal untuk dapat disetorkan adalah sebesar Rp 25.000.000,-
- d. Tidak ada biaya untuk administrasi.
- e. Biaya untuk penutupan rekening sebesar Rp 5.000,-
- f. Apabila buku tabungan hilang maka dapat menggantinya dengan membayar sebesar Rp 5.000,-
- g. Tabungan lebih dari 6 bualn dan saldo di bawah minimal maka akan otomatis rekening ditutup dengan

sisa dana dijadikan sebagai biaya administrasi selama 6 bulan.

- b. Manfaat
 - a. Untuk membantu nasabah menunaikan ibadah haji.
 - b. Mendapatkan perlengkapan haji

3. IB Qurban

Simpanan yang khusus untuk keperluan pembelian hewan qurban, bisa dilakukan perorangan ataupun kelompok

- a. Karakteristik
 - a. Hanya bisa dicairkan untuk pembelian hewan qurban.
 - b. Setoran awal minimal Rp 50.000,- dan selanjutnya sesuai target nasabah.
 - c. Saldo minimal Rp 50.000.-
 - d. Tidak ada biaya admin
 - e. Biaya penutupan rekening sebesar Rp 5.000.-
 - f. Kehilangan buku tabungan dikenakan biaya penggantian biaya Rp. 5.000.-
 - g. Tabungan selama 6 bulan dan saldo dibawah minimal maka otomatis rekening hangus.
- b. Manfaat
 - a. Membantu nasabah untuk menunaikan ibadah qurban
 - b. Mendapat Bagi hasil.

4. Deposito IB Harmoni

Seperti deposito dalam bank konvensional, tapi dengan akad mudharabah

- a. Karakteristik
 - a. Jangka waktu ada empat yaitu 1,3,6,12 bulan.
 - b. Tidak bisa dicairkan sebelum jatuh tempo
- b. Nisbah/Bagi hasil
 - a. 1 bulan nasabah dan bank: 25 ; 75
 - b. 3 bulan nasabah dan bank: 27; 73
 - c. 6 bulan nasabah dan bank: 30 ; 70
 - d. 12 bulan nasabah dan bank: 35 ; 65
- c. Manfaat

- a. Tabungan aman.
- b. Mendapatkan bagi hasil.
- c. Bisa digunakan sebagai jaminan dana talangan atau pembiayaan.

4.1.9.2 Produk Pembiayaan

1. IB Harmoni Umat Multiguna

Pembiayaan yang bisa digunakan untuk pembelian barang konsumsi atau untuk kebutuhan modal

a. Tujuan Penggunaan

1. Pembiayaan modal usaha
2. Pembiayaan modal investasi
3. Pembiayaan membeli kendaraan bermotor.
4. Pembiayaan untuk merenovasi rumah.
5. Pembiayaan dana pendidikan, pernikahan, hajatan.
6. Pembiayaan kebutuhan konsumsi dengan syarat yang halal dan mempunyai nilai manfaat.

b. Jangka Waktu

1. Jangka waktu yang diberikan maksimal 3 (tiga) tahun.

c. Price

Equivalent rate disesuaikan dengan jangka waktu pembiayaan:

- 1) Jangka s/d 12 bulan sebesar 15 % setara 1.3 % /bln
- 2) Jangka s/d 18 bulan sebesar 22.5 % setara 1.3 % /bln
- 3) Jangka s/d 24 bulan sebesar 36 % setara 1.5 % /bln
- 4) Jangka s/d 36 bulan sebesar 63 % setara 1.75 % /bln

d. Jenis Agunan

1. BPKB kendaraan untuk roda 2 minimal tahun 2000; dan untuk roda 4 minimal tahun 1995
2. Sertifikat tanah
3. Tabungan/Deposito rekening BPRS Mitra Harmoni

e. Biaya-Biaya

1. Biaya Administrasi

- a. Jangka s/d 12 bln setara 2.75 %
- b. Jangka s/d 18 bln setara 2.75%

- c. Jangka s/d 24 bln setara 2.75%
- d. Jangka s/d 36 bln setara 2.75 %
- 2. Biaya Notaris
- 3. Premi Asuransi
 - a. Premi Asuransi Jiwa Pembiayaan.
 - b. Premi asuransi Kendaraan TLO (Total Lost Only) atau All Risk (semua resiko) untuk plafon pembiayaan s/d Rp 25.000.000,- keatas.
- 4. Biaya Materai
- f. Persyaratan
 - 1. Persyaratan umum
 - a. Fc KTP Suami dan Istri yang masih berlaku.
 - b. Fc KK yang masih berlaku.
 - c. Fc Surat Nikah.
 - d. Ijin Usaha SIUP, TDP, NPWP
 - e. Slip Gaji
 - 2. Persyaratan khusus
 - a. Jaminan Surat Tanah
 - 1. Fc dan Asli Surat Tanah.
 - 2. Fc dan Asli SPPT dan STTS terakhir.
 - b. Jaminan BPKB Kendaraan
 - 1. Fc dan Asli BPKB.
 - 2. Fc dan Asli faktur pembelian.
 - 3. Fc STNK kendaraan.
 - 4. Nomor rangka mesin
 - 3. Plafon pembiayaan s/d BWMP keatas harus dilampiri dengan foto jaminan.²⁸

4.2 Deskriptif Data dan Karakteristik Responden

Data diambil dengan cara memberikan kuesioner kepada setiap nasabah yang ditemui di kantor BPRS Mitra Harmoni Semarang. Angket dibagikan kepada seluruh nasabah yang berada di kantor BPRS Mitra Harmoni Semarang untuk diisi

²⁸ www.bprmh-semarang.co.id

oleh kuesioner, atau juga bisa dibantu oleh penulis jika nasabah meminta bantuan kepada penulis untuk menuliskan jawabannya. Pengumpulan data ini dilakukan di kantor dan terkadang penulis ikut ke lapangan untuk mendapatkan data tambahan. Survei ini dilakukan dimulai pada tanggal 13 April s/d 25 April 2020 di kantor BPRS Mitra Harmoni Semarang dan juga terkadang penulis ikut bagian marketing untuk menemui nasabah yang ada di rumah. Jumlah sampel yang terkumpul peneliti adalah sebanyak 56 , dengan begitu syarat pengolahan data dengan software SPSS sampel sudah terpenuhi.

Responden yang diperoleh oleh peneliti memiliki karakteristik yang berbeda-beda, dan penulis sudah mengelompokkan data yang didapat menjadi 5 kategori, yaitu :

4.2.1 Jenis Kelamin

Data dengan karakteristik jenis kelamin responden nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	37	66,1	66,1	66,1
	Perempuan	19	33,9	33,9	100,0
	Total	56	100,0	100,0	

Data diolah dengan spss versi 25

Berdasarkan tabel 4.1 di atas bisa diketahui jenis kelamin nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang yang dijadikan sebagai responden. Dari tabel bisa disimpulkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 37 dengan presentase 66,1% dan sisanya adalah perempuan dengan jumlah responden 19 atau 39,1%.

4.2.2 Umur

Data tentang umur responden, penulis membagi kedalam tiga kelompok, yaitu umur 17–29 tahun, 30–40 tahun, > 40 tahun. Adapun data untuk karakteristik umur nasabah di BPRS Mitra Harmoni Semarang yang

dijadikan responden adalah :

Tabel 4.2

Umur					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15 - 30	22	39,3	39,3	39,3
	31 - 40	25	44,6	44,6	83,9
	41 - 50	7	12,5	12,5	96,4
	> 50	2	3,6	3,6	100,0
	Total	56	100,0	100,0	

Data diolah dengan spss versi 25

Berdasarkan pada tabel 4.2 di atas dapat terlihat umur untuk nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang yang dijadikan responden. Umur responden yang dijadikan sampel dalam penelitian kali ini yang terbanyak adalah yang memiliki umur antara 31-40 tahun yaitu terdapat sebanyak 25 responden dengan presentase 44,6% dari jumlah sampel, umur 15-30 tahun sebanyak 22 responden dengan presentase 39,3%, umur 41-50 tahun sebanyak 7 responden dengan presentase 15,5%, dan yang memiliki umur > 50 hanya ada 2 responden saja dengan presentase 3,6% dari total sampel. Dari data di atas menunjukkan bahwa rata-rata umur nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian kali ini adalah berusia 31-40 tahun.

4.2.3 Pendidikan

Berikut adalah karakteristik responden jika dilihat dari tingkat pendidikan responden:

Tabel 4.3

Pendidikan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	10	17,9	17,9	17,9
	SMP	6	10,7	10,7	28,6

	SMA/SMK	29	51,8	51,8	80,4
	D3	1	1,8	1,8	82,1
	S1	10	17,9	17,9	100,0
	Total	56	100,0	100,0	

Data diolah dengan spss versi 25

Pada tabel 4.3 di atas dapat disimpulkan bahwa bahwa sebagian besar responden adalah dengan jenjang pendidikan tingkat SMA/SMK sebesar 51,8% atau 29 responden, disusul oleh jenjang pendidikan S1 dan SD yang masing-masing mendapat angka 17,9% atau 10 responden, untuk tingkat SMP sebesar 10,7% atau 6 responden, dan yang paling sedikit adalah jenjang D3 yang hanya terdapat 1 responden atau 1,8% saja.

4.2.4 Pekerjaan

Data tentang pekerjaan responden peneliti disini mengelompokan dalam LIMA kategori, yaitu pedagang, karyawan, buruh, wiraswasta, dan lain-lain. Adapun data tentang pekerjaan nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang yang dijadikan responden adalah :

Tabel 4.4

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pedagang	5	8,9	8,9	8,9
	Wiraswasta	23	41,1	41,1	50,0
	Karyawan	11	19,6	19,6	69,6
	Buruh	7	12,5	12,5	82,1
	Lainnya	10	17,9	17,9	100,0
	Total	56	100,0	100,0	

Data diolah dengan spss versi 25

Dari tabel 4.4 diatas dapat disimpulkan pekerjaan nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang yang dijadikan sebagai responden yang berprofesi sebagai pedagang adalah sebanyak 5 orang atau 8,9%, wiraswasta sebanyak 23 orang atau 41,1%, karyawan kantor sebanyak 11 orang atau 19,6%, buruh

sebanyak 7 orang atau 12,5%, dan lain-lainnya adalah sebanyak 10 orang atau 17,9%.

4.2.5 Penghasilan

Berikut adalah karakteristik responden apabila dilihat dari segi penghasilannya:

Tabel 4.5

Penghasilan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1.000.000	6	10,7	10,7	10,7
	1.000.000 - 2.000.000	13	23,2	23,2	33,9
	2.100.000 - 3.000.000	22	39,3	39,3	73,2
	3.100.000 - 4.000.000	6	10,7	10,7	83,9
	> 4.000.000	9	16,1	16,1	100,0
	Total	56	100,0	100,0	

Data diolah dengan spss versi 25

Dari tabel 4.5 di atas dapat disimpulkan bahwa data untuk yang berpenghasilan < 1.000.000 berjumlah 6 orang dengan presentase 10,7%, lalu untuk penghasilan 1.000.000-2.000.000 adalah sebesar 13 orang dengan presentas 23,2%, selanjutnya untuk penghasilan 2.100.000-3.000.000 terdapat 22 orang dengan presentase 39,3 ini adalah yang paling banyak dari

penghasilan yang lainnya yang menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang, lalu kemudian untuk penghasilan 3.100.00-4.000.000 terdapat 6 orang dengan presentase 10,7 persen, dan yang terakhir untuk penghasilan diatas 4.000.000 terdapat 9 orang dari keseluruhan dengan presentase 16.1%. Hasil Analisis Data

4.2.6 Uji Instrumen

4.2.6.1 Uji Validitas

Uji ini untuk melihat apakah data yang terkumpul bernilai valid atau tidak. Teknik yang digunakan dalam uji validitas ini adalah dengan menggunakan korelasi pearson (*pearson product moment*) bantuan software SPSS versi 25.

Setelah ditemukan nilai r , selanjutnya diinterpretasikanlah data dengan membandingkan ke nilai r product moment sehingga bisa diketahui valid atau tidaknya korelasi tersebut. Nilai r tabel diperoleh dengan melihat tabel nilai r product moment yang mana N sebesar 56 dengan tarif signifikan 5 % maka akan diperoleh nilai r tabel dengan *degree of freedom* (df) = $56-2$, adalah sebesar 0.2632, jika $r_{hitung} < 0.2632$ maka butir soal tersebut tidak valid, begitu juga sebaliknya, jika $r_{hitung} > 0.2632$ maka data dikatakan valid.

Analisis uji validitas angket pelayanan islami, pengetahuan nasabah, dan tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang. Berikut ini adalah tabel hasil uji validitas :

Tabel 4.6
Uji Validitas

No	Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Pelayanan Islami (X1)	Item 1	0,804	0,2632	Valid
		Item 2	0,896	0,2632	Valid
		Item 3	0,896	0,2632	Valid
		Item 4	0,919	0,2632	Valid
2		Item 1	0,835	0,2632	Valid

	Pengetahuan Nasabah (X2)	Item 2	0,855	0,2632	Valid
		Item 3	0,797	0,2632	Valid
3	Tingkat Religiusitas (X3)	Item 1	0,868	0,2632	Valid
		Item 2	0,882	0,2632	Valid
		Item 3	0,703	0,2632	Valid
		Item 4	0,608	0,2632	Valid
4	Keputusan Nasabah (Y)	Item 1	0,811	0,2632	Valid
		Item 2	0,809	0,2632	Valid
		Item 3	0,706	0,2632	Valid

Data diolah dengan spss versi 25

Dapat dilihat dari tabel 4.6 di atas semua item butir pernyataan memiliki nilai di atas 0,2632, maka dapat dikatakan bahwa data yang digunakan oleh penulis adalah valid.

4.2.6.2 Uji Reabilitas

Kuesioner akan dapat dikatakan reliabel apabila jawaban kuesioner terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk melihat reliabilitas suatu data maka digunakan uji statistik Cronbach's Alpha (α). Variabel akan dikatakan reliabel jika mendapatkan nilai Cronbach's Alpha > 0.60 .

Tabel 4.7

Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritik	Keterangan
1	Pelayanan Islami (X1)	0,902	0,6	Reliabel
2	Pengetahuan Nasabah (X2)	0,771	0,6	Reliabel
3	Tingkat Religiusitas (X3)	0,771	0,6	Reliabel
4	Keputusan Nasabah (Y)	0,67	0,6	Reliabel

Data diolah dengan spss versi 25

Berdasarkan tabel 4.7 di atas bisa dilihat bahwa semua item pernyataan dan pernyataan variabel bebas dan variabel terikat

memiliki koefisien yang lebih besar dari pada 0,60. Maka data yang diperoleh bisa dibilang sudah reliabel.

4.2.7 Uji Asumsi Klasik

4.2.7.1 Uji Normalitas

Untuk menghindari perbedaan persepsi antar pengamat penelitian, maka penulis menggunakan uji normalitas dengan teknik analisis uji kolmogorof smirnof. Uji kolmogorof smirnof ini sering dipakai oleh para peneliti sejak maraknya program software statistik yang ada saat ini. Salah satu kelebihan dari uji ini dibandingkan dengan uji yang menggunakan uji grafik atau gambar adalah hasilnya berupa angka, jadi tidak akan menimbulkan perbedaan pendapat antar pengamat penelitian

Aturan dasar dari uji ini adalah dengan membandingkan data yang di uji normalitasnya dengan distribusi normal baku. Distribusi normal baku adalah data yang sudah ditranfer ke dalam bentuk Z-Score dan diasumsikan normal. Seperti pada uji beda yang lainnya, jika tingkat signifikansi yang diperoleh kurang dari 0,05 maka terdapat perbedaan yang signifikan, dan jika tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi pengaruh yang signifikan. Berikut adalah tabel untuk uji normalitas dengan metode Kolmogorov Smirnov.

Tabel 4.8

Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		56
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,92713146
Most Extreme Differences	Absolute	,094
	Positive	,079
	Negative	-,094
Test Statistic		,094

Asymp. Sig. (2-tailed)			,200 ^{c,d}
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,671 ^e
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,659
		Upper Bound	,683
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.			

Data diolah dengan spss versi 25

Dapat dilihat dalam tabel 4.9 di atas tingkat signifikansi data adalah 0,671, itu berarti data yang tersedia adalah normal karena memenuhi syarat signifikansi yaitu $> 0,05$.

4.2.7.2 Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi gejala multikolinieritas. Adapun hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.9
Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1	(Constant)	2,424	2,408		1,007	,319		
	Pelayanan Islami	,240	,128	,214	1,868	,067	,868	1,152
	Pengetahuan Nasabah	,366	,091	,459	4,029	,000	,877	1,140

Religiusitas	,106	,062	,189	1,71	,093	,930	1,075
Nasabah				3			
a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah							

Data diolah dengan spss versi 25

Dari tabel 4.9 bisa dilihat bahwa pada kolom nilai *Tolerance* terdapat hasil *Tolerance* $> 0,10$, yaitu sebesar 0,868 untuk pelayanan islami, 0,877 untuk pengetahuan nasabah, dan 0,93 untuk tingkat religiusitas. Maka tidak ada korelasi antar variabel bebas. Untuk perhitungan *Variance Inflation Factor* (VIF) juga memperlihatkan setiap variabel bebas (x_1 , x_2 , dan x_3) mendapat skor VIF < 10 yaitu sebesar 1,152 untuk pelayanan islami, 1,140 untuk pengetahuan nasabah, dan 1,075 untuk tingkat religiusitas. Jadi bisa dikatakan tidak terjadi gejala multikolonieritas pada data di atas.

4.2.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Suatu model regresi bisa dikatakan baik adalah jika terjadi homokedastisitas, yaitu apabila terjadi kesamaan variene dari satu pengamatan terhadap pengamatan lain, dan sebaliknya apabila terjadi ketidaksamaan antara variene pengamatan satu terhadap pengamatan yang lain maka terjadilah gejala heteroskedastisitas.

Kebanyakan data yang berjenis crossection akan mengandung gejala heteroskedastisitas karena dalam data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, dan besar). Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data dengan uji park untuk melihat apakah data yang digunakan memiliki gejala heteroskedastisitas. Dalam uji park teknik yang digunakan adalah mengkuadratkan nilai residual (U^2_i) dan meregresikan varabel $LN2_i$ dijadikan variabel dependen. Analisis yang bisa dilakukan yakni dengan melihat signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah tabel hasil uji park:

Tabel 4.10

Uji Heteroskedstisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7,230	4,892		-1,478	,145
	Pelayanan	,445	,261	,244	1,705	,094
	Pengetahuan	-,289	,184	-,223	-1,568	,123
	Religiusitas	,054	,125	,059	,430	,669

a. Dependent Variable: LNRES²

Data diolah dengan spss versi 25

Dapat dilihat pada tabel 4.10 di atas tingkat signifikan dengan menggunakan uji park adalah 0.094, 0,123, dan 0,669 yang artinya $> 0,005$ yang dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.2.8 Uji Hipotesis

4.2.8.1 Analisis Linear Berganda

Digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam perhitungan ini penulis menggunakan alat bantu untuk mendapatkan nilai regresi dengan menggunakan software *SPSS for Windows* versi 25. Hasil dari analisis linier berganda dengan bantuan SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11
Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,424	2,408		1,007	,319
	Pelayanan Islami	,240	,128	,214	1,868	,067
	Pengetahuan Nasabah	,366	,091	,459	4,029	,000
	Religiusitas Nasabah	,106	,062	,189	1,713	,093

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Data diolah dengan spss versi 25

Dari hasil di atas apabila ditulis dengan bentuk *standardized* dari persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 2.424 + 0.240X_1 + 0.366X_2 + 0.106X_3$$

Keterangan:

Y = keputusan menjadi nasabah

a = nilai konstanta

X₁ = pelayanan islami

X₂ = pengetahuan nasabah

X₃ = tingkat religiusitas

1. Konstanta senilai 2.424 menyatakan jika variabel independen tidak dimasukkan dalam penelitian. Maka keputusan untuk menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang adalah 2.424%. Penemuan ini mengandung arti bahwa pilihan untuk menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang itu tidak ada.
2. Koefisien dari variabel pelayanan islami menunjukkan angka 0.240 artinya bahwa pelayanan islami berpengaruh positif pada keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang. Hal

ini dapat berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan variabel pelayanan islami akan dapat mempengaruhi keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang sebesar 0.240%.

3. Koefisien variabel pengetahuan nasabah adalah 0.366 artinya bahwa variabel pengetahuan nasabah berpengaruh positif pada keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang. Hal ini dapat berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan variabel pengetahuan nasabah akan bisa mempengaruhi keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang sebesar 0.366%.
4. Koefisien variabel tingkat religiusitas adalah sebesar 0.106 yang artinya bahwa variabel tingkat religiusitas nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang. Hal ini bisa berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan variabel tingkat religiusitas akan dapat mempengaruhi keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang sebesar 0.106%.

4.2.8.2 Uji R (Determinan)

Untuk mengukur seberapa jauh pelayanan islami, pengetahuan nasabah, dan tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12

Uji R (Determinasi)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,639 ^a	,409	,375	,954
a. Predictors: (Constant), Religiusitas Nasabah, Pengetahuan Nasabah, Pelayanan Islami				
b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah				

Data diolah dengan spss versi 25

Nilai determinasi yang didapat adalah 0,375. Hal ini berarti 37.5% variasi keputusan dapat dijelaskan oleh variasi variabel bebas (*pelayanan islami, pengetahuan nasabah, dan tingkat religiusitas*). Sedangkan untuk sisanya ($100\% - 37.5\% = 62,5\%$) disebabkan oleh variabel diluar model. Adapun *standar error of estimate* (SEE) sebesar 0.954. berarti dengan model regresi ini dapat memprediksi variabel terikat. Dari hasil di atas maka dapat ditarik kesimpulan masih terdapat banyak sekali variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat yang diluar model tersebut.

4.2.8.3 Uji T (Parsial)

Untuk melihat pengaruh yang dihasilkan masing-masing variabel bebas ($x_1, x_2, \text{ dan } x_3$) terhadap variabel terikat. Berikut adalah hasil dari uji T:

Tabel 4.13

Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,424	2,408		1,007	,319
	Pelayanan Islami	,240	,128	,214	1,868	,067
	Pengetahuan Nasabah	,366	,091	,459	4,029	,000
	Religiusitas Nasabah	,106	,062	,189	1,713	,093

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Data diolah dengan spss versi 25

Kesimpulan dari data di atas adalah:

1. t hitung variabel *pelayanan islami* menunjukkan nilai 1.007 dengan tingkat signifikansi 0,067. Dari hasil tersebut maka

bisa dibaca bahwa variabel pelayanan islami tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni.

2. t hitung untuk variabel *Pengetahuan nasabah* menunjukkan nilai 4,029 dengan tingkat signifikansi 0,000183. Dari hasil tersebut maka bisa dibaca bahwa variabel *Pengetahuan nasabah* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni.
3. Nilai t hitung pada variabel *tingkat religiusitas* menunjukkan angka 1.713 dengan tingkat signifikansi 0,093. Dari hasil tersebut maka bisa baca bahwa variabel *Tingkat Religiusitas* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang.

4.2.8.4 Uji F (Simultan)

Untuk melihat adanya pengaruh signifikan atau tidak variabel bebas (x_1 , x_2 , dan x_3) secara bersamaan terhadap variabel terikat (y) maka digunakanlah uji F ini. Hasil untu uji F pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.14

Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32,706	3	10,902	11,991	,000 ^b
	Residual	47,277	52	,909		
	Total	79,982	55			
a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Religiusitas Nasabah, Pengetahuan Nasabah, Pelayanan Islami						

Data diolah dengan spss versi 25

Berdasar dari hasil perhitungan uji Anova di atas bisa diketahui hasil akhir dari nilai pengaruh pelayanan islami,

pengetahuan nasabah, dan tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang sebesar 0,000004

Nilai ini selanjutnya dicocokkan dengan F_{tabel} . Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel regresi untuk dk pembilang = 3 dan dk penyebut $(56-3) = 53$, maka diperoleh taraf signifikan 5% adalah sebesar 2,78 sehingga F_{reg} lebih besar dari F_{tabel} ($F_{\text{reg}} = 11,991 > F_{\text{tabel}} = 2,78$), dengan signifikan $0,000004 < 0,05$.

Karena nilai signifikan dari uji F ini kurang dari 0.005 maka terdapat pengaruh pelayanan islami, pengetahuan nasabah, dan tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang

Dari hasil yang didapat dari analisis linier berganda untuk melihat apakah pelayanan islami memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang maka hasil yang diperoleh adalah variabel pelayanan islam ini berpengaruh positif akan tetapi tidak signifikan karena nilai t hitung dari variabel ini adalah 1,007 kurang dari nilai t tabel yaitu sebesar 2,006 dan tingkat signifikan dari variabel ini adalah 0.067 lebih besar dari 0,05. Ini terjadi mungkin karena pelayan secara islami juga dipraktikkan oleh pesaing, jadi faktor ini tidak begitu menarik bagi calon nasabah untuk memutuskan untuk menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang.

4.3.2 Pengaruh Pengetahuan Nasabah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang

Dari hasil yang didapat dari analisis linier berganda untuk melihat apakah pengetahuan nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang maka hasil yang diperoleh adalah variabel pengetahuan nasabah ini berpengaruh positif dan signifikan karena nilai t hitung dari variabel ini adalah 4,029 lebih

besar dari nilai t tabel yaitu sebesar 2,006 dan tingkat signifikan dari variabel ini adalah 0,0004 lebih kecil dari 0,05. Ini bisa terjadi mungkin karena kebanyakan nasabah mau menjadi nasabah dari BPRS Mitra Harmoni Semarang dikarenakan nasabah tersebut memiliki pengetahuan tentang produk yang ditawarkan oleh BPRS tersebut, jadi nasabah mengetahui apa yang akan mereka dapat dan keuntungan yang mereka dapatkan sebelum mereka memutuskan untuk menjadi nasabah.

4.3.3 Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang

Dari hasil yang didapat dari analisis linier berganda untuk melihat apakah religiusitas nasabah memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang maka hasil yang diperoleh adalah variabel pelayanan islam ini berpengaruh positif akan tetapi tidak signifikan karena nilai t hitung dari variabel ini adalah 1,713 kurang dari nilai t tabel yaitu sebesar 2,006 dan tingkat signifikan dari variabel ini adalah 0.093 lebih besar dari 0,05. Ini bisa terjadi dikarenakan para nasabah sudah menganggap bahwa bank syariah sudah menerapkan prinsip syariah secara benar, jadi tingkat religius nasabah bukan merupakan faktor yang dominan dalam menentukan seorang nasabah mau menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang.

4.3.4 Pengaruh Pelayanan Islami, Pengetahuan Nasabah, dan Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang

Dalam perhitungan mencari besarnya pengaruh pelayanan islami, pengetahuan nasabah, dan tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang, menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan. Karena nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan berdasarkan analisis regresi berganda yang diperoleh dimana koefisien regresi X_1 , X_2 , dan X_3 bertanda positif maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang positif antara pelayanan islami, pengetahuan nasabah, dan tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang. Bentuk pengaruh yang didapat dari persamaan tersebut adalah jika variabel pelayanan islami, pengetahuan nasabah, dan tingkat religiusitas ditingkatkan

sebesar satu point maka juga akan diikuti dengan meningkatnya keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang masing-masing sebesar $0.240X_1$, $0.366X_2$, dan $0.106X_3$. Sebaliknya jika skor variabel pelayanan islami, pengetahuan nasabah, dan tingkat religiusitas menurun sebesar satu point maka juga akan diikuti dengan menurunnya keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang masing-masing sebesar $0.240X_1$, $0.366X_2$, dan $0.106X_3$.

Besarnya pengaruh pelayanan islami, pengetahuan nasabah, dan tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang. (R^2) adalah 0,375 atau sebesar 37,5%, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh pelayanan islami, pengetahuan nasabah, dan tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang sebesar 37,5%, sedangkan untuk sisanya yaitu 0,625 atau sebesar 62,5% keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang ditentukan oleh variabel lain selain pelayanan islami, pengetahuan nasabah, dan tingkat religiusitas yang tidak diteliti dalam penelitian ini

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian tentang pengaruh pelayanan islami, pengetahuan nasabah, dan religiusitas terhadap keputusan menjadi anggota BPRS Mitra Harmoni Semarang adalah sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh positif akan tetapi tidak signifikan antara variabel tingkat pelayanan islami terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang.
2. Terdapatnya pengaruh positif dan signifikan antara variabel pengetahuan nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang.
3. Terdapat pengaruh positif akan tetapi tidak signifikan antara variabel tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel pelayanan islami, pengetahuan nasabah, dan tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang.

5.2 Saran

Dari hasil penelitian yang sudah disajikan di atas maka selanjutnya peneliti ingin menyampaikan saran yang penulis harapkan bisa memberikan manfaat kepada pihak yang terkait atas hasil penelitian saya ini. Saran yang bisa penulis sampaikan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya untuk bisa menggali kembali variabel lainnya yang memengaruhi keputusan nasabah.
2. Sangat penulis sarankan untuk memperbanyak lagi waktu penelitian agar mendapat data yang lebih banyak dan tentu akan membuat penelitian lebih akurat
3. Untuk BPRS Mitra Harmoni Semarang semoga melalui skripsi ini bisa membuat BPRS Mitra Harmoni Semarang menjalin hubungan atau kerjasama dengan Institusi atau Universitas yang berbasis agama Islam, karena variabel yang sangat berpengaruh adalah pengetahuan nasabah. Dengan menyoar

konsumen yang berpendidikan tinggi dan berbasis Islam maka peluang untuk mendapatkan nasabah yang lebih banyak akan terbuka lebar.

5.3 Penutup

Puji syukur penulis sampaikan kehadiran Allah SWT, dengan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian ini dengan lancar. Penulis sangat mengetahui di dalam penulisan dan pembahasan penelitian ini masih terdapat banyak sekali kekurangan, baik dari segi bahasa, sistematika penulisan, maupun analisisnya. Hal itu merupakan keterbatasan ilmu dan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Oleh karenanya, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak demi perbaikan yang akan datang untuk mencapai sesuatu yang lebih baik dari ini.

Akhir kata penulis hanya bisa berharap, semoga penelitian ini bisa menjadi manfaat bagi para pembaca dan bagi tentu diri penulis sendiri, selain itu juga diharapkan mampu memberikan tambahan khazanah ilmu pengetahuan bagi keilmuan ekonomi Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, Abdul Ghofur. *Penerapan Prinsip Syariah: dalam lembaga keuangan, lembaga pembiayaan, dan perusahaan pembiayaan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008
- Amir, M. Taufik. *Dinamika Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005
- Arifin, Johan. *Fiqih Perlindungan Konsumen*, Semarang: Rasail, 2007
- Brian, S.Turner. *Agama dan Teori Sosial Rangka Pikir Sosiologi dalam Membaca Eksistensi Tuhan Diantara Gelegar Ideologi-ideologi Kontemporer*, Yogyakarta: IRCiSoD, Cet.II, 2006
- Depdikbud Indonesia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005
- Didin, Hafidhudin, Hendri Tanjung. *Manajemen Syariah dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani Press, 2003
- EM Zul Fajri dan Ratu Aprilia Senja. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Edisi Revisi*, Semarang: Difa Publisher, 2008
- Fandi, Tjiptono. *Total Quality Service*, Yogyakarta: Andi, 1997
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Cetakan IV, Semarang: Undip, 2006.
- , *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan program IBM SPSS 19, cetakan V*, Semarang: Badan Penerbit universitas Diponegara, 2011
- Ghufron, M. Nur dan Rini Risnawita S. *Teori-teori Psikologi*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2014
- Hadjar, Ibnu. *Statistik Untuk Ilmu Pendidikan, Sosial, Dan Humaniora*, Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 2002

- Ismanto. *Manajemen Syari'ah: Implementasi TQM Dalam Lembaga Keuangan Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009
- Jalaluddin, *Psikologi Agama*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1995
- , *Filsafat Ilmu Pengetahuan*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2013
- Jumantoro, Totok dan Samsul Munir Amin. *Kamus Ilmu Ushul Fikih*, Jakarta: Penerbit Amzah, 2005
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran, edisi Bahasa Indonesia*, Jilid 2, Jakarta: Prenhanlindo, 2000
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi 2, Jakarta: Salemba Empat, 2006
- Nanang, Martono. *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis isi dan Analisis Data Sekunder*, Edisi Revisi 2, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016
- Nashori, Fuad dan Rachmy Diana Mucharam. *Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Psikologi Islam*, Yogyakarta: Menara Kudus, 2002
- Rachmadi, Agus Triono. *Pengambilan Keputusan Manajerial*, Jakarta: Salemba Empat, 2012
- Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita. *SPSS vs LISREL sebuah pegantar aplikasi untuk riset*, Jakarta: Salemba empat, 2011
- Setiadi, Nugroho.J. *Perilaku Konsumen konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*, Jakarta : Prenada Media, 2003
- Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2009

Soewadji, Jusuf. *Pengantar Metodologi Penelitian*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012

Sugiono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013

Suharsimi, Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan Praktik*, edisi Revisi VI, Jakarta: Rineka Cipta, 2006

Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012

www.bprmh-semarang.co.id

Jurnal dan Skripsi

Nastiti, Niken, dkk. *Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Perbankan, Pengetahuan Produk Perbankan, Pengetahuan Pelayanan Perbankan, Dan Pengetahuan Bagi Hasil Terhadap Preferensi Menggunakan Jasa Perbankan Syariah*. ASSET:Jurnal Mnajemen dan Bisnis. Vol 1 No 1 tahun 2018

Hasanah, Fadhilah. *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah*. Jurnal Akuntansi dan Bisnis. Vol 4 No 1 Tahun 2020.

Mujaddid, Fajar. *Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah Kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung Di Bank Syariah*. Vol. 10 No. 1 (2019): Jurnal Ekonomi Islam Fakultas Agama Islam UHAMKA

Rondowuwu, *Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Kepercayaan Dan Niat Beli Calon Pengguna Smartfren Andromax Di Sidoarjo*

Yoiz Shofwa Shafrani, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto*.

Zumrotun Nafi'ah, pengaruh pengetahuan masyarakat tentang lembaga keuangan syariah dan tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah bmt yaummi fatimah pati cabang juwana.hyuj2w

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh pelayanan islami, pengetahuan nasabah, dan tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang

Assalammualaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat,

Untuk menyelesaikan tugas akhir yang diberikan dari Universitas (UIN Walisongo) berupa skripsi maka dengan sangat rendah hati penulis meminta tolong agar bapak/ibu/saudara berkenan untuk mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya. Penulis akan bertanggung jawab atas kerahasiaan jawaban yang diberikan oleh saudara.

Atas perhatian dan ketersediaannya penulis mengucapkan banyak terima kasih.

Wassalammualaikum Wr. Wb.

Identitas Diri

Nama :

Jenis kelamin :

Usia :

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan Saat Ini :

Penghasilan per Bulan :

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (√) pada pilihan jawaban yang telah tersedia sesuai dengan pendapat anda.

Keterangan

Sangat Setuju : 5

Setuju : 4

Ragu : 3

Tidak Setuju : 2

Sangat Tidak Setuju : 1

A. Pelayanan Islami

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	ST
1.	Karyawan BPRS Mitra Harmoni Semarang berbusana rapi dan berpenampilan menarik sesuai dengan syari'ah islam.					
2.	Karyawan BPRS Mitra Harmoni Semarang memberikan pelayanan yang cepat dan dapat dipercaya nasabah.					
3.	Karyawan BPRS Mitra Harmoni Semarang bersikap sopan santun dan selalu jujur setiap melakukan transaksi.					
4.	Karyawan BPRS Mitra Harmoni Semarang memiliki komunikasi yang baik dan selalu ramah terhadap nasabah.					

B. Pengetahuan Nasabah

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	ST
1.	Saya tahu tentang produk-produk yang ada di BPRS Mitra Harmoni.					
2.	Saya tahu BPRS Mitra Harmoni menggunakan sistem syariah					

3.	Saya setuju sistem yang digunakan oleh BPRS Mitra Harmoni lebih adil.					
----	---	--	--	--	--	--

C. Tingkat Religiusitas Nasabah

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	ST
1.	Saya berpendapat bank konvensional adalah haram.					
2.	Saya berpendapat kalau bank konvensional mengandung unsur riba.					
3.	Saya percaya bank syari'ah lebih adil daripada bank konvensional.					
4.	Saya lebih tenang apabila menggunakan bank dengan sistem syari'ah.					

D. Keputusan Menjadi Nasabah

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	ST
1.	Saya menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni karena produk yang ditawarkan sesuai dengan apa yang saya butuhkan.					
2.	Saya menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni karena menggunakan sistem syari'ah.					
3.	Saya menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang karena karyawannya ramah dalam menyampaikan informasi.					

Lampiran 2

Data responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Penghasilan
1	Rahayu Ningsih	Perempuan	31	SMP	IRT	
2	Halimul Mufti	Laki-laki	24	SMA	Wiraswasta	2000000
3	Galang	Laki-laki	25	SD	Wiraswasta	600000
4	Nomo Prasetyo	Laki-laki	31	SMK	Karyawan	3200000
5	David	Laki-laki	42	SD	Wiraswasta	2800000

6	Bakri	Laki-laki	63	SD	Buruh	1350000
7	Rozikin	Laki-laki	42	SD	Nelayan	2000000
8	Yeti	Perempuan	39	SMP	IRT	
9	Asep Yogi	Laki-laki	32	SMA	Wiraswasta	8500000
10	Heru Setiawan	Laki-laki	42	SMK	Buruh	3000000
11	Muhammad Hamzah	Laki-laki	23	SMK	Karyawan	2700000
12	Zulaikha	Perempuan	40	SD	Buruh	900000
13	Imron priyatno	Laki-laki	36	SMK	Wiraswasta	2000000
14	Ahmad Nurul Huda	Laki-laki	28	SMA	Wiraswasta	3000000
15	Rini Hapsari	Perempuan	40	SMA	Wiraswasta	7000000
16	Eva Paradita	Perempuan	25	SMK	IRT	
17	Nissa	Perempuan	15		Pedagang	1200000
18	Mustafirin	Laki-laki	38	SMP	Wiraswasta	2500000
19	Masfuqoh	Perempuan	35	SMP	Pedagang	3000000
20	Mukharom	Laki-laki	60	SD	Wiraswasta	4000000
21	Muhammad Anwar	Laki-laki	25	SMA	Mahasiswa	2500000
22	Edi Susilo	Laki-laki	35	SMA	Penjahit	2000000
23	Yanuar	Laki-laki	35	D3	Wiraswasta	2000000
24	Anissa	Perempuan	26	S1	Wiraswasta	
25	Firdiansyah	Laki-laki	38	SMA	OJOL	2500000
26	Kusyanti	Perempuan	45	SMA	Pedagang	6000000
27	Kinan	Perempuan	25	S1	Karyawan	
28	Khoirul	Laki-laki	37	S1	Wiraswasta	5000000
29	Istoekri	Laki-laki	40	SMA	Wiraswasta	3000000
30	Ahmad Sapuan	Laki-laki	55	SD	Buruh	2000000
31	Sai Purnomo	Laki-laki	28	SMA	Wiraswasta	3000000
32	Musyaroah	Perempuan	36	SMA	Penjahit	3500000
33	Triana Esti	Perempuan	23	S1	Karyawan	3000000
34	Iska Shofi	Perempuan	23	S1	Karyawan	3000000
35	Rezha Dicky Aditya	Laki-laki	22	SMA	Security	2500000
36	Hartanto	Laki-laki	32	SMA	Wiraswasta	2500000
37	Nur Syafiq	Laki-laki	48	SMA	Pedagang	4000000
38	Hartono	Laki-laki	40	SMA	Karyawan	2700000
39	Whisnu Rahmatika	Laki-laki	35	S1	Wiraswasta	7000000
40	Andy Surya S	Laki-laki	35	S1	Wiraswasta	5000000
41	Sulasmi Handayani	Perempuan	35	SMK	Wiraswasta	2500000
42	Nur Hidayah	Perempuan	25	S1	Guru	1600000
43	Adilla	Laki-laki	28	SMA	Wiraswasta	3000000
44	Ahmad Sidiq	Laki-laki	25	S1	Wiraswasta	5000000
45	Muhammad Ulil	Laki-laki	25	SMA	Wiraswasta	6000000
46	Ja'far Shodiq	Laki-laki	29	S1	Wiraswasta	7000000
47	Suwindi	Laki-laki	40	SMK	Karyawan	2500000
48	Samsul Arifin	Laki-laki	30	SD	Pedagang	4000000

49	Siti Munapiah	Perempuan	35	SMA	Karyawan	2600000
50	Salwa	Perempuan	45	SMP	Buruh	1700000
51	Ririn	Perempuan	30	SMP	Buruh	1700000
52	Teguh Wibowo	Laki-laki	28	SMA	Karyawan	2400000
53	Shofa Ahmad	Laki-laki	30	SMK	Wiraswasta	4000000
54	Agus Najib	Laki-laki	31	SMK	Karyawan	2400000
55	Abdul Hadi	Laki-laki	38	SD	Buruh	1600000
56	Aini	Perempuan	34	SMK	Karyawan	2400000

Lampiran 3

Hasil Kuesioner

No	Nama	Pelayanan Islami				Pengetahuan			Religiusitas				Keputusan		
		5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4
1	Rahayu Ningsih	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4
2	Halimul Mufti	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5
3	Galang	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	Nomo Prasetyo	5	5	5	5	4	5	4	3	3	4	4	5	4	5
5	David	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
6	Bakri	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5
7	Rozikin	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
8	Yeti	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4
9	Asep Yogi	5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5
10	Heru Setiawan	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
11	Muhammad Hamzah	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5
12	Zulaikha	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4
13	Imron priyatno	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
14	Ahmad Nurul Huda	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	Rini Hapsari	5	5	5	5	4	5	5	2	2	4	4	4	4	4
16	Eva Paradita	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5
17	Nissa	5	5	5	5	3	4	4	3	3	3	3	4	4	5
18	Mustafirin	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5
19	Masfuqoh	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5
20	Mukharom	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5
21	Muhammad Anwar	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5
22	Edi Susilo	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
23	Yanuar	5	5	5	5	3	5	5	2	2	4	4	4	4	5
24	Anissa	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	Firdiansyah	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5
26	Kusyanti	4	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	5
27	Kinan	5	5	5	5	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4
28	Khoirul	5	5	5	5	3	5	4	5	5	3	4	4	4	4

29	Istoekri	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	5
30	Ahmad Sapuan	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	Sai Purnomo	5	5	5	5	3	3	5	5	5	4	5	5	4	5
32	Musyaroah	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
33	Triana Esti	5	5	4	5	5	5	5	2	4	4	4	5	5	5
34	Iska Shofi	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	Rezha Dicky Aditya	5	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4
36	Hartanto	5	5	5	5	4	5	5	3	3	4	4	5	4	5
37	Nur Syafiq	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
38	Hartono	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	Whisnu Rahmatika	4	4	4	4	2	2	3	5	5	4	3	4	3	4
40	Andy Surya S	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
41	Sulasm Handayani	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	Nur Hidayah	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5
43	Adilla	5	5	5	5	3	4	4	3	3	4	4	5	4	4
44	Ahmad Sidiq	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4
45	Muhammad Ulil	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5
46	Ja'far Shodiq	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5
47	Suwindi	5	5	5	5	4	5	4	3	3	4	4	5	4	5
48	Samsul Arifin	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
49	Siti Munapiah	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5
50	Salwa	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
51	Ririn	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4
52	Teguh Wibowo	5	5	5	5	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5
53	Shofa Ahmad	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
54	Agus Najib	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5
55	Abdul Hadi	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4
56	Aini	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5

Lampiran 4

Hasil uji validitas dan reabilitas

Pelayanan Islami

Correlations						
		P1	P2	P3	P4	Pelayanan
P1	Pearson Correlation	1	,576**	,576**	,734**	,804**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	56	56	56	56	56
P2	Pearson Correlation	,576**	1	,813**	,742**	,896**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000

	N	56	56	56	56	56
P3	Pearson Correlation	,576**	,813**	1	,742**	,896**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	56	56	56	56	56
P4	Pearson Correlation	,734**	,742**	,742**	1	,919**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	56	56	56	56	56
Pelayanan	Pearson Correlation	,804**	,896**	,896**	,919**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	56	56	56	56	56

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

Pengetahuan Nasabah

Correlations					
		P5	P6	P7	Pengetahuan
P5	Pearson Correlation	1	,555**	,486**	,835**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	56	56	56	56
P6	Pearson Correlation	,555**	1	,558**	,855**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	56	56	56	56
P7	Pearson Correlation	,486**	,558**	1	,797**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	56	56	56	56
Pengetahuan	Pearson Correlation	,835**	,855**	,797**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	56	56	56	56

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

Religiusitas

Correlations						
		P8	P9	P10	P11	Religiusitas
P8	Pearson Correlation	1	,831**	,337*	,298*	,868**
	Sig. (2-tailed)		,000	,011	,026	,000
	N	56	56	56	56	56
P9	Pearson Correlation	,831**	1	,463**	,250	,882**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,064	,000
	N	56	56	56	56	56

P10	Pearson Correlation	,337*	,463**	1	,611**	,703**
	Sig. (2-tailed)	,011	,000		,000	,000
	N	56	56	56	56	56
P11	Pearson Correlation	,298*	,250	,611**	1	,608**
	Sig. (2-tailed)	,026	,064	,000		,000
	N	56	56	56	56	56
Religiusitas	Pearson Correlation	,868**	,882**	,703**	,608**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	56	56	56	56	56

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

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

Keputusan

Correlations					
		P12	P13	P14	Keputusan
P12	Pearson Correlation	1	,523**	,337*	,811**
	Sig. (2-tailed)		,000	,011	,000
	N	56	56	56	56
P13	Pearson Correlation	,523**	1	,346**	,809**
	Sig. (2-tailed)	,000		,009	,000
	N	56	56	56	56
P14	Pearson Correlation	,337*	,346**	1	,706**
	Sig. (2-tailed)	,011	,009		,000
	N	56	56	56	56
Keputusan	Pearson Correlation	,811**	,809**	,706**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	56	56	56	56

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

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

Reabilitas Pelayanan islami

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,902	4

Pengetahuan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,771	3

Religiusitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,771	4

Keputusan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,670	3

Lampiran 5

Uji asumsi klasik

Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			56
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		,92713146
Most Extreme Differences	Absolute		,094
	Positive		,079
	Negative		-,094
Test Statistic			,094
Asymp. Sig. (2-tailed)			,200 ^{c,d}
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,671 ^e
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,659
		Upper Bound	,683
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.			

Multikolonieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,424	2,408		1,007	,319		
	Pelayanan Islami	,240	,128	,214	1,868	,067	,868	1,152
	Pengetahuan Nasabah	,366	,091	,459	4,029	,000	,877	1,140
	Religiusitas Nasabah	,106	,062	,189	1,713	,093	,930	1,075

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7,230	4,892		-1,478	,145
	Pelayanan Islami	,445	,261	,244	1,705	,094
	Pengetahuan Nasabah	-,289	,184	-,223	-1,568	,123
	Religiusitas Nasabah	,054	,125	,059	,430	,669

a. Dependent Variable: LNRES 2

Lampiran 6

Hasil Analisa Linier Berganda

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,639 ^a	,409	,375	,954

a. Predictors: (Constant), Religiusitas Nasabah, Pengetahuan Nasabah, Pelayanan Islami

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,424	2,408		1,007	,319		
	Pelayanan Islami	,240	,128	,214	1,868	,067	,868	1,152
	Pengetahuan Nasabah	,366	,091	,459	4,029	,000	,877	1,140
	Religiusitas Nasabah	,106	,062	,189	1,713	,093	,930	1,075

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Collinearity Diagnostics ^a							
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	Pelayanan Islami	Pengetahuan Nasabah	Religiusitas Nasabah
1	1	3,978	1,000	,00	,00	,00	,00
	2	,012	17,963	,00	,00	,31	,81
	3	,008	22,680	,10	,07	,68	,19
	4	,001	52,241	,90	,93	,01	,00

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Lampiran 7

Surat Riset Penelitian



Hal : **Permohonan Surat Pengantar Izin Riset/Penelitian**

Kepada Yth. **Dekan**
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
di Tempat

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin Riset kepada :

Nama : **Ahmad Sidiq**
NIM : 132411033
Semester : 14
Jurusan/Prodi : S.1 Ekonomi Islam
Alamat : Jl. Plamongan Sari No. 05 Rt.01 Rw.09 Semarang
Tujuan Penelitian : Meneliti variabel yang mempengaruhi seseorang menjadi nasabah BPRS Mitra Harmoni Semarang
Judul Skripsi : PENGARUH PELAYANAN ISLAMI, PENGETAHUAN NASABAH, DAN TINGKAT RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BPRS MITRA HARMONI SEMARANG
Waktu Penelitian : 13 s.d. 18 April 2020
Lokasi Penelitian : Jl. Majapahit No.170B, Gayamsari, Kec. Gayamsari, Kota Semarang, Jawa Tengah

Sebagai bahan pertimbangan bersama ini kami lampirkan :

1. Foto Copy Kartu Tanda Mahasiswa (KTM)
2. Surat Penunjukan Pembimbing
3. Proposal Riset
4. Kuesioner Riset

Demikian surat permohonan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dibuatkan surat izin tersebut.

Semarang, 06 April 2020

Pemohon,

Ahmad Sidiq
NIM 132411033

Daftar Riwayat

Nama : Ahmad Sidiq
Tempat, tanggal lahir : Semarang, 25 Mei 1995
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Jalan Plamongansari 05 Rt 001/009 Kelurahan
Plamongansari, Kecamatan Pedurungan, Kota Semarang
No. HP : 089669048674
081228349819

Daftar Riwayat Pendidikan

1. Madrasah Ibtida'iyah Infarul Ghoy 02 Semarang tahun 2001-2007
2. SMP N 34 Semarang tahun ajaran 2007-2010
3. MAN 1 Semarang tahun ajaran 2010-2013
4. Mahasiswa UIN Walisongo Semarang

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Penulis

Ahmad Sidiq

NIM 132411033