

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, LINGKUNGAN SOSIAL DAN  
RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH  
MENGUNAKAN JASA KEUANGAN SYARIAH**

(Studi Kasus Pada KSPPS NU Sejahtera Cabang Pegandon Kendal)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Strata Satu (S1) Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Oleh : Zahrotul Atsna

NIM : 2005036092

**PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
TAHUN 2024**

## LEMBAR PENGESAHAN



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

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan

Telp. (024)7608454 Semarang 50185

Website : [febi.walisongo.ac.id](http://febi.walisongo.ac.id) – Email : [febi@walisongo.ac.id](mailto:febi@walisongo.ac.id)

### PENGESAHAN

Nama : Zahrotul Atsna  
NIM : 2005036092  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan, Lingkungan Sosial dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada KSPPS NU Sejahtera Cabang Pegandon Kendal)

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal 1 July 2024 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2023/2024.

Semarang, 1 Juli 2024

**Ketua Sidang**

Heny Yuningsrum, SE., M.Si  
NIP. 198106092007102005.

**Sekretaris Sidang**

Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, M.Si  
NIP. 198607182019031007

**Penguji I**

Prof. Dr. Hj Siti Mujibatun, M.Ag  
NIP. 195904131987032001

**Penguji II**

Dr. Ratno Agrivanto, M.Si., A.Kt  
NIP. 198001282008011010

**Pembimbing I**

Prof. Dr. Imam Yahya, M.Ag  
NIP. 197004101995031001

**Pembimbing II**

Nasrul Fahmi Zaki Fuadi Lc, M.Si  
NIP. 198607182019031007





## PERSETUJUAN PEMBIMBING



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

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

Website : [febi.walisongo.ac.id](http://febi.walisongo.ac.id) – Email : [febi@walisongo.ac.id](mailto:febi@walisongo.ac.id)

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Zahrotul Atsna

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Zahrotul Atsna

NIM : 2005036092

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS LAYANAN, LINGKUNGAN SOSIAL  
DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH  
MENGUNAKAN JASA KEUANGAN SYARIAH  
(Studi Kasus Pada KSPPS NU Sejahtera Cabang Pegandon Kendal)

Demikian ini saya mohon kiranya Skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian atas perhatiannya, harap menjadi maklum adanya dan kami ucapkan terimakasih.

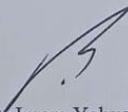
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

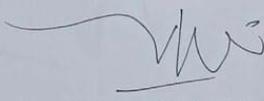
Semarang, 20 Juni 2024

### PEMBIMBING

Pembimbing I

Pembimbing II

  
Prof. Dr. Imam Yahya, M.Ag.,  
NIP : 197004101995031001

  
Nasrul Fahmi Zaki Fuadi Lc., M.Si  
NIP : 198607182019031007

## NOTA PEMBIMBING



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

*Jl. Prof. DR. Hamka Kampus III Ngaliyan, Telp/Fax (024) 7608454 Semarang 50185  
Website : febi.walisongo.ac.id - Email : febi@walisongo.ac.id*

---

Nomor : B-1384/Un.10.5/D.1/PP.00.9/4/2023 6 April 2023  
Lampiran : -  
Hal : Penunjukan menjadi Dosen Pembimbing Skripsi

Kepada Yth.  
Drs. H. Imam Yahya, M.Ag.  
Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo  
Di Semarang

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan pengajuan proposal tugas akhir mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : ZAHROTUL ATSNA  
NIM : 2005036092  
Program Studi : S1 Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : PENGARUH FINANCIAL LITERATION, SOCIAL ENVIRONMENT DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMILIH AKAD WADIAH PADA PERBANKAN SYARIAH (TUDI KASUS PADA SANTRI DIPONDOK PESANTREN AL-AMIN MRANGGEN)

Maka, kami mengharap kesediaan Saudara untuk menjadi Pembimbing I penulisan skripsi mahasiswa tersebut, dengan harapan :

1. Topik yang kami setuju masih perlu mendapat pengarahan Saudara terhadap judul, kerangka pembahasan dan penulisan.
2. Pembimbingan dilakukan secara menyeluruh sampai selesainya penulisan tugas akhir.

Untuk membantu tugas saudara, maka bersama ini kami tunjuk sebagai Pembimbing II saudara. Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, Lc., M.Si.. Demikian, atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*



*Tembusan :*

1. Pembimbing II
2. Mahasiswa yang bersangkutan

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur saya haturkan atas kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah dan inayah yang senantiasa mengiringi hamba-hamba-Nya. Shalawat serta salam senantiasa junjungkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan umat manusia yang kita nantikan syafaat di hari akhir kelak. Dengan segala ketulusan hati, penulis sampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua terkasih, Bapak Asmawi dan Ibu Musriah. Karya tulis ini penulis persembahkan untuk beliau sebagai wujud kecil ungkapan terimakasih penulis atas segala doa, motivasi, dukungan moriil dan materiil yang senantiasa mengiringi setiap langkah penulis hingga dapat menyelesaikan bangku pendidikan perkuliahan. Beribu-ribu ungkapan kasih tak sebanding dengan segala yang telah beliau berikan. Semoga diberi umur panjang nan berkah, satu persatu kita gapai mimpi dan angan-angan yang hebat.
2. Kedua adik, Alena Nainal dan Ahmad Jalaluddin yang menjadi pacuan semangat penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Teruntuk Allisa Arlianis, Berliana Nur A, Panca Savira Dewi dan Tiara Maharani penulis sampaikan banyak terimakasih atas dukungan dan kebersamaan dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan. Terimakasih selalu merangkul dan menguatkan satu sama lain, terimakasih karena tidak saling menjatuhkan dan terimakasih telah bertahan.
4. Kepada pihak yang terlibat, namun tidak dapat penulis sebutkan yang telah membantu, mendukung serta memberikan semangat kepada penulis dalam dari awal penulisan hingga akhir skripsi ini.
5. Untuk sahabat dan teman-teman yang penulis temui dibangu perkuliahan, penulis sampaikan terimakasih sebanyak-banyaknya. Senang bertemu dan berkenal baik

## **MOTTO**

“Jika Anda tidak bisa melakukan dengan baik, lakukanlah dengan cinta ”

**(Mother Teresa)**

## DEKLARASI

### DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 23 Juni 2024

Deklarator,



Zahrotul Atsna  
2005036092

## TRANSLITER ARAB

Transliterasi kata-kata Arab ini dipakai untuk penyusunan Skripsi. dengan berpedoman pada surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/ 1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	ṣ	es (titik diatas s)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (titik dibawah h)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	zet (dengan titikdidas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zal	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ta'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za'	ẓ	zet (dengan titik di

			bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	`	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

### B. Vokal Pendek

اَ	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
اِ	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
اُ	Dammah	Ditulis	<i>U</i>

### C. Vokal Panjang

Fathah bertemu alif	Ditulis	$\bar{A}$
مِهاد		<i>Mihaad</i>

Fathah bertemu alif layyinah تنسى	Ditulis	$\bar{A}$ <i>Tansaa</i>
Kasrah bertemuya' mati مُؤْمِنِينَ	Ditulis	$\bar{i}$ <i>Mu'miniin</i>
Dammah bertemu wawu mati يَوْمَكُرُونِ	Ditulis	$\bar{u}$ <i>yamkuruun</i>

#### D. Vokal Rangkap

Fathah bertemuya' mati بينكم	Ditulis	<i>Ai</i> <i>Bainakum</i>
Fathah bertemu wawu mati فِرْعَوْنِ	Ditulis	<i>Au</i> <i>Fir'aun</i>

#### E. Syaddah ( ّ - )

*Syaddah* dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطب *al-thibb*

#### F. Kata Sandang ( ... ال )

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

#### G. Ta' Marbuthoh ( ة )

Setiap ta' marbuthah ditulis dengan "h" misalnya المعيشن الطبيعي = *al-ma'isyah al-thabi'iyah*.

## **ABSTRAK**

Indonesia memiliki populasi penduduk beragama muslim terbanyak yakni mencapai 87,2% dari total keseluruhan jumlah penduduk negara Indonesia. Fakta tersebut seharusnya mampu menjadi peluang bagi pertumbuhan ekonomi syariah, salah satunya dengan cara menggunakan jasa lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan syariah terbagi menjadi lembaga keuangan bank dan non-bank. Lembaga keuangan syariah non bank sendiri, dibatasi dalam empat bentuk yaitu Asuransi Syariah, Baitul Mal wa Tamwil (BMT), Koperasi Syariah dan Pengadaian Syariah. Keputusan untuk menggunakan lembaga keuangan syariah dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah, terpengaruh lingkungan sosial dan religiusitas dalam diri nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, lingkungan sosial dan religiusitas terhadap keputusan nasabah KSPPS NU Sejahtera cabang Pegandon menggunakan jasa keuangan syariah. Jenis penelitian ini yakni penelitian kuantitatif dengan menjadikan nasabah KSPPS NU Sejahtera cabang Pegandon sebagai populasi penelitian. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 95 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui google form, kemudian akan diolah menggunakan program aplikasi SPSS. Hasil penelitian yang diperoleh pada penelitian ini yakni, kualitas layanan, lingkungan sosial dan religiusitas memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa keuangan syariah pada KSPPS NU Sejahtera cabang Pegandon.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Lingkungan Sosial, Religiusitas, Keputusan Penggunaan, Jasa Keuangan Syariah

## **ABSTRACT**

Indonesia has the largest Muslim population, reaching 87.2% of the total population of Indonesia. This fact should be an opportunity for sharia economic growth, one of which is by using the services of sharia financial institutions. Sharia financial institutions are divided into bank and non-bank financial institutions. Non-bank sharia financial institutions themselves are limited to four forms, namely Sharia Insurance, Baitul Mal wa Tamwil (BMT), Sharia Cooperatives and Sharia Procurement. The decision to use a sharia financial institution can be influenced by various factors such as the quality of service provided to customers, the social environment and the religiosity of the customer.

This research aims to determine the influence of service quality, social environment and religiosity on customers' decisions of KSPPS NU Sejahtera Pegandon branch to use sharia financial services. This type of research is quantitative research by using KSPPS NU Sejahtera Pegandon branch customers as the research population. The sample used in this research was 95 respondents. Data collection uses a questionnaire via Google Form, then it will be processed using the SPSS application program. The research results obtained in this study are that service quality, social environment and religiosity have a positive and significant influence on customers' decisions in using sharia financial services at the Pegandon branch of KSPPS NU Sejahtera.

Keywords: Service Quality, Social Environment, Religiosity, Use Decisions, Sharia Financial Services

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Alhamdulillah rabbil ‘alamin segala puji syukur tercurahkan atas kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, pertolongan serta karunia-Nya sehingga penulis mampu menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Lingkungan Sosial Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada Kspps Nu Sejahtera Cabang Pegandon Kendal)”**. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang senantiasa menjadi panutan dan tauladan yang baik bagi umat manusia.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar strata satu (S1) dalam ilmu perbankan syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Dalam proses penyelesaian penulisan skripsi ini tak luput dari bantuan, arahan dan dukungan berbagai pihak. Dengan kerendahan hati dan rasa hormat, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Nizar, M. Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Bapak Arif Afendi, S.E., M.Sc selaku Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta jajarannya.
4. Bapak Drs. Saekhu, M.H selaku wali dosen yang selalu memberikan arahan, semangat dan motivasi selama proses perkuliahan.
5. Bapak Prof.Dr.Imam Yahya,M.Ag selaku dosen pembimbing satu yang senantiasa mencurahkan waktu, tenaga, pikiran serta motivasi untuk mendukung dan memberikan bimbingan selama proses penyusunan skripsi.
6. Bapak Nasrul Fahmi Zaki Fuadi Lc.,M.Si. selaku dosen pembimbing dua yang senantiasa mencurahkan waktu, tenaga, pikiran serta motivasi untuk mendukung dan memberikan bimbingan selama proses penyusunan skripsi.
7. Segenap dosen dan karyawan fakultas ekonomi dan bisnis islam yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama proses perkuliahan
8. Seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penyusunan penulisan skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

Semoga Allah SWT memberikan balasan berlipat-lipat atas segala kebaikan yang tercurah. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan, maka dari itu dengan kesungguhan hati penulis meminta maaf dan menerima segala saran maupun kritik membangun.

*Wassalamualaikum Wr.Wb*

Semarang, 18 Juni 2024

Penulis,

Zahrotul Atsna

NIM.2005036092

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Transliter Arab .....	ix
DAFTAR ISI.....	xvi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II.....	8
2.1 Kerangka Teori.....	8
2.1.1 Teori Pengambilan Keputusan.....	8
2.1.2 Kualitas Layanan .....	9
2.1.3 Lingkungan Sosial .....	13
2.1.4 Religiusitas .....	17
2.1.5 Keputusan Pembelian .....	21
2.2 Penelitian Terdahulu .....	26
2.3 Kerangka Berpikir .....	41
2.4 Hipotesis.....	41
2.4.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah.....	42
2.4.2 Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah.....	43
2.4.3 Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah.....	43
2.4.4 Pengaruh Kualitas Layanan, Lingkungan Sosial Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah .....	44

BAB III .....	45
3.1 Jenis dan Sumber Data .....	45
3.1.1 Jenis Penelitian .....	45
3.1.2 Sumber Data Penelitian .....	45
3.2 Populasi dan Sampel .....	46
3.2.1 Populasi .....	46
3.2.2 Sampel .....	46
3.3 Metode Pengumpulan Data .....	47
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran .....	47
3.4.1 Variabel Penelitian .....	47
3.4.2 Definisi Operasional Variabel .....	48
3.4.3 Pengukuran Penelitian .....	49
3.5 Teknik Analisis Data .....	50
3.5.1 Uji Instrumen Penelitian .....	50
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	55
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	55
4.1.1 Profil KSPPS BMT Nusa Ummat Sejahtera .....	55
4.1.2 Visi dan Misi KSPPS BMT NU Sejahtera .....	56
4.2 Pilot Test .....	57
4.2.1 Uji Validitas .....	58
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	60
4.3 Deskripsi Data Responden .....	61
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	63
4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	64
4.3.4 Karakter Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	67
4.3.5 Karakter Responden Berdasarkan Domisili Responden .....	69

4.4 Uji Instrumen Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.1 Uji Validitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	72
4.5.1 Uji Normalitas .....	72
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	75
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas .....	75
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda .....	77
4.7 Uji Hipotesis.....	78
4.7.1 Uji T.....	78
4.7.2 Uji F.....	80
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	81
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian .....	82
4.8.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah.....	82
4.8.2 Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah.....	83
4.8.3 Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah.....	84
BAB V .....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	86

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>26</b>
<b>Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 4. 1 Daftar Koperasi di Kecamatan Pegandon .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 4. 2 Hasil Pilot Test Uji Validitas .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 4. 3 Hasil Pilot Test Uji Reliabilitas .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 4. 4 Jenis Kelamin Responden.....</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 4. 5 Usia Responden .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 4. 6 Pendidikan Responden .....</b>	<b>64</b>
<b>Tabel 4. 7 Pekerjaan Responden .....</b>	<b>67</b>
<b>Tabel 4. 8 Asal Kecamatan Responden.....</b>	<b>69</b>
<b>Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas X1 .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas X2 .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas X3 .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Y .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Market Share Keuangan.....</b>	<b>2</b>
<b>Gambar 1. 2 Data Anggota .....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 4. 1 Crosstabs Jenis Kelamin.....</b>	<b>62</b>
<b>Gambar 4. 2 Crosstabs Usia.....</b>	<b>63</b>
<b>Gambar 4. 3 Crosstabs Pendidikan.....</b>	<b>65</b>
<b>Gambar 4. 4 Crosstabs Pekerjaan.....</b>	<b>68</b>
<b>Gambar 4. 5 Crosstabs Asal Kecamatan .....</b>	<b>70</b>
<b>Gambar 4. 6 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov .....</b>	<b>72</b>
<b>Gambar 4. 7 Grafik Histogram .....</b>	<b>74</b>
<b>Gambar 4. 8 Normal P-Plot .....</b>	<b>74</b>
<b>Gambar 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas .....</b>	<b>75</b>
<b>Gambar 4. 10 Hasil uji heteroskedastisitas .....</b>	<b>76</b>
<b>Gambar 4. 11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....</b>	<b>77</b>
<b>Gambar 4. 12 Hasil Uji T .....</b>	<b>79</b>
<b>Gambar 4. 13 Hasil Uji F .....</b>	<b>80</b>
<b>Gambar 4. 14 Hasil Uji R.....</b>	<b>81</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 2 Surat Ijin Penelitian .....	101
Lampiran 3 Dokumentasi.....	102
Lampiran 4 Data Responden Pilot Test.....	105
Lampiran 5 Data Tabulasi .....	106
Lampiran 6 Data Responden .....	109
Lampiran 7 Data Tabulasi .....	113
Lampiran 8 Output Data SPSS .....	124

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia menempati urutan ke 15 sebagai negara terluas di dunia dengan luas wilayah mencapai 1.904.569 km<sup>2</sup>. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa dalam kurun waktu tiga tahun terakhir 2020-2022 jumlah penduduk Indonesia kian mengalami peningkatan. Pada tahun 2020 jumlah penduduk Indonesia mencapai 270 203,9 ribu jiwa, tahun 2021 berjumlah 272 682,5 ribu jiwa dan tahun 2022 sebanyak 275 773,8 ribu jiwa. Sedangkan di tahun 2023 BPS memproyeksikan jumlah penduduk Indonesia mencapai 278 696,2 ribu jiwa dan akan terus mengalami pertumbuhan penduduk setiap tahunnya.<sup>1</sup>

Pertumbuhan penduduk menurut Andrea Zulfa adalah salah satu indikator penting dalam suatu negara. Para ahli ekonomi klasik yang di pelopori Adam Smith bahkan menganggap bahwa jumlah penduduk merupakan input yang potensial yang dapat digunakan sebagai faktor produksi untuk meningkatkan produksi suatu rumah tangga perusahaan. Semakin banyak penduduk maka semakin banyak pula tenaga kerja yang dapat digunakan.<sup>2</sup> Pembangunan ekonomi merupakan cikal bakal dari pembangunan kemakmuran ekonomi suatu negara untuk kesejahteraan penduduknya. Sistem ekonomi terbagi menjadi dua yakni sistem ekonomi sekuler dan sistem ekonomi Islam. Sistem ekonomi Islam membantu merealisasikan kesejahteraan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya langka yang sejalan dengan ajaran Islam.<sup>3</sup>

Peningkatan penduduk jika sejalan dengan pertumbuhan ekonomi akan menjamin kesejahteraan penduduk. Pertumbuhan penduduk akan berdampak pada beberapa sektor, salah satunya sektor keuangan. Sektor keuangan merupakan sektor yang paling banyak diregulasi karena dianggap sebagai sektor yang memiliki peranan penting dalam perekonomian. Menurut Bank Dunia, sektor keuangan yang semakin

---

<sup>1</sup> BPS Sulut, 'Jumlah Penduduk Menurut Provinsi Di Indonesia', pp. 1-35 <<https://sulut.bps.go.id/indicator/12/958/1/jumlah-penduduk-menurut-provinsi-di-indonesia.html>>.

<sup>2</sup> Andria Zulfa, 'Pengaruh Pertumbuhan Penduduk Dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Pengangguran Di Kota Lhokseumawe', *Jurnal Visioner & Strategis*, 5.1 (2016).

<sup>3</sup> Nasrul Fahmi Zaki Fuadi, 'Wakaf Sebagai Instrumen Ekonomi Pembangunan Islam', *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9.1 (2018), 151-77 <<https://doi.org/10.21580/economica.2018.9.1.2711>>.

berkembang diyakini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, menurunkan kemiskinan, dan meredam volatilitas ekonomi makro.<sup>4</sup>

Indonesia juga memiliki populasi penduduk beragama muslim terbanyak yakni mencapai 87,2% dari total keseluruhan jumlah penduduk negara Indonesia mampu menjadi peluang pertumbuhan ekonomi syariah dengan cara menggunakan layanan keuangan syariah. Namun, pada kenyataannya pangsa pasar keuangan syariah mengalami ketertinggalan yang cukup jauh dengan keuangan konvensional. Berdasarkan data OJK pada tahun 2023 pangsa pasar keuangan konvensional mencapai 89,76% sedangkan pangsa pasar keuangan syariah hanya mencapai 10,24%.<sup>5</sup>

**Gambar 1. 1 Market Share Keuangan**



Sumber : Data Ojk,2023

Berdasarkan gambar diatas, terlihat ketimpangan yang cukup jauh antara pangsa pasar keuangan syariah dengan keuangan konvensional. Sementara itu, Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) memberikan target agar pangsa pasar keuangan syariah pada tahun 2023 harus mencapai 17,50% namun pada kenyataannya

---

<sup>4</sup> Yesi Hendriani Supartoyo and others, 'Pengaruh Sektor Keuangan Bank Perkreditan Rakyat Terhadap Perekonomian Regional Wilayah Sulawesi', *Kajian Ekonomi Dan Keuangan*, 2.1 (2018), 15–38 <<https://doi.org/10.31685/kek.v2i1.207>>.

<sup>5</sup> Katarina Podlogar Mentor, 'Laporan Kinerja Triwulan OJK 2023', 2023.

target tersebut belum bisa tercapai dengan pangsa pasar keuangan syariah di tahun 2023 hanya 10,24%.<sup>6</sup>

Berdirinya lembaga keuangan syariah (LKS) merupakan implementasi dari pemahaman umat Islam terhadap prinsip-prinsip muamalah dalam hukum ekonomi Islam yang selanjutnya dipresentasikan dalam bentuk ekonomi islam sejenis lembaga keuangan syariah bank dan non bank. Bisnis jasa perbankan syariah yang terus mengalami perkembangan turut menimbulkan persaingan dalam lembaga keuangan syariah semakin pesat.<sup>7</sup> Lembaga keuangan syariah non bank dibatasi dalam empat bentuk yaitu Asuransi Syariah, Baitul Mal wa Tamwil (BMT), Koperasi Syariah dan Pengadaian Syariah.<sup>8</sup> BMT merupakan lembaga usaha kecil kebawah berdasarkan sistem bagi hasil dan jual beli dengan memanfaatkan potensi jaminan dalam lingkungannya sendiri. BMT selain berfungsi sebagai lembaga keuangan juga dapat berfungsi. Sebagai lembaga ekonomi, sebagai lembaga keuangan, bertugas menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan pada masyarakat. Sebagai lembaga ekonomi, ia berhak melakukan kegiatan ekonomi, seperti perdagangan industri dan pertanian.<sup>9</sup>

Salah satu BMT yang turut berkontribusi dalam perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia yakni KSPPS BMT NU Sejahtera sebagai koperasi yang telah memulai kiprahnya dalam bidang koperasi sejak tahun 2008 dan turut berperan sebagai penyedia modal untuk meningkatkan produktivitas usaha. KSPPS BMT NUS merupakan koperasi primer nasional memiliki 1 kantor pusat dan 105 kantor cabang dengan total anggota sebanyak 227.360. Salah satu kantor cabang KSPPS BMT NU Sejahtera yang telah berdiri lama dan masih bertahan hingga saat ini yakni KSPPS NU Sejahtera cabang Pegandon. Berdiri sejak tahun 2009 KSPPS BMT NU Sejahtera Pegandon memiliki kepercayaan dan reputasi yang baik serta memiliki jangkauan yang cukup luas dibanding koperasi lain yang berada di Pegandon Kendal.<sup>10</sup> Selama 5 tahun terakhir jumlah anggota KSPPS BMT NU Sejahtera cabang Pegandon terus mengalami

---

<sup>6</sup> Komite Nasional Keuangan Syariah, 'Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024', *Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional*, 2018, 1–443 <[https://knks.go.id/storage/upload/1573459280-Masterplan\\_Eksyar\\_Preview.pdf](https://knks.go.id/storage/upload/1573459280-Masterplan_Eksyar_Preview.pdf)>.

<sup>7</sup> Imam Yahya and Retnandi Meita Putri, 'Pengaruh Perubahan Biaya Transaksi Kartu Atm (Anjungan Tunai Mandiri) Pada Tabungan Faedah Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Di Brisyariah Kc Semarang', *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 7.1 (2016), 51–72 <<https://doi.org/10.21580/economica.2016.7.1.1032>>.

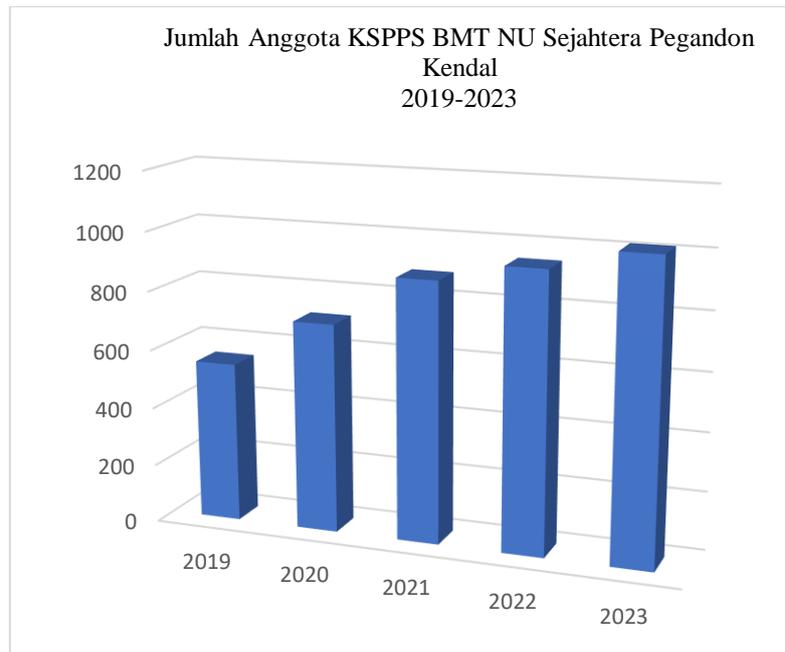
<sup>8</sup> Syamsuir Syamsuir, 'Lembaga Keuangan Islam Non Bank', *Islamika : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 15.1 (2016), 89–112 <<https://doi.org/10.32939/islamika.v15i1.43>>.

<sup>9</sup> Syamsuir.

<sup>10</sup> ksppsnus, 'Sekilas Tentang Profil Kspps "Nu" Sejahtera', 2008 <<https://Ksppsnus.Com/Profil/>>.

peningkatan. Meskipun pada beberapa tahun tertentu terjadi peningkatan jumlah anggota yang cukup kecil jika dibandingkan tahun-tahun sebelum maupun setelahnya.

**Gambar 1. 2 Data Anggota**



Sumber: KSPPS NU Sejahtera Pegandon,2024

Berdasarkan gambar 1.2 dapat diartikan bahwa jumlah anggota pada KSPPS BMT NU Sejahtera selama lima tahun terakhir terus mengalami peningkatan. Namun pada tahun 2021 dan 2022 jumlah anggota mengalami peningkatan yang cukup sedikit dibandingkan dengan tahun sebelum dan sesudahnya.

Faktor yang menjadi pertimbangan dalam menggunakan jasa keuangan Syariah adalah faktor internal dari diri nasabah seperti faktor agama (religiusitas) yang menjadi pedoman sebelum menggunakan suatu jasa keuangan dan faktor eksternal seperti lingkungan sosial.<sup>11</sup> Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Arief Firdy Firmansyah kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di bank syariah. Namun, pada penelitian yang dilakukan oleh Melita Puji Pramudani dan Annisa Fithria menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa menabung di bank syariah.

Berdasarkan adanya perbedaan yang dihasilkan oleh beberapa penelitian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang keputusan nasabah

---

<sup>11</sup> Ghina Rachmadini, '7.

menggunakan jasa keuangan syariah kualitas layanan, lingkungan sosial dan religiusitas nasabah dengan menjadikan anggota KSPPS BMT NU Sejahtera cabang Pegandon sebagai studi kasus penelitian. Memiliki populasi mayoritas penduduk muslim sebanyak 99,8% tidak serta merta menjadikan masyarakat Pegandon banyak menggunakan jasa keuangan syariah. Belum adanya bank syariah di Pegandon membuat masyarakat lebih dekat dengan koperasi syariah. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Lingkungan Sosial dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada KSPPS BMT NU Sejahtera Pegandon Kendal)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa lembaga keuangan syariah ?
2. Apakah lingkungan sosial berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa lembaga keuangan syariah ?
3. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa lembaga keuangan syariah ?
4. Apakah kualitas layanan, lingkungan sosial, dan religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa lembaga keuangan syariah ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap pengambilan keputusan menggunakan jasa lembaga keuangan syariah
2. Mengetahui pengaruh lingkungan sosial terhadap pengambilan keputusan menggunakan jasa lembaga keuangan syariah
3. Mengetahui pengaruh religiusitas terhadap pengambilan keputusan menggunakan jasa lembaga keuangan syariah
4. Mengetahui pengaruh kualitas layanan, lingkungan sosial, dan religiusitas terhadap pengambilan keputusan menggunakan jasa lembaga keuangan syariah

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan maka manfaat penelitian yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **a. Secara Teoritis**

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut dan dapat dijadikan bahan perbandingan kepada peneliti selanjutnya yang memiliki keinginan untuk membahas topik permasalahan yang sama.

### **b. Secara Praktis**

Bagi pembaca hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan menambah pemahaman terkait literasi keuangan syariah, serta menambah minat untuk menggunakan jasa keuangan syariah pada KSPPS BMT NU Sejahtera

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan penjelasan dan pemahaman pada hasil penelitian ini, maka penulis harus menyusun sistematika penulisan supaya dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik. Adapun sistematika penelitian ini terdiri dari 5 Bab yang terdiri sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam pendahuluan penelitian ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam tinjauan pustaka penelitian ini berisi mengenai teori tentang harga, kualitas produk, lokasi, serta keputusan pembelian.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam metode penelitian membahas mengenai terkait jenis penelitian, lokasi penelitian. Sumber data penelitian, populasi dan sampe penelitian, teknik pengumpulan data penelitian. Skala dan pengukuran instrumen penelitian, variabel penelitian. Konsep dan operasional, serta teknik analisis data dalam penelitian.

#### **BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Pembahasan menjelaskan terkait deskripsi data, analisis data, serta pembahasan yang dilakukan dalam penelitian.

#### **BAB V : PENUTUP**

Dalam penutup berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis data dan pembahasan, keterbatasan dari penelitian, serta beberapa saran yang direkomendasikan kepada pihak yang berkaitan dengan tema penelitian ini.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Kerangka Teori

#### 2.1.1 Teori Pengambilan Keputusan

a. *Theory of Planned Behaviour* (TPB)

*Theory of Planned Behaviour* (Teori perilaku direncanakan) merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (Teori tindakan beralasan) yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein tahun 1967. Setelah melakukan penelitian yang berulang pada tahun 1988 Ajzen dan Fishbein menambahkan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) untuk menyempurnakan teori sebelumnya. Teori ini digunakan untuk memprediksi dan menjelaskan keinginan berperilaku dan perilaku aktual dalam psikologi sosial. Adapun tujuan dan manfaat teori ini adalah untuk mengidentifikasi dan mengarahkan strategi jika terjadi perubahan perilaku dan mendeskripsikan aspek-aspek penting perilaku manusia.<sup>12</sup> Maka dari itu, penulis memilih teori TPB untuk mengetahui mengapa nasabah memutuskan menggunakan lembaga keuangan syariah pada KSPPS BMT NU Sejahtera Pegandon.

*Theory of Planned Behaviour* memiliki tiga dimensi yang dapat mempengaruhi keinginan berperilaku yakni sebagai berikut :<sup>13</sup>

1. Sikap (*Attitude*)

Sikap terhadap perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh kepercayaan yang didapat melalui konsekuensi akibat atas suatu perilaku. Kepercayaan berkaitan dengan penilaian-penilaian subjektif seseorang terhadap lingkungan sekitarnya. Kepercayaan dalam *Theory of Planned Behaviour* dapat diungkapkan melalui cara menghubungkan perilaku yang memungkinkan untuk terjadi dengan mempertimbangkan manfaat dan kerugian yang kemungkinan akan diperoleh jika memutuskan melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku.

---

<sup>12</sup> Mahyarni Mahyarni, 'Theori TRA Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)', *Jurnal El-Rizasah*, 4.1 (2013), 13–23 <<https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/elriyasah/article/view/17/0>>.

<sup>13</sup> Mahyarni.

## 2. Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

Norma subjektif merupakan dugaan yang memungkinkan terjadi terhadap harapan dari orang-orang yang ada di dalam kehidupannya terhadap akan dilakukan atau tidak dilakukan perilaku tertentu. Perasaan – perasaan yang muncul bersifat tidak tentu maka disebut norma subjektif. Norma subjektif juga dipengaruhi oleh kepercayaan, kepercayaan pada norma subjektif berasal dari pendapat atau pandangan orang lain yang berkaitan dengan kepercayaan yang individu percayai.

## 3. Persepsi kontrol perilaku (*Perceived behavioral control*)

Persepsi kontrol perilaku merupakan perasaan yang muncul akan mudah atau sulit untuk mewujudkan perilaku tertentu. Dalam teori TPB yang dikemukakan oleh Ajzen, persepsi kontrol perilaku dipengaruhi oleh keyakinan individu terhadap ketersediaan sumberdaya seperti peralatan, kompatibilitas, kompetensi dan kesempatan yang dapat mendukung atau menghambat perilaku yang akan diprediksi dan besarnya peran sumberdaya dalam memenuhi perilaku tersebut.

### **2.1.2 Kualitas Layanan**

#### **a. Pengertian Kualitas Layanan**

Kualitas adalah sebuah tolak ukur dalam menentukan produk atau jasa bagi seseorang yang akan menggunakan. Jadi bisa dikatakan bahwa kualitas itu sebagai gambaran langsung mengenai produk atau jasa. Juran mengatakan bahwa kualitas ini merupakan kesesuaian terkait tujuan serta manfaatnya. Sedangkan menurut Sofyan Assauri mendefinisikan kualitas sebagai sekumpulan sifat dalam mendeskripsikan terkait produk atau jasa yang sesuai dengan tercapainya sebuah tujuan. Kualitas ini memegang peranan penting dalam berbagai aspek. Jadi kualitas ini bisa disimpulkan sebagai suatu atribut atau karakteristik dari suatu produk atau layanan yang menunjukkan tingkat keunggulan atau kesesuaian dengan standar atau harapan. Dalam hal layanan sendiri kualitas ini bisa berkaitan dengan kecepatan layanan, kemudahan akses, serta kemampuan untuk memenuhi kebutuhan seseorang. Russel menyebutkan kualitas ini memegang peranan penting yaitu a.) Meningkatkan reputasi perusahaan; b.) Menurunkan biaya; c.) Meningkatkan pangsa pasar; d.)

Mewujudkan kualitas yang dirasakan penting; e.) Dampak Internasional; f.) Pertanggungjawaban; dan g.) Penampilan produk.<sup>14</sup>

Layanan merupakan segala bentuk pelayanan atau bantuan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan seseorang. Ini bisa mencakup berbagai bidang, seperti layanan kesehatan, pendidikan, keuangan, teknologi informasi, dan lain sebagainya. Layanan ini melibatkan interaksi kedua belah pihak yaitu penyedia dan penerima layanan. Layanan ini memiliki beberapa karakteristik yaitu intangibilitas (tidak dapat dilihat atau disentuh secara fisik), tidak dapat disimpan (tidak dapat disimpan atau dipertahankan untuk dijual kemudian), serta interaksi langsung antara penyedia dan penerima layanan.

Kualitas layanan adalah ukuran atau tingkat keunggulan yang ditunjukkan oleh suatu pelayanan dalam memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas layanan ini mencakup berbagai aspek seperti responsibilitas, kecepatan, akurasi, kemudahan akses, serta interaksi dan komunikasi antara penyedia layanan dengan pelanggan. Kualitas layanan juga mencerminkan kemampuan penyedia layanan dalam memberikan solusi yang efektif dan memuaskan atas kebutuhan atau masalah yang dihadapi oleh seseorang dengan fokus pada peningkatan pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Kualitas layanan berdasarkan Parasuraman mendefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas layanan yang baik akan meningkatkan rasa kepuasan pelanggan sehingga mampu mempengaruhi keputusan pembelian.<sup>15</sup> Menurut Kotler kualitas layanan merupakan penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima maupun diharapkan konsumen, sehingga akan mencapai kepuasan yang baik.<sup>16</sup> Flora Han mengartikan kualitas layanan ini sebagai harapan seseorang terhadap layanan yang dipengaruhi secara eksternal melalui komunikasi mulut ke mulut dan secara internal yaitu melalui seseorang kebutuhan pribadi serta kebutuhan di

---

<sup>14</sup> Repository umy, 'BAB II Kualitas ', 1993, 2015, 8–37

<sup>15</sup> A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry, 'A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research', *Journal of Marketing*, 49.4 (1985), 41 <<https://doi.org/10.2307/1251430>>.

<sup>16</sup> Kotler Philip and Kartajaya Hermawan, 'Marketing 4.0.', 2016, p. 338.

masa lalu.<sup>17</sup> Zeithaml menggambarkan bahwa kualitas layanan bukan hanya tentang karakteristik layanan itu sendiri, tetapi juga tentang persepsi dan pengalaman pelanggan selama berinteraksi dengan penyedia layanan. Ini mencakup elemen-elemen seperti personalisasi, kecepatan, keterbukaan, dan kejelasan komunikasi. Dzikra mengatakan bahwa kualitas layanan ini merupakan sistem yang direncanakan yang melibatkan seluruh satuan kerja atau organisasi mulai pimpinan hingga karyawan dimana itu untuk memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>18</sup>

Menurut Nuzulah, terdapat faktor yang mempengaruhi kualitas sebuah layanan adalah *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas baik. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa melainkan dari sudut pandang atau persepsi pelanggan.<sup>19</sup>

## **b. Kualitas Layanan Dalam Islam**

Islam sebagai agama *rahmatan lil 'alamin* telah mengatur segala aspek kehidupan manusia. Kualitas layanan dalam islam merupakan penilaian baik, unggul maupun buruk atas suatu produk atau layanan yang telah diberikan. Islam juga menyerukan bahwa penyedia layanan barang atau jasa harus memberikan kualitas layanan yang baik seperti tertuang dalam Q.S Al-Baqarah (267) yang berbunyi :<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup> Andreas Widyo Kristantyo, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan', *Bulletin of Management and Business*, 2.1 (2021), 1–11 <<https://doi.org/10.31328/bmb.v2i1.133>>.

<sup>18</sup> Laksana, 'Pemasran Adalah Tempat Bertemunya Penjual Dan Pembeli Untuk Melakukan Transaksi Produk Barang Atau Jasa.', *Jurnal Mirai Management*, 8.1 (2019), 206–11.

<sup>19</sup> Syuhada and Nuzulah Ana Fitria, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Keputusan Anggota Menabung Pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur', *Ekonomi Syariah*, 4.2 (2021), 89–104.

<sup>20</sup> M. Adi Trisna Wahyudi and Nadia Armadani, 'Kepuasan Layanan Dalam Perspektif Islam (Studi Empiris Pada Usaha Cuci Mobil Tasmin Mojokerto)', *Journal of Islamic Management*, 3.1 (2023), 89–97 <<https://doi.org/10.15642/jim.v3i1.1181>>.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ  
وَلَسْتُمْ بِأَخْذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَعَلَّمُوا أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَمِيدٌ ﴿٣٧﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”

Ayat diatas menegaskan bahwa untuk tidak memberikan sesuatu yang buruk, melainkan memberikan hal yang baik. Dalam konsep kualitas layanan, sebagai penyedia jasa keuangan harus memberikan pelayanan yang baik kepada setiap nasabah demi mencapai kepuasan dan kenyamanan nasabah. Produk dan layanan yang dimiliki oleh lembaga keuangan hendaknya mampu diterima sebagai produk dan layanan yang memiliki kualitas tinggi. Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga keuangan yang harus menjalankan usahanya dengan prinsip-prinsip syariah dengan berlandaskan Al-Qur’an dan hadis.<sup>21</sup>

### c. Indikator Kualitas Layanan

Berdasarkan hasil riset Parasuraman, Zeithaml, dan Berry terdapat beberapa indikator kualitas pelayanan sebagai berikut :<sup>22</sup>

#### 1. Bukti fisik (*Tangible*)

Bukti fisik pada kualitas pelayanan dapat berupa sarana fisik dalam pekantoran, komputerisasi sebuah administrasi, ruang tunggu, tempat informasi. Contoh kualitas yang baik demi menunjang kantor yakni menyediakan ruang tunggu yang nyaman bagi nasabah dan menyediakan informasi tentang layanan yang ditawarkan kepada nasabah.

#### 2. Keandalan (*Realibility*)

---

<sup>21</sup> Dewi Maharani and Taufiq Hidayat, ‘Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah Dalam Perspektif Al-Qur’an’, *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 4.1 (2020), 50 <<https://doi.org/10.21043/malia.v4i1.8448>>.

<sup>22</sup> Parasuraman, Zeithaml, and Berry.

Keandalan merupakan adanya sebuah kemampuan yang dapat diandalkan untuk menyediakan sebuah pelayanan yang dapat dipercaya. Contohnya seperti menampilkan informasi produk akurat, lengkap dan terpercaya serta menyediakan proses layanan yang mudah dan aman.

3. Kemampuan tanggapan (*Responsiveness*)

Kemampuan tanggapan merupakan kesanggupan yang dapat untuk membantu dan juga menyediakan sebuah pelayanan dengan baik dan tepat dan serta adanya tanggap terhadap keinginan konsumen. Contohnya seperti petugas dengan cepat dan sigap menanggapi keluhan maupun kendala yang dialami oleh nasabah.

4. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan merupakan sesuatu yang ditinggalkan terhadap sebuah kemampuan dan keramahan serta sopan dalam santun pegawai dapat meyakinkan bahwa kepercayaan terhadap konsumen. Contoh memberikan pelayanan kepada nasabah dengan ramah dan sopan.

5. Empati (*Empathy*)

Empati adalah sikap yang tegas akan tetapi sebuah perhatian dari seorang pegawai terhadap konsumen. Contoh Petugas menjelaskan informasi produk dan layanan dengan jelas dan baik.

### **2.1.3 Lingkungan Sosial**

#### **a. Pengertian Lingkungan sosial**

Lingkungan merujuk pada kondisi fisik, kimia, biologi, dan sosial tempat manusia atau makhluk lain hidup. Hal ini mencakup habitat alami, lingkungan binaan manusia, serta kualitas udara dan air di sekitar kita. Sertain mendefinisikan lingkungan sebagai kondisi yang ada dalam dunia dimana itu memengaruhi tingkah laku, pertumbuhan, dan perkembangan. Menurut Walgito, lingkungan ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu lingkungan fisik dan lingkungan sosial. Lingkungan fisik ini berkaitan dengan alam yang meliputi keadaan tanah, musim, dan lain sebagainya. Sedangkan lingkungan sosial ini berkaitan dengan seseorang, disini lingkungan sosial dibedakan lagi menjadi dua yaitu primer dan sekunder. Lingkungan sosial primer ini berhubungan antar anggota satu dengan yang lainnya erat. Sedangkan

lingkungan sosial sekunder ini hubungan satu anggota dengan yang lainnya namun longgar. Jadi lingkungan sosial sekunder tidak memiliki pengaruh sebesar lingkungan sosial primer.<sup>23</sup>

Sosial mengacu pada hubungan antara individu-individu dalam masyarakat, serta interaksi, norma, nilai, dan struktur sosial yang membentuk pola perilaku dan kehidupan bersama. Ini mencakup berbagai aspek kehidupan manusia yang melibatkan interaksi antara individu atau kelompok, seperti budaya, norma sosial, institusi sosial, dan dinamika sosial. Aspek sosial juga mencakup peran sosial yang dimainkan oleh individu serta bagaimana struktur sosial mempengaruhi kehidupan sehari-hari, termasuk dalam hal ekonomi, politik, agama, dan budaya.

Lingkungan sosial merupakan keseluruhan dari sistem tatanan sosial yang berada didekat individu tersebut, mencakup semua orang, kelompok dan lembaga yang secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi perkembangan dan perilaku individu. Peter dan Olson juga mengemukakan bahwa lingkungan sosial sangat berpengaruh pada keputusan pembelian.<sup>24</sup> Sedangkan lingkungan sosial menurut Riza Mega & Rudi Suryo merupakan seseorang yang secara sosial berinteraksi dengan dua orang atau lebih dengan berdiskusi dan saling bertukar informasi. Lingkungan sosial merupakan tempat dimana interaksi manusia dapat berlangsung.<sup>25</sup>

Lingkungan sosial merupakan segala sesuatu yang mengelilingi subjek manusia dan berhubungan dengan aktivitasnya. Istilah "elemen lingkungan" mengacu pada topik yang melibatkan tanah, udara, air, sumber daya alam, flora dan fauna, manusia, dan interaksi antara komponen-komponen ini. Esti Yana berpendapat bahwa lingkungan sosial merupakan wadah pergaulan dari satu individu dengan individu lainnya yang terlibat dalam suatu interaksi.<sup>26</sup> Orang-orang di sekitar konsumen juga merupakan bagian dari lingkungan sosial ini,

---

<sup>23</sup> Widad Zulaifa, 'Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa', *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2019, 2013–15.

<sup>24</sup> J.Paul Peter and Jerry C.Olson, *Consumer Behavior and Marketing*, ed. by Jane Beck, *Media Analytics*, ninth (Paul Ducham, 2023) <<https://doi.org/10.4324/9780429506956-9>>.

<sup>25</sup> Riza Mega Iryani and Rudi Suryo Kristanto, 'Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah, Religiusitas, Lingkungan Sosial, Dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng)', *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10.2 (2022), 191–202 <<https://doi.org/10.35829/magisma.v10i2.228>>.

dan perilaku mereka memengaruhi keputusan mereka untuk membeli barang tersebut. Berdasarkan KBBI lingkungan sosial merupakan kekuatan masyarakat serta berbagai sistem norma di sekitar individu atau kelompok manusia yang memengaruhi tingkah laku mereka dan interaksi antara mereka. Menurut Kotler, lingkungan sosial ini merupakan faktor yang mampu memengaruhi pembelian.

Dari beberapa pengertian diatas maka lingkungan sosial dapat diartikan sebagai wadah berjalannya aktivitas sehari-hari dan tempatnya interaksi individu dengan individu yang lain mulai dari Lingkungan keluarga, teman sebaya, serta lingkungan tempat tinggal yang memungkinkan menjadi salah satu faktor penentu terhadap pembentukan maupun perubahan-perubahan perilaku atau sikap yang terjadi pada setiap individu atau kelompok.

Lingkungan sosial ini terdapat beberapa faktor yang memengaruhi yaitu lingkungan mikro dan lingkungan makro. Lingkungan mikro ini merupakan lingkungan yang paling dekat dengan konsumen. Lingkungan inilah yang memengaruhi sikap dan tingkah laku konsumen. Sedangkan lingkungan makro ini merupakan lingkungan yang berada di luar konsumen dan memiliki jangkauan yang lebih luas seperti perekonomian, sosial budaya, dll. Menurut Sugiyanto, faktor yang memengaruhi lingkungan sosial ini yaitu. Media, teman bergaul, dan kehidupan bermasyarakat.

#### **b. Indikator Lingkungan Sosial**

Peter dan Olson membagi lingkungan sosial yang dapat dijadikan sebagai pengukuran dalam penelitian, yaitu :<sup>27</sup>

##### **a) Keluarga**

Keluarga merupakan lingkungan dimana seorang anak memulai berinteraksi dengan anggota keluarganya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pengembangan kepribadian seorang anak akan sangat dipengaruhi oleh lingkungan keluarganya, yang terdiri dari bagaimana orang tua mereka mendidik mereka dan suasana rumah. Keluarga

---

<sup>27</sup> Peter and C.Olson.

merupakan kelompok primer yang sangat penting untuk mengembangkan nilai, sikap dan pendapat dalam diri individu. Interaksi yang terjadi secara terus menerus dengan frekuensi yang cukup tinggi membuat keluarga tidak hanya mampu mempengaruhi personality dan sudut pandang individu saja, melainkan mampu membentuk dan mempengaruhi nilai keagamaan, pencapaian dan konsumsi individu.

b) Kelompok Acuan

Kelompok acuan merupakan sekumpulan dua atau lebih orang yang kemudian berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan. Kelompok acuan digunakan oleh individu untuk dasar perbandingan atau acuan dalam bentuk respon serta perilaku emosional dan kognitif serta memberikan standar dan nilai yang mempengaruhi perilaku individu. Kelompok acuan berperan sebagai acuan bagi seseorang dalam keputusan pembelian. Kelompok acuan dapat mempengaruhi sikap, pendapat norma dan perilaku. Konsumen akan cenderung lebih mudah dipengaruhi kelompok acuan jika informasi yang konsumen dapat mampu dipercaya dan sesuai dengan masalah yang dihadapi.

c) Budaya / Kultur

Budaya merupakan hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan merupakan suatu hal yang kompleks yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan, dan norma-norma yang berlaku pada masyarakat. Dalam Lingkungan makro makna itu dipengaruhi oleh institusi budaya seperti pemerintah, organisasi keagamaan, pendidikan, dan juga perusahaan semuanya dapat terlibat dalam pembangunan makna budaya. Kebudayaan adalah suatu faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang, terutama dalam perilaku pengambilan keputusan dan perilaku pembelian.

d) Kelas sosial

Pengertian kelas sosial adalah pembagian kelas dalam masyarakat berdasarkan kriteria tertentu, baik menurut agama, pendidikan, status ekonomi, keturunan dan lain-lain. Setiap masyarakat senantiasa mempunyai penghargaan tertentu dalam masyarakat yang bersangkutan dan setiap masyarakat pasti mempunyai atau memiliki sesuatu yang dihargainya. Kelas sosial juga dapat diartikan sebagai pembagian anggota masyarakat kedalam hierarki status kelas yang berbeda, sehingga terdapat anggota yang memiliki status lebih tinggi maupun rendah. Menurut Shiffman dan Kanuk terdapat tiga metode untuk mengukur kelas sosial yakni ukuran subyektif, ukuran reputasi dan ukuran obyektif. Ukuran subyektif bergantung pada persepsi individu terhadap dirinya sendiri. Ukuran reputasi bergantung pada persepsi individu terhadap orang lain serta ukuran obyektif menggunakan ukuran sosial ekonomi khusus.

## 2.1.4 Religiusitas

### a. Pengertian Religiusitas

Religiusitas bermula dari kata religi yang bermakna agama. Secara etimologis agama terdiri dari kata A dan Gama yang diadopsi dari bahasa Sanskerta bermakna berjalan atau berubah. Ada beberapa istilah penyebutan yakni religi, religiusitas dan religius. Religi berasal dari kata religion sebagai bentuk dari kata benda yang berarti agama atau kepercayaan akan adanya sesuatu kekuatan kodrati di atas manusia. Religiusitas berasal dari kata *religiosity* yang berarti pengabdian yang besar pada agama. Religiusitas berasal dari *religious* yang berkenaan dengan religi atau sifat religi yang melekat pada diri seseorang.<sup>28</sup>

Religiusitas merujuk pada tingkat keterlibatan seseorang dalam praktek keagamaan atau spiritualitas. Secara lebih spesifik, ini mencakup kepatuhan, keyakinan, dan praktik yang berkaitan dengan sistem kepercayaan atau agama tertentu. Dalam konteks akademik, penting untuk menghindari plagiat dengan

---

<sup>28</sup> Ajat Sudrajat and dkk, *Dinul Islam Pendidikan Agama Islam Di Perguruan Tinggi Umum, Dinul Islam*, 2016 <unypress.yogyakarta@gmail.com>.

menyediakan definisi atau penjelasan dengan kata-kata Anda sendiri dan memberikan referensi yang sesuai jika menggunakan sumber tertentu. Jadi, religiusitas dapat dijelaskan sebagai intensitas dan kedalaman keterlibatan seseorang dalam aspek spiritual atau agama hidup mereka.

Pengertian keberagamaan atau *religiousity* yang dikemukakan oleh Glock dan Stark religiusitas merupakan sebuah kepercayaan tentang sebuah ajaran agama tertentu yang akan memiliki dampak ajaran agama bagi kehidupan sehari-hari dan kehidupan bermasyarakat.<sup>29</sup> Disisi lain, religiusitas menurut Farid dan Aviyah dalam Yulia putri adalah internalisasi nilai-nilai agama yang ada dalam diri seseorang, internalisasi di sini berkaitan dengan kepercayaan terhadap ajaran-ajaran agama baik di dalam hati maupun dalam ucapan, kepercayaan ini kemudian diaktualisasikan dalam perbuatan dan tingkah laku sehari-hari.<sup>30</sup>

Jalaludin rahmat mengartikan religiusitas sebagai keberagamaan yaitu suatu keadaan yang ada di dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya pada agama.<sup>31</sup> Sedangkan Zakiah Daradjat mengartikan religiusitas sebagai suatu sistem yang kompleks dari kepercayaan keyakinan dan sikap sikap dan upacara yang menghubungkan individu dari satu keberadaan atau ke[asa sesuatu yang bersifat keagamaan.<sup>32</sup> Menurut Max Weber seorang sosiolog Prancis menekankan bahwa religiusitas ini mencakup aspek sosial dan kolektif dalam masyarakat.

Pengertian religiusitas dapat disimpulkan bahwa religiusitas adalah sistem keyakinan atau aturan-aturan yang harus dilaksanakan, yang berhubungan dengan pendekatan diri dengan yang sakral untuk menumbuhkan pemahaman tentang hubungan dan tanggung jawab seseorang terhadap sekelompok orang dan tuhan, maka terlihatlah sejauh mana seseorang

---

<sup>29</sup> Charles Y. Glock and others, 'Religion and Society in Tension', *Journal for the Scientific Study of Religion*, 1966, 461 <<https://doi.org/10.2307/1384173>>.

<sup>30</sup> Yulia Putri and others, 'Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 16.1 (2019), 77–88 <<https://doi.org/10.29313/performa.v16i1.4532>>.

<sup>31</sup> Norfa Maliarosa Hasibuan, 'Peran Religiusitas Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Muslim Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Majelis Ta'lim Masjid Nur Sa'id Villa Citra Bandar Lampung)', 2012, 19–76.

<sup>32</sup> Zakiah Daradjat, *Ilmu Jiwa Agama* (Jakarta: Bulan Bintang, 2007).

berkomitmen pada agamanya kemudian diaktualisasikan dalam perbuatan dan tingkah laku sehari-hari.

## **b. Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas**

Religiusitas dapat diklasifikasikan berdasarkan beberapa faktor yang mempengaruhinya. Berikut adalah klasifikasi faktor-faktor religiusitas.<sup>33</sup>

### 1. Faktor Individu

Faktor individu ini merupakan keyakinan dan pengalaman pribadi serta kepribadian.

### 2. Faktor Sosial

Dalam faktor ini meliputi pendidikan agama serta pendidikan keluarga.

### 3. Faktor Budaya dan Kontekstual

Dalam faktor ini meliputi norma dan nilai sosial dan tradisi keagamaan.

### 4. Faktor Pengalaman Hidup

Faktor pengalaman hidup ini meliputi krisis dan tantangan serta pengalaman spiritual.

### 5. Faktor Institusional

Faktor institusional ini terdiri dari partisipasi dalam komunitas keagamaan serta peran pemimpin agama.

## **c. Indikator Religiusitas**

Glock dan Stark mengemukakan terdapat lima dimensi keberagamaan yang dapat digunakan sebagai pengukuran religiusitas yakni sebagai berikut :<sup>34</sup>

### 1. Dimensi keyakinan (*The ideological dimension, religious belief*)

Dimensi keyakinan berkaitan dengan tingkatan keyakinan individu terhadap kebenaran ajaran agamanya, khususnya terhadap ajaran fundamental atau bersifat dogmatis. Contohnya seperti percaya kepada tuhan, malaikat surga dan neraka. Bagi pemeluk agama penting baginya

---

<sup>33</sup> Hasibuan.

<sup>34</sup> Glock and others.

untuk mematuhi larangan dan perintah agama yang dianutnya. Dimensi keyakinan dalam agama islam seperti membaca syahadat.

2. Dimensi peribadatan atau praktik agama (*The ritualistic dimension, religious practice*)

Dimensi peribadatan atau praktik ini merupakan tingkatan seseorang dalam melaksanakan kewajiban ritual agamanya. Dimensi ini mencakup pemujaan, kultur dan segala hal yang menunjukkan komitmen seseorang dalam agamanya. Dimensi peribadatan atau praktik dalam islam seperti shalat dan puasa.

3. Dimensi pengalaman (*The experiential dimension, religious feeling*)

Dimensi pengalaman merupakan tingkatan seseorang dalam merasakan perasaan-perasaan dan pengalaman-pengalaman religius yang dialami. Contohnya ialah perasaan dekat dengan Allah dan perasaan takut kepada Allah.

4. Dimensi penghayatan (*Consequential dimension, religious effect*)

Dimensi ini mengukur tingkatan perilaku seseorang yang dimotivasi oleh ajaran agamanya. Dimensi ini seperti dalam ucapan, sikap, perilaku dan perbuatan sehari-hari yang sesuai dengan ajaran agamanya. Contohnya seperti sikap dermawan, suka menolong dan lain sebagainya.

5. Dimensi pengetahuan agama (*The intellectual dimension, religious knowledge*)

Dimensi pengetahuan merupakan tingkatan ilmu seseorang tentang ajaran-ajaran yang ada dalam agamanya. Dimensi ini berhubungan dengan kegiatan individu untuk mempelajari ajaran-ajaran agamanya. Pengetahuan tentang agama dapat diperoleh dari pendidikan formal dan non formal.

#### **d. Religiusitas Dalam Ekonomi Islam**

Religiusitas dalam ekonomi Islam mencerminkan upaya untuk mengintegrasikan nilai-nilai spiritual dan moral Islam dalam praktik ekonomi sehari-hari, dengan tujuan untuk menciptakan sebuah sistem ekonomi yang adil, berkelanjutan, dan bermanfaat bagi masyarakat secara keseluruhan.

Religiusitas dalam perspektif islam tertuang dalam QS Al-Baqarah (208) :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَافَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿٢٠٨﴾

Artinya :”Wahai orang-orang yang beriman, masuklah ke dalam Islam (kedamaian) secara menyeluruh dan janganlah ikuti langkah-langkah setan! Sesungguhnya ia musuh yang nyata bagimu.”

Dalam transaksi ekonomi Allah SWT melarang adanya unsur riba karena tidak sesuai dengan syariat islam. Riba merupakan pengambilan tambahan dalam suatu akad transaksi yang pengambilannya tanpa diketahui imbalan tertentu.<sup>35</sup> Hal tersebut tertuang dalam firman Allah SWT QS.Ali Imran ayat 130 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٣٠﴾

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

Secara komprehensif, religiusitas dalam perspektif islam ini terdiri dari tiga dimensi dasar yaitu Islam, Iman, dan Ihsan.<sup>36</sup> Islam ini meliputi segala tingkah laku seorang muslim baik dalam bentuk akhlak islam tanpa akidah islam. Iman adalah keyakinan atau kepercayaan yang mendalam terhadap hal-hal yang tidak terlihat atau tidak dapat dibuktikan secara fisik. Dalam konteks agama, iman sering kali merujuk pada keyakinan yang kuat terhadap keberadaan Tuhan atau entitas spiritual, serta pada ajaran-ajaran atau nilai-nilai yang dipegang teguh oleh suatu kepercayaan atau agama tertentu. Ihsan adalah konsep dalam Islam yang menggambarkan tingkat kesempurnaan atau kebaikan dalam beribadah kepada Allah SWT. Ihsan mengacu pada tingkat spiritualitas yang tinggi di mana seseorang melaksanakan ibadah dengan penuh kesadaran akan kehadiran Allah, dengan penuh keikhlasan, dan dengan kualitas terbaik yang dimiliki.

## 2.1.5 Keputusan Pembelian

### a. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian berdasarkan *Theory of Planned Behaviour* yang dikemukakan oleh Ajzen menjelaskan bahwa keputusan pembelian terhadap suatu produk dipengaruhi oleh niat pembelian. Niat pembelian dapat terbentuk

---

<sup>35</sup> Arief Rahman Chakim, ‘Pengaruh Religiusitas, Produk, Layanan Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Bank Syariah’, 8.5.2017, 2022.

<sup>36</sup> Moh. Tantowi and others, ‘Membumikan Ajaran Islam Safrilsyah’, 2020, p. 123.

dikarenakan tiga faktor yakni sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku.<sup>37</sup> Menurut Kotler dan Keller keputusan pembelian merupakan proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen atas berbagai pilihan yang tersedia. Keputusan untuk menggunakan, membeli atau memilih produk dilakukan individu, kelompok maupun organisasi jika barang, jasa, ide maupun pengalaman tersebut mampu memberikan kepuasan akan kebutuhan atau keinginan mereka.<sup>38</sup>

Menurut Harbani Pasolog dalam buku teori pengambilan keputusan mengemukakan bahwa pengambilan keputusan merupakan suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif secara sistematis untuk ditindak lanjuti atau untuk digunakan sebagai suatu cara pemecahan masalah. Pengambilan keputusan memilih berbagai alternatif yang paling menguntungkan berbagai pihak yang berkepentingan.<sup>39</sup> Sedangkan Keputusan pembelian menurut Deddy Ansari merupakan suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.<sup>40</sup> Dalam pendapat lain menurut Assauri Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.

Berdasarkan beberapa pendapat maka keputusan pembelian dapat diartikan sebagai niat pembelian pada individu atas berbagai alternatif pilihan yang tersedia kemudian akan dianalisis untuk memutuskan pilihan yang sesuai kebutuhan individu. Faktor yang dapat mempengaruhi niat individu dalam memutuskan pembelian bisa berasal dari individu itu sendiri maupun perbedaan persepsi oranglain terhadap suatu produk.

---

<sup>37</sup> Rofikah Fitriana and Suprehatin Suprehatin, 'Aplikasi Theory of Planned Behavior Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Cair Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Indonesia Dan Malaysia', *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 6.2 (2018), 149 <<https://doi.org/10.29244/jai.2018.6.2.149-168>>.

<sup>38</sup> K. L. Kotler, P., & Keller, 'Marketing Management (15th Edition)', *Pearson Education*, 2018.

<sup>39</sup> Dr. Harbani Pasolong, *Teori Pengambilan Keputusan*, Penerbit Alfabeta, Bandung (X, 2023 <<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>>.

<sup>40</sup> Desy Ansari Harahap, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan', *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7.3 (2015), 227–40.

## b. Keputusan Pembelian Dalam Islam

Manusia diberikan keleluasaan oleh Allah SWT dalam pengambilan keputusan yang telah diaturnya dalam Al-Quran. Berdasarkan apa yang telah ia putuskan untuk dipilih, manusia akan dimintai pertanggungjawaban nantinya.<sup>41</sup> Seperti firman Allah dalam Q.S Al-Muddasir ayat 38 :

كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِيْنَةٌ ۗ

Artinya : “ *Setiap orang bertanggung jawab atas apa yang telah ia lakukan.*”

Perilaku konsumen dalam islam tidak semata-mata hanya untuk mencapai kepuasan, tetapi harus memperhatikan ketentuan-ketentuan, salah satunya yakni kehalalan produk. Islam melarang manusia melakukan perniagaan jika tidak sesuai dengan perintah Allah dan melarang umatnya memperoleh kekayaan dari hasil yang buruk seperti hasil riba, mencuri, judi, menipu dan sebagainya

## c. Faktor – Faktor Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian yang telah dilakukan konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor penting. Faktor – faktor keputusan pembelian digunakan pemasar untuk menganalisa strategi pemasaran yang tepat agar dapat mempengaruhi konsumen. Kotler mengemukakan faktor – faktor yang dapat mempengaruhi pembelian konsumen adalah sebagai berikut :<sup>42</sup>

### a. Faktor Budaya

Faktor budaya memiliki pengaruh yang sangat luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen, mencakup budaya, sub budaya dan kelas sosial konsumen. Budaya adalah suatu nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan tingkah laku dari keluarga dan institusi lainnya. Setiap perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai system nilai dan norma budaya yang berlaku pada suatu daerah tertentu, untuk itu perusahaan harus tahu produknya itu dipasarkan pada suatu daerah yang berkebudayaan seperti apa dan bagaimana.

### b. Faktor Sosial

---

<sup>41</sup> Chakim.

<sup>42</sup> Kotler, P., & Keller.

Selain faktor-faktor budaya, perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga serta peran dan status sosial konsumen. Kelompok acuan adalah kelompok-kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau tingkah laku seseorang. Seperti teman, saudara, tetangga dan rekan kerja. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga sangat mempengaruhi perilaku pembelian.

c. Faktor Psikologis

Faktor psikologis yang mempengaruhi pilihan pembelian terdiri dari empat faktor, yaitu motivasi, persepsi, keyakinan, pengetahuan dan sikap. Motivasi adalah kebutuhan yang cukup mendorong seseorang untuk bertindak dengan memuaskan kebutuhan tersebut ketegangan akan berkurang, sedangkan persepsi adalah proses yang digunakan seseorang dalam memilih, mengatur dan menginterpretasikan masukan informasi untuk menciptakan gambaran yang berarti.

d. Faktor Pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu usia pembeli dan tahap siklus hidup pembeli, pekerjaan, kondisi ekonomi. Gaya hidup, serta kepribadian dan kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

**e. Indikator Keputusan Pembelian**

Adapun tahapan dalam keputusan pembelian yang dapat dijadikan sebagai pengukuran penelitian adalah sebagai berikut : <sup>43</sup>

a. Pengenalan masalah (*problem recognition*)

Proses pembelian diawali dengan adanya masalah atau kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Konsumen akan mencari tahu informasi terhadap produk/jasa yang akan dibelinya. Kemudian konsumen akan mempersepsikan perbedaan antara masing-masing dari berbagai pilihan produk yang sama. Penyedia produk akan menganalisis tentang masalah apa yang terjadi kepada konsumen sehingga menyebabkan pembelian produk.

---

<sup>43</sup> Kotler, P., & Keller.

b. Pencarian informasi (*information search*)

Setelah konsumen merasakan adanya kebutuhan suatu produk atau jasa, selanjutnya konsumen mencari informasi baik yang disimpan dalam ingatan (internal) maupun informasi yang didapat dari lingkungan (eksternal). Bagi seseorang yang pasif hanya akan mendapatkan informasi dari iklan, koran maupun majalah yang memiliki tujuan ganmabarn produk. Bagi pencari informasi aktif, akan cenderung membandingkan antara satu produk dengan produk lain baik dari segi kualitas maupun harga. Konsumen akan aktif mencari informasi dari lingkungan, jika tidak merasa puas terhadap pencarian internal (yang dilakukan dirinya sendiri). Sumber-sumber informasi eksternal konsumen dapat bersumber dari :

1. Sumber pribadi : opini, sikap teman, keluarga, tetangga dan kenalan.
2. Sumber pemasaran/komersial : iklan, tenaga penjual, kemasan, dan pemajangan
3. Sumber umum/bebas : media massa dan organisasi konsumen
4. Sumber pengalaman : penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk

c. Evaluasi alternatif (*validation of alternativ*)

Setelah informasi di peroleh, konsumen mengevaluasi berbagai alternatif pilihan dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Untuk menilai alternatif pilihan konsumen terdapat 5 (lima) konsep dasar yang dapat digunakan, yaitu :

1. Sifat-sifat produk, apa yang menjadi ciri-ciri khusus dan perhatian konsumen terhadap produk atau jasa tersebut.
2. Pemasar hendaknya lebih memperhatikan pentingnya ciri-ciri produk dari pada penonjolan ciri-ciri produk.
3. Kepercayaan konsumen terhadap ciri merek yang menonjol.
4. Fungsi kemanfaatan, yaitu bagaimana konsumen mengharapkan kepuasan yang diperoleh dengan tingkat alternatif yang berbeda-beda setiap hari.
5. Bagaimana prosedur penilaian yang dilakukan konsumen dari sekian

banyak ciri-ciri barang.

d. Keputusan pembelian (*Purchase Decision*)

Keputusan pembelian merupakan keyakinan konsumen dalam pengambilan keputusan terhadap merek, apakah jadi membeli atau tidak. Konsumen akan memutuskan pembelian setelah melewati beberapa tahapan-tahapan sebelumnya. Apabila konsumen puas terhadap pembelian yang telah dilakukan, maka akan memungkinkan terjadi pembelian-pembelian selanjutnya.

e. Perilaku setelah pembelian (*Post Purchase Behaviour*)

Perilaku setelah pembelian merupakan adanya persepsi positif dari konsumen setelah menggunakan produk dengan merek yang dibeli. Setelah memutuskan pembelian, konsumen akan merasakan tingkatan kepuasan atau tidak puas. Ketidakpuasan akan terjadi jika konsumen mengalami ketidakcocokan dengan fasilitas dari produk yang telah mereka beli. Pada perilaku ini akan berdampak pada pembelian ulang produk maupun opini yang dapat mempengaruhi pihak lain.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini akan peneliti jadikan sebagai acuan untuk mendukung permasalahan yang diangkat pada penelitian ini.

Adapun penelitian – penelitian terdahulu adalah sebagai berikut :

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Umarul Faruq & Nurul Jennah (2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung pada Produk	X1 : Kualitas Pelayanan X2 : Kualitas Produk Y : Keputusan Menabung	1. Kualitas pelayanan baik secara parsial maupun simultan, memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap

		Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong		<p>keputusan menabung pada Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong.</p> <p>2. Kualitas produk baik secara parsial maupun simultan, memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan menabung pada Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong.</p>
2.	Syuhada' & Lailah Rohmatin (2023)	Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Anggota Di KSPPS BMT	<p>X1 : Brand Image</p> <p>X2 : Kualitas Pelayanan</p> <p>X3 : Kepercayaan</p> <p>Y : Loyalitas</p>	<p>1. Variabel Brand Image tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas anggota KSPPS BMT Mandiri Artha Sejahtera</p>

		Mandiri Artha Sejahtera		<p>KC Kapas.</p> <p>2. Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas anggota KSPPS BMT Mandiri Artha Sejahtera KC Kapas.</p> <p>3. Variabel Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas anggota KSPPS BMT Mandiri Artha Sejahtera.</p> <p>4. Variabel Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas anggota KSPPS</p>
--	--	----------------------------	--	--

				BMT Mandiri Artha Sejahtera.
3.	Arief Firidy Firmansyah (2019)	Pengaruh Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah	X1 : Pengetahuan X2 : Kualitas pelayanan Y : Keputusan menjadi nasabah	1. Pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BNI Syariah KC Surabaya.  2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BNI Syariah KC Surabaya.
4.	Melita Puji Pramudani (2021).	Pengaruh Kualitas Produk, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Mahasiswa Menabung Di Bank Syariah	X1 : Kualitas produk X2 : Religiusitas X3 : Kualitas pelayanan X4 : Promosi Y : Keputusan menabung	1. Kualitas produk dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa menabung di bank syariah,  2. Religiusitas dan

				<p>kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa menabung di bank syariah.</p>
5.	<p>Syuhada' &amp; Nuzulah Ana Fitri (2021).</p>	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Keputusan Anggota Menabung pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur (Studi Kasus pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur Cabang Pasar Sidoharjo Lamongan)</p> <p>Syuhada' Nuzulah Ana Fitri</p>	<p>X1 : Kualitas pelayanan</p> <p>X2 : Produk</p> <p>Y : Keputusan Menabung</p>	<p>1. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan anggota menabung pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur cabang Pasar Sidoharjo Lamongan.</p> <p>2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap anggota menabung pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur cabang</p>

				Pasar Sidoharjo Lamongan.
6.	Dicke Ratna Puspitasari, Afifudin, Siti Aminah Anwar (2022)	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Angkatan 2018)	X1: Literasi Keuangan X2: Lingkungan Sosial Y:Keputusan	1. Literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah 2. Lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah
7.	Dwi Ulfa Yunita Kesuma (2022)	Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan	X1: Pengetahuan X2 : Promosi X3 : Lokasi X4 : Lingkungan sosial	1. Variabel Pengetahuan (X1), berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan maka variabel ini secara parsial

		Masyarakat Sabang Menjadi Nasabah Bank Aceh Syariah	Y : Keputusan masyarakat Sabang	<p>tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat Sabang.</p> <p>2. Variabel Promosi (X2), berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan maka variabel ini secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat Sabang.</p> <p>3. Variabel Lokasi (X3), berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan maka variabel ini secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat Sabang.</p>
--	--	---	---------------------------------	--

				<p>4. Variabel Lingkungan Sosial (X4), berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan maka variabel ini secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat Sabang.</p>
8.	Luluk Kafita (2023)	<p>Pengaruh Motivasi, Lingkungan Sosial Dan Religiusitas Nasabah Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Di Bank</p>	<p>X1 : Motivasi X2 : Lingkungan sosial X3 : Religiusitas Y : Keputusan menabung Z : Sikap</p>	<p>1. Variabel Motivasi (X1) memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap Keputusan menabung (Y) nasabah di bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Temanggung. 2. Variabel Lingkungan</p>

		<p>Syariah Indonesia Cabang Temanggung)</p>		<p>Sosial (X2) memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan menabung (Y) nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Temanggung.</p> <p>3. Variabel Religiusitas (X3) memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan menabung (Y) nasabah di bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Temanggung.</p> <p>4. Variabel Sikap (Z) memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap</p>
--	--	---	--	---

				keputusan menabung (Y) nasabah di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Temanggung
9.	Medianto Thamrin Yudi, Wahyudin Suwandi (2020)	Pengaruh Perbedaan Individu, Lingkungan Sosial Budaya Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Survei Kepada Pengusaha Yang Menjadi Nasabah Taplus Di Bank BNI Kantor Cabang Sumedang)	X1 : Perbedaan individu X2 : Lingkungan sosial X3 : Bauran pemasaran Y : Keputusan nasabah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variabel perbedaan individu berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menjadi nasabah</li> <li>2. Variabel lingkungan sosial budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menjadi nasabah</li> <li>3. Variabel bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menjadi nasabah</li> </ol>

10.	Siti Raihana, Riza Aulia Azhary (2019)	Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya)	X1: Pengetahuan X2: Religiusitas X3: Lokasi X4: Lingkungan sosial Y: Minat menabung	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat</li> <li>2. Religiusitas dan lokasi berpengaruh positif</li> <li>3. Lingkungan sosial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat masyarakat kecamatan Seunagan menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram.</li> </ol>
11.	Hayatul Maemunah, Mohammad Nufaiz Mauludin (2021).	Analisis Pengaruh Religiusitas Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa	X1: Religiusitas X2: Kepercayaan Y: Pengambilan keputusan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Religiusitas (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan (Y) nasabah dalam memilih jasa</li> </ol>

		Keuangan Syariah (Studi Kasus pada BMT Beringharjo Cabang Ponorogo)		<p>keuangan syariah BMT Beringharjo cabang Ponorogo, dengan kata lain H0 ditolak dan Ha diterima.</p> <p>2. Kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan (Y) nasabah dalam memilih jasa keuangan syariah di BMT Beringharjo cabang Ponorogo, dengan kata lain H0 ditolak dan Ha diterima.</p>
12.	Annisa, Yoestini (2023)	Analisis Pengaruh Kualitas	X1: Religiusitas	Variabel religiusitas, kesadaran merek, dan kualitas layanan

		Layanan, Kesadaran Merek, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia di Kota Semarang)	X2: Kesadaran merk X3: Kualitas layanan Y: Keputusan penggunaan	berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
13.	Muhammad Ikbal Falevy, Suryani, Prima Dwi Priyatno (2022).	Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Persepsi Mahasiswa Jabodetabek Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan Perbankan Syariah	X1: Literasi keuangan syariah X2: Religiusitas X3: Persepsi Y: Keputusan Menggunakan Layanan Perbankan Syariah	1. Literasi keuangan syariah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan perbankan syariah. 2. Religiusitas memiliki pengaruh yang positif dan

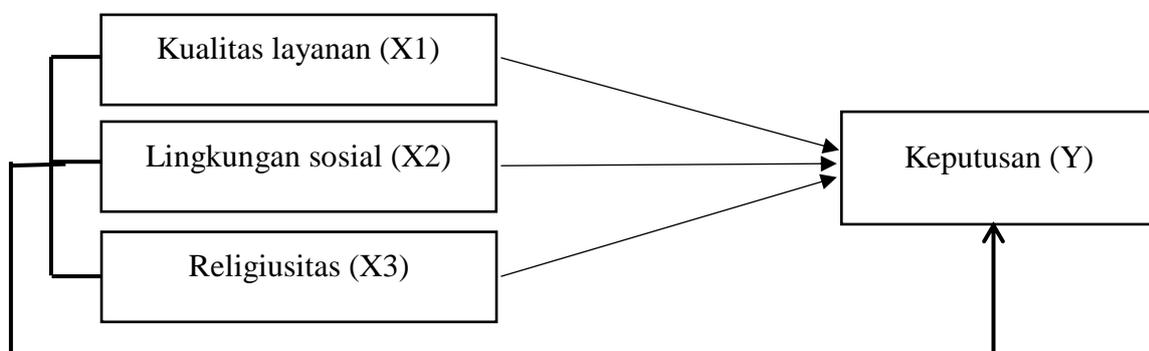
				<p>signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan perbankan syariah.</p> <p>3. Persepsi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan perbankan syariah,</p>
14.	Muhammad Zuhirsyan, Nurlinda Nurlinda (2021).	Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah	<p>X1: Religiusitas</p> <p>X2: Persepsi</p> <p>X3: Motivasi</p> <p>Y: Keputusan memilih perbankan syariah</p>	<p>1. Secara parsial, religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih perbankan syariah.</p> <p>2. Secara parsial, persepsi nasabah juga tidak berpengaruh</p>

				<p>terhadap keputusan memilih perbankan syariah.</p> <p>3. Secara parsial, motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan memilih perbankan syariah.</p>
15.	Arief Rahman Chakim (2022).	Pengaruh Religiusitas, Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kabupaten Blora)	<p>X1 : Religiusitas</p> <p>X2 : Produk</p> <p>X3: Pelayanan</p> <p>Y : Keputusan menggunakan Bank Syariah</p>	<p>1. Religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan masyarakat Kabupaten Blora sebagai nasabah bank syariah.</p> <p>2. Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat keputusan penggunaan masyarakat</p>

				<p>Kabupaten Blora sebagai nasabah bank syariah.</p> <p>3. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z menjadi nasabah bank syariah.</p>
--	--	--	--	---

### 2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir memiliki tujuan untuk mengetahui dan membantu dalam menganalisis pengaruh Kualitas layanan, lingkungan sosial dan religiusitas terhadap pengambilan keputusan memilih jasa keuangan syariah ; Kualitas layanan, lingkungan sosial dan religiusitas disebut sebagai variabel independent atau variabel bebas. Keputusan memilih jasa keuangan syariah sebagai variabel dependent atau variabel terikat. Berikut adalah kerangka konseptual dari penelitian yang akan dilakukan yaitu :



### 2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara atau penarikan kesimpulan secara rasional dalam sebuah kerangka berfikir yang memiliki keselarasan dengan pengetahuan ilmiah

sebelumnya. Penarikan kesimpulan tidak dilakukan secara sembarangan melainkan harus memiliki syarat kriteria kebenaran koherensi sebagai tolak ukur kesahihan cara berfikir rasional.<sup>44</sup> Dengan merujuk pada rumusan masalah, tinjauan teoritis dan referensi penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **2.4.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah**

Kualitas layanan berkaitan dengan upaya yang akan dilakukan oleh pihak penyedia jasa keuangan terhadap pemenuhan kebutuhan nasabah dan kesesuaian penyampaian produk supaya diterima sesuai harapan. Jika kualitas layanan yang didapatkan oleh nasabah sesuai dengan yang diharapkan, maka tandanya kualitas layanan dapat dikatakan baik. Namun, jika kualitas layanan yang didapatkan nasabah tidak sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas layanan dapat dikatakan buruk.<sup>45</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Arief Firidy Firmansyah (2019) menyatakan bahwa agar dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah maka kualitas layanan juga harus turut berperan aktif pada bank tersebut. Semakin banyak pengetahuan masyarakat tentang bank syariah dan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka dapat menjadi peluang tinggi bagi masyarakat untuk menggunakan bank syariah.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Umarul Faruq dan Nurul Jennah (2023) kualitas layanan memiliki pengaruh positif bagi keputusan menggunakan lembaga keuangan syariah. Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas layanan dapat dikatakan sebagai penentu keputusan nasabah agar mau menggunakan jasa lembaga tersebut. Sebagai upaya mempertahankan keunggulan kompetitif, lembaga keuangan syariah harus senantiasa meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah. Dengan meningkatkan kualitas layanan akan memberikan berbagai dampak yang baik bagi kelangsungan lembaga supaya mampu bersaing dengan lembaga lainnya. Maka hipotesis pada penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut.

**H<sub>1</sub> = Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah**

---

<sup>44</sup> Syahrudin and Salim, 'Metodologi Penelitian Kuantitatif', 2012, p. Bandung : Cipustaka Media.

<sup>45</sup> Syuhada and Fitria.

#### **2.4.2 Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah**

Lingkungan sosial dapat diartikan sebagai wadah berjalannya aktivitas sehari-hari dan tempatnya interaksi individu dengan individu yang lain mulai dari lingkungan keluarga, teman sebaya, serta lingkungan tempat tinggal yang memungkinkan menjadi salah satu faktor penentu terhadap pembentukan maupun perubahan-perubahan perilaku atau sikap yang terjadi. Setiap individu memiliki perbedaan baik dari segi sudut pandang maupun lainnya. Individu satu dengan lainnya dapat terkoneksi melalui hidup bermasyarakat, berkelompok maupun dalam organisasi sehingga mampu mempengaruhi secara langsung perubahan keputusan individu.<sup>46</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Medianto Thamrin, Yudi Wahyudin dan Suwandi (2022) dengan judul “Pengaruh Perbedaan Individu Lingkungan Sosial Budaya dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Survei Kepada Pengusaha Yang Menjadi Taplus Di Bank BNI Kantor Cabang Sumedang)” yang menyatakan bahwa lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Maka hipotesis pada penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut.

**H<sub>2</sub> =Lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih jasa lembaga keuangan syariah**

#### **2.4.3 Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah**

Religiusitas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan pembelian. Sebagai insan yang beragama tentunya dalam melakukan suatu tindakan akan lebih berhati-hati sesuai dengan yang telah diajarkan oleh agamanya, seperti halnya dalam memutuskan untuk membeli barang ataupun jasa untuk digunakan.<sup>47</sup>

---

<sup>46</sup> Medianto Thamrin and Yudi Wahyudin Suwandi, ‘Pengaruh Perbedaan Individu, Lingkungan Sosial Budaya Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah’, *Journal of Banking and Management*, 5.2 (2022), 29–45.

<sup>47</sup> Yoestini Annisa, ‘Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kesadaran Merek, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Di Kota Semarang)’, *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 24.01 (2023), 9.

Penelitian yang dilakukan oleh Hayatul Maemunah dan Mohammad Nufaiz Mauludin (2021) menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa keuangan syariah. Sejalan dengan penelitian tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ikbal Falevy,dkk (2022) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas yang dimiliki oleh seseorang maka dapat memberikan pengaruh yang besar untuk keputusan dalam menggunakan layanan keuangan. Religiusitas dapat menjadi salah satu faktor bagi seseorang untuk menaruh kepercayaan tinggi kepada penyedia jasa keuangan syariah. Maka hipotesis pada penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut.

**H<sub>3</sub> = Religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih jasa lembaga keuangan syariah**

#### **2.4.4 Pengaruh Kualitas Layanan, Lingkungan Sosial Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Arief Firidy Firmansyah (2019), Umarul Faruq dan Nurul Jennah (2023), Medianto Thamrin, Yudi Wahyudin dan Suwandi (2022), Hayatul Maemunah dan Mohammad Nufaiz Mauludin (2021) dan Muhammad Ikbal Falevy,dkk (2022) menyatakan bahwa variabel kualitas layanan, lingkungan sosial dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah. Maka hipotesis pada penelitian ini dapat dinyatakan sebagai berikut.

**H<sub>4</sub> = Kualitas layanan,lingkungan sosial dan Religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah memilih jasa lembaga keuangan syariah**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sumber Data**

##### **3.1.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>48</sup> Penelitian akan dilakukan dengan cara penulis membagikan kuisioner yang akan diberikan kepada nasabah pada KSPPS BMT NU Sejahtera Pegandon melalui google formulir sehingga dapat diakses dengan mudah.

##### **3.1.2 Sumber Data Penelitian**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti secara langsung dari sumber data yang diteliti. Data primer diperoleh dengan cara membagikan kuisioner kepada anggota agar dapat mengetahui tanggapan responden yang berhubungan dengan kualitas layanan, lingkungan sosial dan religiusitas terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah (KSPPS BMT NU Sejahtera Pegandon).

Data sekunder merupakan data yang didapatkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada.<sup>49</sup> Data sekunder dapat didapatkan dari berbagai sumber seperti buku, laporan, jurnal, skripsi dan lain-lain.

---

<sup>48</sup> Bambang Perastyo dan Lina miftahul Jannah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, PT Rajagrafindo Persada*, 2016, III.

<sup>49</sup> Ani Yoraeni, 'Modul Metode Penelitian', *Metode Penelitian*, 5.July (2019), 58.

## 3.2 Populasi dan Sampel

### 3.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini merupakan nasabah KSPPS BMT NU Sejahtera KC Kendal. Populasi dalam penelitian ini yakni nasabah KSPPS BMT NU Sejahtera KC Kendal dengan jumlah sebanyak 1071 nasabah

### 3.2.2 Sampel

Sampel merupakan sebagian dari total jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi dengan bahasa lain, sampel merupakan bagian kecil dari anggota populasi yang diambil dengan suatu ketentuan tertentu.<sup>50</sup> Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus slovin yang digunakan untuk menentukan ukuran minimal sampel pada penelitian.

Adapun rumus slovin yang digunakan sebagai berikut :

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

Keterangan :

n : ukuran sampel

N : jumlah total populasi

e : batas kesalahan (10% → 0,1)

Hasil perhitungan sampel penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

$$n = \frac{1.071}{1+1.071 \times (10\%)^2}$$

$$n = \frac{1.071}{1+1.071 \times (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.071}{1+1.071 \times 0,01}$$

$$n = \frac{1.071}{11,71}$$

$$n = 91,4 \rightarrow \text{dibulatkan menjadi } 95$$

---

<sup>50</sup> M.Sidik Priadana and Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, ed. by Della, 1st edn (Tangerang: Desember,2021, 2021).

Berdasarkan perolehan perhitungan diatas, populasi menurut data yang diperoleh dari KSPPS BMT NU Sejahtera Pegandon berjumlah 1.071 anggota sehingga jumlah sampel yang ditetapkan yakni 95 responden.

### **3.3 Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yakni merujuk pada metode kuesioner. Metode kuesioner merupakan suatu alat yang digunakan untuk memperoleh data yang relevan dengan validitas dan reliabilitas tinggi, metode ini berupa susunan rangkaian pertanyaan yang harus dijawab yang berhubungan dengan topik penelitian tertentu sesuai dengan keilmuan peneliti pada sekelompok orang atau individu atau responden.<sup>51</sup> Pada penelitian ini penelitian ini kuesioner bersifat tertutup karena terdiri dari pertanyaan yang telah ditentukan peneliti, kemudian responden memilih salah satu jawaban dari alternatif jawaban yang telah ditentukan peneliti. Kuesioner ini disebar melalui grup whatsapp barcode yang terhubung dengan kuesioner sehingga memudahkan responden untuk mengakses kuesioner.

#### **3.3.1 Variabel Penelitian**

Variabel merupakan salah satu alat penelitian yang menjadi segala sesuatu objek pada pengamatan penilaian. Variabel juga dikatakan sebagai sesuatu yang beragam dan memiliki berbagai variasi nilai.<sup>52</sup> Variabel berdasarkan fungsinya dibagi menjadi dua yaitu :

##### **1. Variabel independent**

Variabel independent atau bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat).<sup>53</sup>

Variabel independent (X) pada penelitian ini terdiri dari :

X1 : Kualitas layanan

X2 : Lingkungan social

X3 : Religiusitas

---

<sup>51</sup> Jannah, III.

<sup>52</sup> Syahrums and Salim.

<sup>53</sup> Yoraeni.

## 2. Variabel dependent

Variabel dependent merupakan variabel yang nilainya dipengaruhi atau tergantung pada nilai variabel independent (variabel bebas).<sup>54</sup>

Variabel dependent (Y) pada penelitian ini yaitu :

Y : Keputusan Menggunakan Jasa Keuangan Syariah

### 3.3.2 Definisi Operasional Variabel

Operasional Variabel digunakan untuk memastikan signifikansi tiap-tiap variabel sebelum melakukan observasi dan digunakan untuk mengukur fenomena yang akan diteliti secara akurat dan komprehensif.

Operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 3. 1 Definisi Operasional**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Kualitas Layanan (X1)	Kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan pelanggan. (Parasuraman, Zeithaml, dan Berry)	a. Bukti fisik (Tangible) b. Keandalan (Reliability) c. Kemampuan tanggapan (Responsiveness) d. Tanggungan (Assurance) e. Empati (Empathy)	<i>Skala likert</i>
Lingkungan Sosial (X2)	Lingkungan sosial merupakan keseluruhan dari sistem tatanan sosial yang berada didekat individu yang dapat mempengaruhi	a. Keluarga b. Kelompok Acuan c. Budaya / Kultur d. Kelas sosial	<i>Skala likert</i>

---

<sup>54</sup> Yoraeni.

	perkembangan dan perilaku individu. (Peter dan Olson)		
Religiusitas (X3)	Religiusitas merupakan kepercayaan tentang ajaran agama tertentu yang akan memiliki dampak ajaran agama bagi kehidupan sehari-hari dan kehidupan bermasyarakat. (Glock dan Stark)	a. Dimensi keyakinan b. Dimensi peribadatan atau praktik agama c. Dimensi pengalaman d. Dimensi penghayatan d. Dimensi pengetahuan agama	<i>Skala likert</i>
Keputusan (Y)	Proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen atas berbagai pilihan yang mampu memberikan kepuasan akan kebutuhan atau keinginan mereka. (Kotler dan Keller)	a. Pengenalan masalah b. Pencarian informasi c. Evaluasi alternatif d. Keputusan pembelian e. Perilaku setelah pembelian	<i>Skala likert</i>

### 3.3.3 Pengukuran Penelitian

Penelitian ini menggunakan skala likert yang merupakan skala untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena sosial di masyarakat.<sup>55</sup> Skala likert dicirikan dengan skala yang menyatakan sikap seseorang baik senang maupun tidak senang, setuju maupun tidak setuju dan baik maupun tidak baik. Bentuk skala ini terdapat beberapa alternatif jawaban yang berjumlah lima kategori, yaitu :

---

<sup>55</sup> Jannah, III.

- |                              |         |
|------------------------------|---------|
| a. Sangat tidak setuju (STS) | bobot 1 |
| b. Tidak Setuju (TS)         | bobot 2 |
| c. Netral (N)                | bobot 3 |
| d. Setuju (S)                | bobot 4 |
| e. Sangat setuju (SS)        | bobot 5 |

### 3.4 Teknik Analisis Data

#### 3.4.1 Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian adalah suatu proses analisis data sistematis dengan tujuan menguji instrumen data yang digunakan dalam memecahkan masalah penelitian. Uji instrumen yang akan dilakukan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur kesahihan sebuah alat ukur untuk mendapatkan data. Pada penelitian ini uji validitas akan membuktikan apakah kuisisioner pada penelitian ini dapat dikatakan sah maupun tidak. Kuisisioner mampu dikatakan sah apabila pertanyaan maupun pernyataan yang tertera pada kuisisioner dapat mengungkap sesuatu yang akan diukur. Pengujian variabel ini menggunakan sebagai berikut :

- a) Jika nilai  $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$  maka kuisisioner dinyatakan valid
- b) Jika nilai  $r_{hitung} < \text{nilai } r_{tabel}$  maka kuisisioner dinyatakan tidak valid

##### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur seberapa kemampuan alat ukur agar tetap memiliki konsistensi meskipun terdapat perubahan waktu. Uji ini yang menunjukkan konsistensi data responden dalam menjawab pertanyaan pada kuesioner. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kekuatan korelasi butir-butir pertanyaan dalam kuesioner penelitian.<sup>56</sup> Pengujian reliabilitas ini menggunakan teknik Cronbach's Alpha dengan kriteria penilaian 0,60.<sup>57</sup>

---

<sup>56</sup> Syahrudin and Salim.

<sup>57</sup> Ph.D. Dr. Dyah Budiastuti Agustinus Bandur, *Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Dilengkapi Analisis Dengan NVIVO, SPSS, Dan AMOS, Mitra Wacana Media T*, 2018.

- a) Jika nilai  $r_{hitung} >$  nilai 0,60 maka instrumen variabel dinyatakan reliabel
- b) Jika nilai  $r_{hitung} <$  nilai 0,60 maka instrumen variabel dinyatakan tidak reliabel

### 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan dalam menguji data statistik untuk mengetahui terjadi penyimpangan atau tidak terhadap variabel dan untuk menghasilkan kesimpulan statistik yang dapat dipertanggung jawabkan. Jenis asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam penelitian memiliki distribusi normal maupun tidak.<sup>58</sup> Teknik yang digunakan dalam uji normalitas pada penelitian ini yakni teknik kolmogrov smirnov dengan ketentuan sebagai berikut :

- a) Jika nilai signifikan  $>$  nilai 0,05 maka data dapat dinyatakan berdistribusi normal
- b) Jika nilai signifikan  $<$  nilai 0,05 maka data dapat dinyatakan tidak berdistribusi normal

#### b) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan agar dapat mengetahui korelasi antar variabel independent dalam suatu model regresi. Ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi dapat dilihat dengan cara memahami dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan nilai tolerance. Pengukuran uji multikolinearitas apabila nilai tolerance  $<$  0,10 atau sama dengan  $VIF > 10$  maka data tersebut menunjukkan adanya multikolinieritas.

#### c) Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan agar dapat mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual model yang telah diamati. Model

---

<sup>58</sup> Prof. Ma'ruf Abdullah, *Living in the World That Is Fit for Habitation : CCI's Ecumenical and Religious Relationships*, Aswaja Pressindo, 2015.

regresi yang baik adalah yang terjadi homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas terjadi jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit). Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka yang terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat diukur dengan :

- a) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas
- b) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data dapat dinyatakan terjadi masalah heteroskedastisitas

#### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi merupakan analisis yang berkaitan denganketergantungan satu variabel terhadap suatu variabel lainnya. Analisis regresi memiliki tujuan agar dapat mengetahui besarnya pengaruh secara kuantitatif atas perubahan antara nilai X terhadap nilai Y.<sup>59</sup>

Rumus regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

Keterangan :

Y= Keputusan menggunakan jasa keuangan Syariah

a = Nilai konstanta

$x_1$  = Kualitas layanan

$x_2$  = Lingkungan social

$x_3$  = Religiusitas

$b_1 b_2 b_3$  = Koefisien regresi

e = Standar eror

---

<sup>59</sup> Abdullah.

## 5. Uji Hipotesis

### 1. Uji Parsial (T test)

Uji hipotesis atau uji T merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel memiliki yang signifikan ataupun tidak baik variabel independent terhadap variabel dependent dengan tingkat signifikansi 5%. Adapun syarat-syarat uji T adalah sebagai berikut :

- a) Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak
- b) Jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima

Keputusan :

$H_0$  : Diterima jika probabilitas  $> 0,05$

$H_a$  : Diterima jika probabilitas  $< 0,05$

Hipotesis pengujian X terhadap Y pada penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

$H_0$  = kualitas layanan, lingkungan sosial dan religiusitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah

$H_a$  = kualitas layanan, lingkungan sosial dan religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah

### 2. Uji Simultan (F test)

Uji simultan atau uji F merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen penelitian secara simultan dengan tingkat signifikansi 5%. Ketentuan pengujian signifikansi adalah sebagai berikut :

- a. Jika  $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$  maka  $H_a$  diterima artinya signifikan,
- b. Jika  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  maka  $H_a$  ditolak artinya tidak signifikan.

3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menentukan koefisien determinasi dari keragaman total variabel dependent Y yang dapat diperhitungkan oleh keragaman variabel independent X. Uji koefisien determinasi bertujuan mengukur kemampuan model dalam menerangkan pengaruh variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen dan dapat diindikasikan oleh nilai adjusted *R-Squared*.

## **BAB IV**

### **HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Deskripsi Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Profil KSPPS BMT Nusa Ummat Sejahtera**

KSPPS BMT NU Sejahtera merupakan koperasi dengan bidang usaha yang bergerak pada pembiayaan, investasi dan simpanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Berdirinya KSPPS BMT NU Sejahtera dilatar belakangi oleh banyaknya kondisi perekonomian masyarakat muslim menengah kebawah. Sehingga diperlukan lembaga keuangan yang berbentuk koperasi syariah untuk mengembangkan perekonomian masyarakat muslim. Sebagai organisasi masyarakat terbesar, Nadhlatul Ulama (NU) memberikan kontribusi untuk pengembangan ekonomi bagi masyarakat dengan mendirikan lembaga keuangan syariah dengan nama KSPPS BMT Nusa Ummat Sejahtera.

KSPPS BMT Nusa Ummat Sejahtera awal berdiri pada 29 Mei 2003 akte pendirian koperasi no 180.08/315 dengan nama “Bumi Sejahtera” yang berlokasi di Jalan Raya Manyaran-Gunungpati Km 10 Semarang. Kemudian pada tanggal 25 April 2008 koperasi Bumi Sejahtera berganti nama menjadi koperasi Nusa Ummat Sejahtera atau lebih dikenal dengan koperasi NU Sejahtera dengan akte pendirian koperasi nomor : 18.08/PAD/xiv.34/02 yang berlokasi di Ruko Manyaran Blok I Jalan Abdul Rachman Saleh 308 Semarang. Setelah 6 tahun melebarkan kiprahnya dalam bidang koperasi syariah, pada 16 Maret 2009 keberadaan koperasi NU Sejahtera diakui menjadi tingkat provinsi. Menetapkan keberadaan kantor pusat di Mangakang.

Seiring berjalannya waktu KSPPS BMT NU Sejahtera perlahan terus melakukan ekspansi di berbagai wilayah. Pada tanggal 7 Januari 2013 berdiri kantor cabang Pegandon menjadi kantor cabang tertua di Kabupaten Kendal sampai saat ini masih memiliki eksistensi yang cukup baik. Berlokasi di Jl.Kyai H.Abdul Wahab Pegandon, Gubugsari Kecamatan Pegandon, kantor ini terletak ditepi jalan utama sebagai akses masyarakat Pegandon dan Ngampel sehingga sangat strategis untuk nasabah. Pada tanggal 6 Oktober 2014 Kementerian Koperasi dan UKM RI menetapkan Koperasi dengan nama Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah Nusa Ummat Sejahtera (KSPPS NU Sejahtera)

dengan nomor badan hukum 78/Lap-PAD/X/2014 yang berkedudukan didalam wilayah Republik Indonesia (nasional).

Sejak awal tahun 2018 hingga sekarang, KSPPS BMT NU Sejahtera semakin giat melakukan ekspansi perluasan wilayah kantor cabang hingga di luar provinsi Jawa Tengah termasuk wilayah Jawa Timur dan Jawa Barat. Selain melebarkan kantor cabang, KSPPS BMT NU Sejahtera juga mengembangkan teknologi yang dimilikinya dengan menyediakan layanan transfer bank baik dalam maupun luar negeri dengan menggunakan layanan E-Banking. Adapun produk yang dimiliki KSPPS BMT NU Sejahtera meliputi simpanan wadiah, simpanan berjangka dan pembiayaan.

### **Visi dan Misi KSPPS BMT NU Sejahtera**

#### 1. Visi

Menjadi koperasi terbaik di Indonesia

#### 2. Misi

- Menciptakan Kesejahteraan Bagi Para Anggota Yang Berkesinambungan.
- Berdayaguna Sebagai Mitra Strategis Dan Terpercaya Bagi Anggota.
- Berkontribusi Dalam Perkembangan Perkoperasian Di Indonesia.
- Mengelola Koperasi Dan Unit Usaha Secara Profesional Dengan Menerapkan Prinsip 'Good Corporate Governance'.

### **4.1.2 Profil Kecamatan Pegandon**

Pegandon memiliki luas 31.12  $Km^2$  dengan perbandingan wilayah 46,48% lahan pertanian bukan sawah, 26,75% lahan bukan pertanian dan 26,77% lahan sawah. Meskipun memiliki luas wilayah yang tergolong kecil dibandingkan kecamatan lainnya,<sup>60</sup> Pegandon sebagai sentra industri pengolahan hasil pertanian seperti jagung, tempe, tahu, kerupuk rambak dan abon.

Guna membantu perkembangan masyarakat maka dari itu membutuhkan peran lembaga-lembaga, seperti koperasi, kelompok tani, BUMDesa, dan asosiasi

---

<sup>60</sup> BPS Kabupaten Kendal, 'Kecamatan Pegandon Dalam Angka', *BPS Kabupaten Kendal*, 2021, 1–234 <<https://kendalkab.bps.go.id/publication/2021/09/24/f714b8305950088e3fa16c65/kecamatan-pegandon-dalam-angka-2021.html>>.

petani lainnya, untuk mengkoordinasikan.<sup>61</sup> Berdasarkan Badan Pusat Statistik Kabupaten Kendal terdapat 6 koperasi simpan pinjam dan 1 koperasi unit desa di Kecamatan Pegandon, diantaranya yaitu:<sup>62</sup>

**Tabel 4. 1 Daftar Koperasi di Kecamatan Pegandon**

<b>Nama Koperasi</b>	<b>Tahun Berdiri</b>	<b>Wilayah Operasi</b>	<b>Kategori</b>	<b>Produk dan layanan</b>
KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Pegandon	2009	Primer Nasional	Syariah	Simpanan, Pinjaman, Zakat, Infaq, Sedekah
KSU Bina Ummat Pegandon	2005	Primer Daerah	Konvensional	Simpanan, Pinjaman, Pertokoan, Jasa Pengiriman
KSP Amanah Pegandon	2010	Primer Daerah	Konvensional	Simpanan, Pinjaman
KSPPS BMT Amanat Ummat	2021	Primer Daerah	Syariah	Simpanan, Pinjaman Syariah
Kopwan Mandiri	2015	Primer Daerah	Konvensional	Simpanan, Pinjaman, Arisan
KUD Tani makmur	2020	Primer Daerah	Konvensional	Simpanan, Pinjaman, Distribusi Pupuk dan Benih
KJKS BMT Barokah	2022	Primer Daerah	Syariah	Simpanan, Pinjaman Syariah

<sup>61</sup> Herlina Tarigan, 'Karakteristik Komersial Dan Perubahan Sosial Petani Kecil', *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 36.2 (2019), 129 <<https://doi.org/10.21082/fae.v36n2.2018.129-142>>.

<sup>62</sup> BPS Kabupaten Kendal.

Berdasarkan tabel 4.1, KSPPS BMT NU Sejahtera merupakan koperasi syariah yang telah berdiri lama dan memenuhi standar nasional dari ketetapan Kementerian Koperasi dan UKM. Produk dan layanan yang dimiliki juga lebih variatif dibandingkan koperasi lainnya. Belum adanya bank syariah di Kecamatan Pegandon menjadikan masyarakat Pegandon lebih dekat dengan terhadap lembaga koperasi. KSPPS BMT NU Sejahtera juga memiliki jaringan yang sangat luas terbukti di Kabupaten Kendal sendiri terdapat 5 kantor cabang. KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Pegandon merupakan kantor cabang tertua dan memiliki jumlah nasabah paling banyak diantara ke 4 cabang lainnya.

## 4.2 Pilot Test

Pilot test merupakan uji awal penelitian kuesioner sebelum penelitian yang sebenarnya. Pilot test digunakan untuk meyakinkan poin-poin kuesioner apakah telah mencukupi dan benar menurut responden. Kuesioner pilot test dalam penelitian ini disebar kepada 30 responden nasabah KSPPS NU Sejahtera KC Pegandon Kendal.<sup>63</sup> Berikut data karakteristik pilot test pada penelitian ini.

### 4.2.1 Uji Validitas

Penelitian ini menggunakan uji validitas dengan tujuan untuk mengetahui dan menguji ketepatan dan ketetapan setiap butir pertanyaan pada kuesioner sehingga dapat digunakan sebagai perantara untuk mengungkapkan dan mengetahui sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Tingkat signifikansi yang digunakan pada penelitian ini yakni 0,05 Uji validitas dinyatakan valid atau tidak valid berdasarkan ketentuan sebagai berikut :<sup>64</sup>

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka alat ukur dikatakan valid
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka alat ukur dikatakan tidak valid

---

<sup>63</sup> Dkk Arfiza Ridwan, 'Efektivitas Diabetes Self Management Education Melalui SMS Terhadap Pengetahuan Penderita Diabetes Mellitus : A Pilot Study', *Idea Nursing Journal*, Vol. IX.No. 1 (2018), 65–71.

<sup>64</sup> Esi Rosita, Wahyu Hidayat, and Wiwin Yuliani, 'Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial', *Fokus (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4.4 (2021), 279 <<https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>>.

**Tabel 4. 2 Hasil Pilot Test Uji Validitas**

Variabel	Indikator	Taraf Kesalahan	r-tabel	Hasil		Keterangan
				Sig	r-hitung	
Kualitas Layanan (X1)	X1p1	0.05	0.361	0.001	0.582	Valid
	X1p2	0.05	0.361	0.001	0.566	Valid
	X1p3	0.05	0.361	0.000	0.724	Valid
	X1p4	0.05	0.361	0.000	0.629	Valid
	X1p5	0.05	0.361	0.000	0.861	Valid
	X1p6	0.05	0.361	0.000	0.747	Valid
	X1p7	0.05	0.361	0.000	0.620	Valid
	X1p8	0.05	0.361	0.000	0.733	Valid
	X1p9	0.05	0.361	0.004	0.510	Valid
	X1p10	0.05	0.361	0.000	0.835	Valid
Lingkungan Sosial (X2)	X2p1	0.05	0.361	0.000	0.795	Valid
	X2p2	0.05	0.361	0.000	0.804	Valid
	X2p3	0.05	0.361	0.003	0.524	Valid
	X2p4	0.05	0.361	0.000	0.732	Valid
	X2p5	0.05	0.361	0.000	0.602	Valid
	X2p6	0.05	0.361	0.000	0.738	Valid
	X2p7	0.05	0.361	0.000	0.744	Valid
	X2p8	0.05	0.361	0.003	0.521	Valid
Religiusitas (X3)	X3p1	0.05	0.361	0.004	0.508	Valid
	X3p2	0.05	0.361	0.000	0.614	Valid
	X3p3	0.05	0.361	0.000	0.733	Valid
	X3p4	0.05	0.361	0.000	0.681	Valid
	X3p5	0.05	0.361	0.000	0.699	Valid
	X3p6	0.05	0.361	0.000	0.756	Valid
	X3p7	0.05	0.361	0.001	0.567	Valid
	X3p8	0.05	0.361	0.000	0.815	Valid
	X3p9	0.05	0.361	0.000	0.780	Valid
	X3p10	0.05	0.361	0.000	0.755	Valid
Kepuasan (X4)	Yp1	0.05	0.361	0.002	0.533	Valid

Yp2	0.05	0.361	0.000	0.675	Valid
Yp3	0.05	0.361	0.000	0.876	Valid
Yp4	0.05	0.361	0.000	0.699	Valid
Yp5	0.05	0.361	0.000	0.676	Valid
Yp6	0.05	0.361	0.000	0.700	Valid
Yp7	0.05	0.361	0.000	0.772	Valid
Yp8	0.05	0.361	0.000	0.712	Valid
Yp9	0.05	0.361	0.000	0.776	Valid
Yp10	0.05	0.361	0.000	0.654	Valid

Berdasarkan tabel 4.2 hasil uji validitas menunjukkan bahwa tiap butir pertanyaan pada variabel kualitas layanan (X1), lingkungan sosial (X2), religiusitas (X3) dan keputusan (Y) dinyatakan valid.

#### 4.2.2 Uji Reliabilitas

Selanjutnya peneliti menggunakan uji reliabilitas yang bertujuan untuk mengetahui kuesioner yang digunakan dalam pengambilan data penelitian dapat dikatakan reliabel (kendalan/konsistensi) atau tidak reliabel. Uji reliabilitas dinyatakan reliabel atau tidak berdasarkan ketentuan sebagai berikut :<sup>65</sup>

- Jika suatu variabel menunjukkan nilai Alpha Cronbach  $>0.60$  maka dikatakan reliabel
- Jika suatu variabel menunjukkan nilai Alpha Cronbach  $<0.60$  maka dikatakan tidak reliabel

**Tabel 4. 3 Hasil Pilot Test Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai r Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0.875	Reliabel
Lingkungan Sosial (X2)	0.839	Reliabel
Religiusitas (X3)	0.875	Reliabel
Keputusan (Y)	0.886	Reliabel

<sup>65</sup> Rosita, Hidayat, and Yuliani.

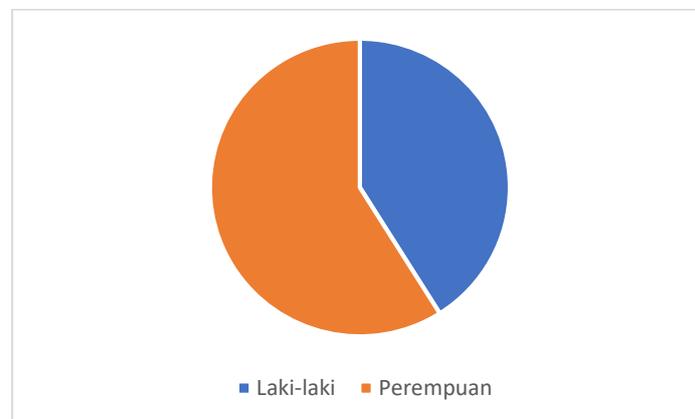
Berdasarkan tabel 4.3 hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X1), lingkungan sosial (X2), religiusitas (X3) dan keputusan (Y) dinyatakan reliabel karena nilai Alpha Cronbach > 0,60. Oleh karena itu, berdasarkan hasil uji reliabilitas pilot test dikatakan reliabel pada seluruh variabelnya.

### 4.3 Deskripsi Data Responden

Responden pada penelitian ini yakni nasabah KSPPS BMT NU Sejahter cabang Pegandon Kendal yang berjumlah sebanyak 95 sampel. Adapun karakteristik yang digunakan dalam dalam penelitian ini yaitu nasabah KSPPS NU Sejahtera meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan serta alamat domisili berdasarkan kecamatan responden.

#### 4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4. 4 Jenis Kelamin Responden**



**Jenis\_kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	39	41.1	41.1	41.1
Perempuan	56	58.9	58.9	100.0
Total	95	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel 4.4 dari jumlah keseluruhan 95 responden diperoleh responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 39 orang dengan presentase 41%, sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 56 orang dengan presentase 58%. Berdasarkan data diatas diketahui bahwa banyaknya responden pada penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

## Hubungan Karakteristik Jenis Kelamin dengan Variabel Keputusan

**Gambar 4. 1**

### Crosstabs Jenis Kelamin

Jenis\_kelamin \* kategori keputusan menggunakan jasa keuangan syariah Crosstabulation

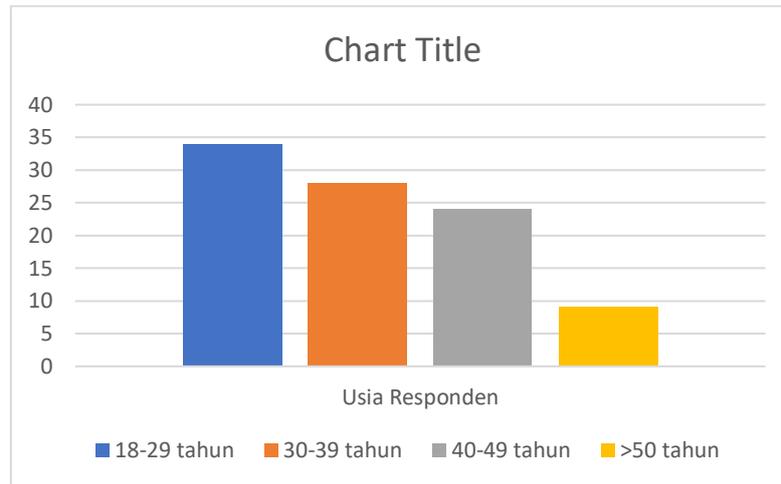
			kategori keputusan menggunakan jasa keuangan syariah		Total
			Sedang	Tinggi	
Jenis_kelamin	Laki-laki	Count	1	38	39
		% within Jenis_kelamin	2.6%	97.4%	100.0%
	Perempuan	Count	2	54	56
		% within Jenis_kelamin	3.6%	96.4%	100.0%
Total	Count	3	92	95	
	% within Jenis_kelamin	3.2%	96.8%	100.0%	

Berdasarkan Gambar 4.1 Jenis kelamin laki-laki yang memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 38 responden atau 97,4%. Jenis kelamin laki-laki yang memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah sedang sebanyak 1 responden atau 2,6%. Sedangkan untuk jenis kelamin perempuan yang memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 54 responden atau 96,4%. Jenis kelamin perempuan yang memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah sedang sebanyak 2 responden atau 3,6%.

Setelah menganalisis dari perolehan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin perempuan memiliki keputusan yang tinggi untuk menggunakan jasa keuangan syariah. Maka dari itu, dapat dilakukan gerakan sosialisasi jasa keuangan syariah dengan menitik fokuskan mencari nasabah perempuan.

### 4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4. 5 Usia Responden**



**Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-29 tahun	34	35.8	35.8	35.8
	30-39 tahun	28	29.5	29.5	65.3
	40-49 tahun	24	25.3	25.3	90.5
	>50 tahun	9	9.5	9.5	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Berdasarkan table 4.5 frekuensi responden berdasarkan usia 18-29 tahun sebanyak 34 responden, responden dengan rentan usia 30-39 tahun sebanyak 28 responden, responden dengan rentan usia 40-49 tahun sebanyak 24 responden, dan responden dengan usia lebih dari 50 tahun sebanyak 9 responden. Dengan demikian diketahui bahwa mayoritas responden berusia antara 18-29 tahun.

### Hubungan Karakteristik Usia dengan Variabel Keputusan

**Gambar 4. 2**

#### Crosstabs Usia

Usia \* kategori keputusan menggunakan jasa keuangan syariah Crosstabulation

			kategori keputusan menggunakan jasa keuangan syariah		Total
			Sedang	Tinggi	
Usia	18-29 tahun	Count	2	32	34
		% within Usia	5.9%	94.1%	100.0%

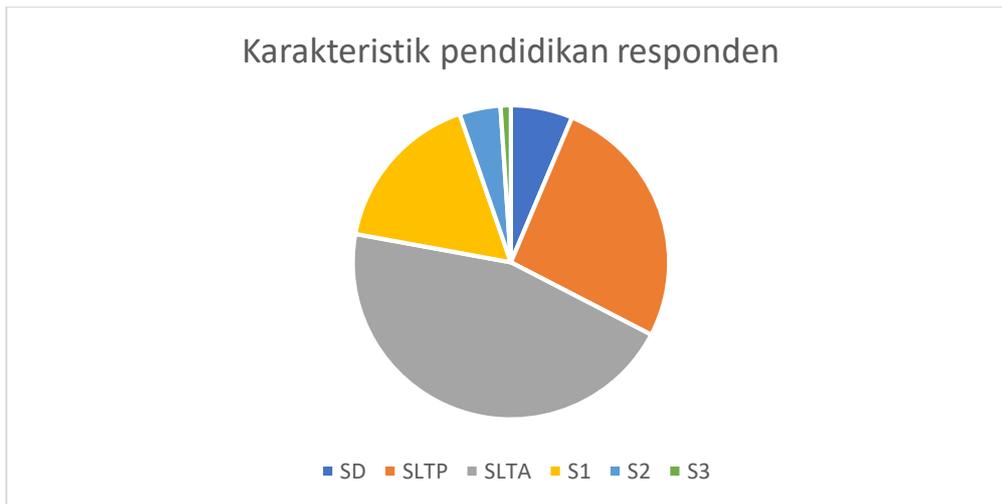
30-39 tahun	Count	0	28	28
	% within Usia	0.0%	100.0%	100.0%
40-49 tahun	Count	1	23	24
	% within Usia	4.2%	95.8%	100.0%
>50 tahun	Count	0	9	9
	% within Usia	0.0%	100.0%	100.0%
Total	Count	3	92	95
	% within Usia	3.2%	96.8%	100.0%

Berdasarkan perolehan karakteristik usia dapat dilihat bahwa responden berusia 18-29 tahun memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 32 responden. Responden berusia 18-29 tahun memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah sedang sebanyak 2 responden. Responden berusia 30-39 tahun tahun memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 28 responden dan sedang sebanyak 0 responden. Responden berusia 40-49 tahun memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 23 responden dan sedang sebanyak 1 responden. Sedangkan responden berusia >50 tahun memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 9 responden dan sedang sebanyak 0 responden.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa usia 18-29 tahun memiliki keputusan yang tinggi untuk menggunakan jasa keuangan syariah. Adanya perolehan tersebut, untuk masa depan jasa keuangan syariah lebih banyak menggait nasabah dengan usia 18-29 tahun serta menyesuaikan produk maupun layanan sesuai kebutuhan pasar di usia 18-29 tahun.

#### **4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

**Tabel 4. 6 Pendidikan Responden**



**Pendidikan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	6	6.3	6.3	6.3
	SLTP	25	26.3	26.3	32.6
	SLTA	43	45.3	45.3	77.9
	S1	16	16.8	16.8	94.7
	S2	4	4.2	4.2	98.9
	S3	1	1.1	1.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Berdasarkan table 4.6 tingkat latar belakang pendidikan responden yakni pendidikan SD sebanyak 6 responden, pendidikan SLTP sebanyak 25 responden, pendidikan SLTA sebanyak 42 responden, pendidikan S1 sebanyak 16 responden, pendidikan S2 sebanyak 4 responden dan pendidikan S3 hanya 1 responden. Maka dengan adanya data diatas, dapat disimpulkan bahwa pendidikan responden paling banyak yakni SLTA.

### **Hubungan Karakteristik Pendidikan dengan Variabel Keputusan**

**Gambar 4. 3**

#### **Crosstabs Pendidikan**

Pendidikan \* kategori keputusan menggunakan jasa keuangan syariah Crosstabulation

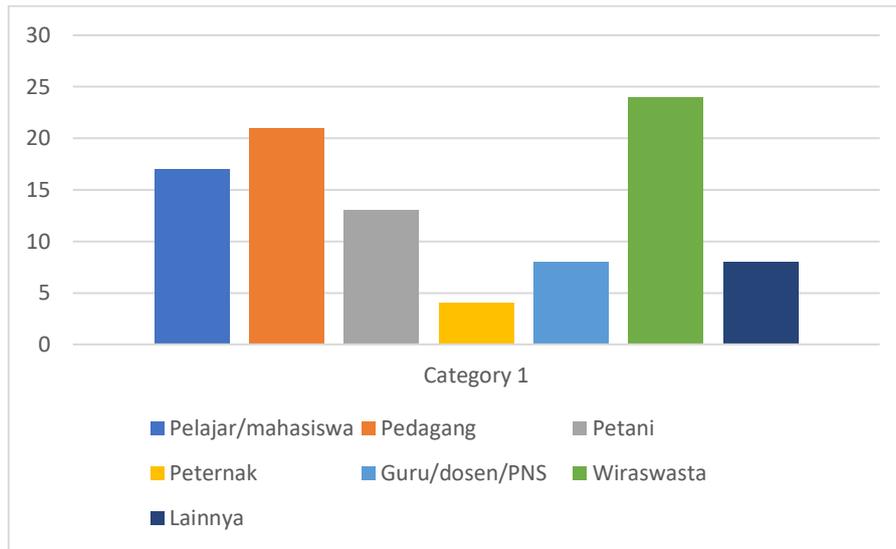
	kategori keputusan menggunakan jasa keuangan syariah	Total

			Sedang	Tinggi	
Pendidikan	SD	Count	0	6	6
		% within Pendidikan	0.0%	100.0%	100.0%
	SLTP	Count	0	25	25
		% within Pendidikan	0.0%	100.0%	100.0%
	SLTA	Count	2	41	43
		% within Pendidikan	4.7%	95.3%	100.0%
	S1	Count	1	15	16
		% within Pendidikan	6.3%	93.8%	100.0%
	S2	Count	0	4	4
		% within Pendidikan	0.0%	100.0%	100.0%
	S3	Count	0	1	1
		% within Pendidikan	0.0%	100.0%	100.0%
Total	Count		3	92	95
	% within Pendidikan		3.2%	96.8%	100.0%

Dari perolehan *Crosstabs* hubungan tingkat pendidikan dengan keputusan menggunakan jasa keuangan syariah diperoleh responden dengan pendidikan terakhir SD yang memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan tinggi sebanyak 6 responden dan sedang sebanyak 0 responden. Responden dengan pendidikan terakhir SLTP yang memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan tinggi sebanyak 25 responden dan sedang sebanyak 0 responden. Responden dengan pendidikan terakhir SLTA yang memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan tinggi sebanyak 41 responden dan sedang sebanyak 2 responden. Responden dengan pendidikan terakhir S1 yang memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan tinggi sebanyak 15 responden dan sedang sebanyak 1 responden. Responden dengan pendidikan terakhir S2 yang memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan tinggi sebanyak 4 responden dan sedang sebanyak 0 responden. Sedangkan untuk responden dengan pendidikan terakhir S3 yang memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan tinggi sebanyak 1 responden dan sedang sebanyak 0 responden. Maka, dapat diambil kesimpulan bahwa yang memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi yakni seseorang dengan jejang pendidikan terakhir SMA.

#### 4.3.4 Karakter Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. 7 Pekerjaan Responden



Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar/mahasiswa	17	17.9	17.9	17.9
Pedagang	21	22.1	22.1	40.0
Petani	13	13.7	13.7	53.7
Peternak	4	4.2	4.2	57.9
Guru/dosen/PNS	8	8.4	8.4	66.3
Wiraswasta	24	25.3	25.3	91.6
Lainnya	8	8.4	8.4	100.0
Total	95	100.0	100.0	

Berdasarkan table 4.7 responden dengan status pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa yakni 17 responden, pedagang sebanyak 21 responden, petani sebanyak 13 responden, peternak sebanyak 4 responden, guru/dosen/pns sebanyak 8 responden, wiraswasta 24 dan 8 responden memiliki pekerjaan lainnya. Maka berdasarkan data diatas, responden penelitian mayoritas bekerja sebagai wiraswasta.

## Hubungan Karakteristik Pekerjaan dengan Variabel Keputusan

**Gambar 4. 4**

### Crosstabs Pekerjaan

Pekerjaan \* kategori keputusan menggunakan jasa keuangan syariah Crosstabulation

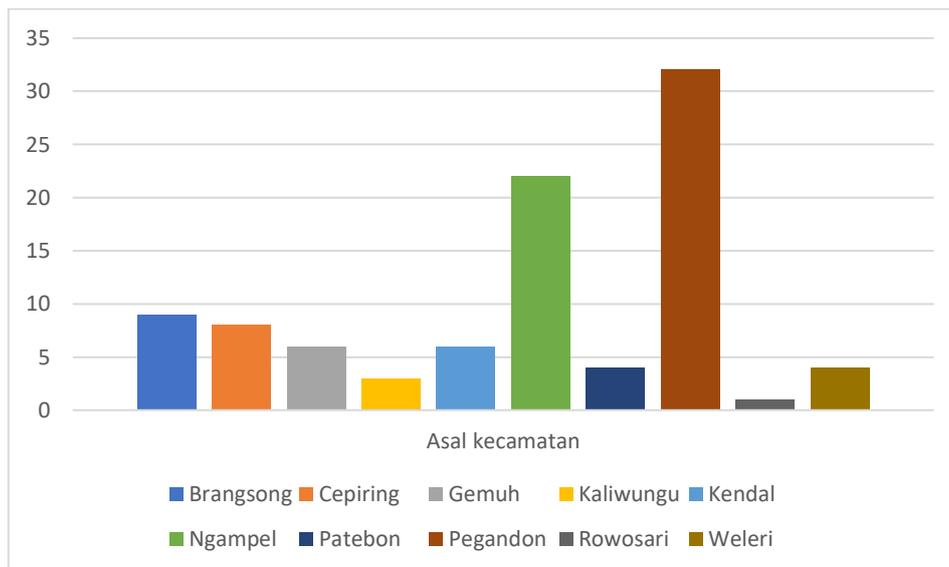
		kategori keputusan menggunakan jasa keuangan syariah		Total
		Sedang	Tinggi	
Pelajar/mahasiswa	Count	1	16	17
	% within Pekerjaan	5.9%	94.1%	100.0%
Pedagang	Count	2	19	21
	% within Pekerjaan	9.5%	90.5%	100.0%
Petani	Count	0	13	13
	% within Pekerjaan	0.0%	100.0%	100.0%
Peternak	Count	0	4	4
	% within Pekerjaan	0.0%	100.0%	100.0%
Guru/dosen/PNS	Count	0	8	8
	% within Pekerjaan	0.0%	100.0%	100.0%
Wiraswasta	Count	0	24	24
	% within Pekerjaan	0.0%	100.0%	100.0%
Lainnya	Count	0	8	8
	% within Pekerjaan	0.0%	100.0%	100.0%
Total	Count	3	92	95
	% within Pekerjaan	3.2%	96.8%	100.0%

Berdasarkan hasil tabulasi silang antara karakteristik jenis pekerjaan dengan variabel keputusan diperoleh responden pelajar atau mahasiswa yang memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 16 responden dan sedang sebanyak 1 responden. Pedagang yang memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 19 responden dan sedang sebanyak 2 responden. Pedagang yang memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 13 responden dan sedang sebanyak 0 responden. Peternak yang memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 4 responden dan sedang sebanyak 0 responden Guru/dosen/PNS yang memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 8 responden dan sedang sebanyak 0 responden. Wiraswasta yang memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 24 responden dan sedang sebanyak 0

responden. Sedangkan lain dari pekerjaan diatas yang memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 8 responden dan sedang sebanyak 0 responden. Dapat disimpulkan bahwa responden yang memiliki keputusan tinggi menggunakan jasa keuangan syariah yakni berprofesi sebagai wiraswasta. Pekerja wiraswasta pada penelitian ini memiliki andil yang cukup besar tergadap keputusan dalam menggunakan jasa keuangan syariah Maka dari itu untuk jasa keuangan syariah dapat lebih memfokuskan promosi maupun sosialisasi kepada orang dengan profesi sebagai wiraswasta.

#### 4.3.5 Karakter Responden Berdasarkan Asal Kecamatan Responden

**Tabel 4. 8 Asal Kecamatan Responden**



**Asal\_kecamatan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Brangsong	9	9.5	9.5	9.5
Cepiring	8	8.4	8.4	17.9
Gemuh	6	6.3	6.3	24.2
Kaliwungu	3	3.2	3.2	27.4
Kendal	6	6.3	6.3	33.7
Ngampel	22	23.2	23.2	56.8
Patebon	4	4.2	4.2	61.1
Pegandon	32	33.7	33.7	94.7
Rowosari	1	1.1	1.1	95.8
Weleri	4	4.2	4.2	100.0
Total	95	100.0	100.0	

Tabel 4.8 memberikan hasil bahwa responden yang berdomisili di kecamatan Brangsong sebanyak 9 responden, kecamatan Cepiring sebanyak 8 responden, kecamatan Gemuh sebanyak 6 responden, kecamatan Kaliwungu sebanyak 3 responden, kecamatan Kendal sebanyak 6 responden, kecamatan Ngampel sebanyak 22 responden, kecamatan Patebon sebanyak 4 responden, kecamatan Pegandon sebanyak 32 responden, kecamatan Rowosari sebanyak 1 responden dan kecamatan Weleri sebanyak 4 responden. Dengan demikian, mayoritas asal domisili responden yakni di kecamatan Pegandon. Sedangkan untuk kecamatan Boja, Limbangan Ringinarum dan Sukorejo tidak terdapat responden yang berdomisili pada kecamatan tersebut.

### Hubungan Karakteristik Asal Kecamatan dengan Variabel Keputusan

**Gambar 4. 5**

#### Crosstabs Asal Kecamatan

Asal\_kecamatan \* kategori keputusan menggunakan jasa keuangan syariah Crosstabulation

		kategori keputusan menggunakan jasa keuangan Syariah		Total
		Sedang	Tinggi	
Brangsong	Count	1	8	9
	% within Asal_kecamatan	11.1%	88.9%	100.0%
Cepiring	Count	0	8	8
	% within Asal_kecamatan	0.0%	100.0%	100.0%
Gemuh	Count	0	6	6
	% within Asal_kecamatan	0.0%	100.0%	100.0%
Kaliwungu	Count	0	3	3
	% within Asal_kecamatan	0.0%	100.0%	100.0%
Kendal	Count	0	6	6
	% within Asal_kecamatan	0.0%	100.0%	100.0%
Ngampel	Count	1	21	22
	% within Asal_kecamatan	4.5%	95.5%	100.0%
Patebon	Count	0	4	4
	% within Asal_kecamatan	0.0%	100.0%	100.0%
Pegandon	Count	1	31	32
	% within Asal_kecamatan	3.1%	96.9%	100.0%
Rowosari	Count	0	1	1
	% within Asal_kecamatan	0.0%	100.0%	100.0%

	% within Asal_kecamatan	0.0%	100.0%	100.0%
Weleri	Count	0	4	4
	% within Asal_kecamatan	0.0%	100.0%	100.0%
Total	Count	3	92	95
	% within Asal_kecamatan	3.2%	96.8%	100.0%

Berdasarkan hasil tabulasi silang antara karakteristik asal kecamatan dengan variabel keputusan diperoleh responden yang berasal dari kecamatan Brangsong dan memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 8 responden dan sedang sebanyak 1 responden. Responden yang berasal dari kecamatan Cepiring dan memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 8 responden dan sedang sebanyak 0 responden. Responden yang berasal dari kecamatan Gemuh dan memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 6 responden dan sedang sebanyak 0 responden. Responden yang berasal dari kecamatan Kaliwungu dan memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 3 responden dan sedang sebanyak 0 responden. Responden yang berasal dari Kendal dan memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 6 responden dan sedang sebanyak 0 responden. Responden yang berasal dari kecamatan Ngampel dan memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 21 responden dan sedang sebanyak 1 responden. Responden yang berasal dari kecamatan Patebon dan memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 4 responden dan sedang sebanyak 0 responden. Responden yang berasal dari kecamatan Pegandon dan memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 31 responden dan sedang sebanyak 1 responden. Responden yang berasal dari kecamatan Rowosari dan memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 1 responden dan sedang sebanyak 0 responden. Responden yang berasal dari kecamatan Weleri dan memiliki keputusan menggunakan jasa keuangan syariah tinggi sebanyak 4 responden dan sedang sebanyak 0 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kecamatan pegandon memiliki frekuensi yang tinggi terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah.

## 4.4 Uji Asumsi Klasik

### 4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam penelitian memiliki distribusi normal maupun tidak.<sup>66</sup> Teknik yang digunakan dalam uji normalitas pada penelitian ini yakni teknik kolmogorov smirnov dengan ketentuan sebagai berikut :<sup>67</sup>

- Jika nilai signifikan  $>$  nilai 0,05 maka data dapat dinyatakan berdistribusi normal
- Jika nilai signifikan  $<$  nilai 0,05 maka data dapat dinyatakan tidak berdistribusi normal

**Gambar 4. 6**

### Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.12437215
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.069
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan gambar 4.6 uji one sample kolmogorov smirnov menunjukkan nilai asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200  $>$  0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

#### ➤ Grafik Histogram

Berdasarkan uji normalitas yang telah peneliti lakukan, untuk

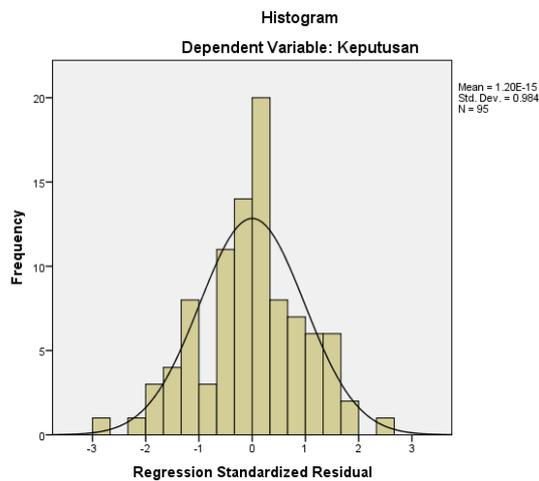
---

<sup>66</sup> Abdullah.

<sup>67</sup> Gito Supriadi, *Statistik Penelitian Pendidikan, Yogyakarta: UNY Press, 2021.*

membuktikan hasil uji normalitas dapat dibuktikan dengan grafik histogram.

**Gambar 4. 7**  
**Grafik Histogram**

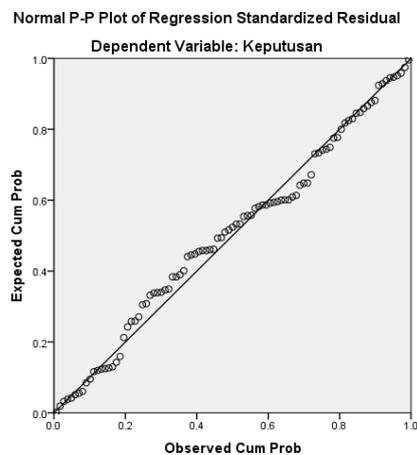


Berdasarkan gambar 4.7 dapat disimpulkan bahwa bentuk garis histogram mengikuti garis diagonal yang menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

➤ Normal P-Plot

Selain menggunakan grafik histogram, untuk membuktikan hasil uji normalitas dapat dibuktikan dengan p-plot.

**Gambar 4. 8**  
**Normal P-Plot**



Berdasarkan gambar 4.8 titik plot mendekati garis diagonal dan berdistribusi rata sepanjang garis diagonal, maka data berdistribusi normal.

#### 4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan agar dapat mengetahui korelasi antar variabel independent dalam suatu model regresi. Ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi dapat dilihat dengan cara memahami dari nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan nilai tolerance. Pengukuran uji multikolinearitas apabila nilai tolerance  $< 0,10$  atau sama dengan VIF  $> 10$  maka data tersebut menunjukkan adanya multikolinieritas.

**Gambar 4. 9**

#### Hasil Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.436	4.203		.818	.416		
KUALITAS_LAYANAN	.505	.109	.442	4.620	.000	.564	1.773
LINGKUNGAN_SOSIAL	.215	.099	.193	2.176	.032	.660	1.515
RELIGIUSITAS	.261	.111	.219	2.356	.021	.601	1.664

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Berdasarkan gambar 4.9 diperoleh hasil pada variabel kualitas layanan memiliki nilai toleransi sebesar 0,564 dan nilai VIF sebesar 1,773. Variabel lingkungan sosial diperoleh hasil nilai toleransi sebesar 0,660 dan nilai VIF sebesar 1,515. Kemudian pada variabel religiusitas diperoleh hasil nilai toleransi sebesar 0,601 dan nilai VIF sebesar 1,664. Dari perolehan hasil diatas menunjukkan bahwa nilai toleransi pada variabel kualitas layanan, lingkungan sosial dan religiusitas lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 maka tidak ada multikolinearitas diantara variabel bebas.

#### 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan agar dapat mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual model yang telah diamati. Model regresi yang

baik adalah yang terjadi homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

- a) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas
- b) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data dapat dinyatakan terjadi masalah heteroskedastisitas

**Gambar 4. 10**  
**Hasil uji heteroskedastisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.134	2.521		4.416	.000
KUALITAS_LAYANAN	-.100	.066	-.199	-1.522	.132
LINGKUNGAN_SOSIAL	-.046	.059	-.093	-.771	.443
RELIGIUSITAS	-.062	.066	-.119	-.940	.350

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Berdasarkan gambar 4.10 diperoleh hasil nilai sigifikasi variabel kualitas layanan sebesar 0,132, variabel lingkungan sosial sebesar 0,443 dan variabel religiusitas sebesar 0,350. Dari perolehan hasil diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada variabel kualitas layanan, lingkungan sosial dan religiusitas lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas diantara variabel bebas dengan absolut residual.

#### 4.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan analisis yang berkaitan denganketergantungan satu variabel terhadap suatu variabel lainnya. Analisis regresi memiliki tujuan agar dapat mengetahui besarnya pengaruh secara kuantitatif atas perubahan antara nilai X terhadap nilai Y.<sup>68</sup> Penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, lingkungan sosial, dan religiusitas terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah.

**Gambar 4. 11**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.436	4.203		.818	.416
	Kualitas_layanan	.505	.109	.442	4.620	.000
	Lingkungan_Sosial	.215	.099	.193	2.176	.032
	Religiusitas	.261	.111	.219	2.356	.021

a. Dependent Variable: Keputusan

$$Y = 3,436 + 0,505 x_1 + 0,215 x_2 + 0,261 x_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan menggunakan jasa keuangan syariah

$x_1$  = Kualitas layanan

$x_2$  = Lingkungan sosial

$x_3$  = Religiusitas

e = eror

Berdasarkan analisis data diatas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

a. Nilai  $\alpha$  atau Konstanta sebesar 3,436 ini berarti saat variabel keputusan belum

---

<sup>68</sup> Abdullah.

dipengaruhi variabel kualitas layanan (X1), lingkungan sosial (X2), dan religiusitas (X3). Jika variabel independen tidak ada maka variabel keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah tidak mengalami perubahan. Apabila masing-masing dari kualitas layanan (X1), lingkungan sosial (X2), dan religiusitas (X3) diberi nilai nol, maka nilai keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah sebesar 3,436.

- b. Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas layanan (X1) sebesar 0,505 maka variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah. Peningkatan kualitas layanan sebesar 1% maka akan mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah sebesar 0,505, dengan asumsi tidak ada variabel lain yang diteliti dalam penelitian ini.
- c. Nilai koefisien regresi pada variabel lingkungan sosial (X2) sebesar 0,215 maka variabel lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah. Peningkatan variabel lingkungan sosial sebesar 1% maka akan mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah sebesar 0,215 dengan asumsi tidak ada variabel lain yang diteliti dalam penelitian ini.
- d. Nilai koefisien regresi pada variabel religiusitas (X3) sebesar 0,261 maka variabel religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah. Peningkatan variabel religiusitas sebesar 1% maka akan mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah sebesar 0,261 dengan asumsi tidak ada variabel lain yang diteliti dalam penelitian ini.

## 4.6 Uji Hipotesis

### 4.6.1 Uji T

Uji hipotesis atau uji T merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel memiliki yang signifikan ataupun tidak baik variabel independent terhadap variabel dependent dengan tingkat signifikansi 5%. Adapun syarat-syarat uji T adalah sebagai berikut :

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak

b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima

Keputusan :

$H_0$  : Diterima jika probabilitas  $> 0,05$

$H_a$  : Diterima jika probabilitas  $< 0,05$

Hipotesis pengujian X terhadap Y pada penelitian ini dinyatakan sebagai berikut:

$H_0$  = kualitas layanan, lingkungan sosial dan religiusitas secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah

$H_a$  = kualitas layanan, lingkungan sosial dan religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah

### Gambar 4. 12

#### Hasil Uji T

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.436	4.203		.818	.416
	Kualitas_layanan	.505	.109	.442	4.620	.000
	Lingkungan_Sosial	.215	.099	.193	2.176	.032
	Religiusitas	.261	.111	.219	2.356	.021

a. Dependent Variable: Keputusan

t table = probability : deg\_freedom (derajat kebebasan)

= probability : n-k

= 0,05 : 91

= 1,986

Keterangan:

k = Jumlah Variabel Bebas

n = Jumlah Responden

Berdasarkan analisis data diatas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a. Nilai t-hitung variabel kualitas layanan (X1) sebesar 4,620  $>$  t tabel sebesar

1.986 maka  $H_0$  ditolak . Kemudian didapatkan hasil nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_a$  diterima. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah.

- b. Nilai t-hitung variabel lingkungan sosial (X2) sebesar  $2,176 > t$  tabel sebesar 1.986 maka  $H_0$  ditolak . Kemudian didapatkan hasil nilai signifikansi sebesar  $0,032 < 0,05$  maka  $H_a$  diterima. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel lingkungan sosial berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah.
- c. Nilai t-hitung variabel religiusitas (X3) sebesar  $2,356 > t$  tabel sebesar 1.986 maka  $H_0$  ditolak . Kemudian didapatkan hasil nilai signifikansi sebesar  $0,021 < 0,05$  maka  $H_a$  diterima. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah.

#### 4.6.2 Uji F

Uji simultan atau uji F merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen penelitian secara simultan dengan tingkat signifikansi 5%. Ketentuan pengujian signifikansi adalah sebagai berikut :

- a. Jika  $F \text{ hitung} \geq F \text{ tabel}$  maka  $H_a$  diterima artinya signifikan,
- b. Jika  $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak artinya tidak signifikan.

**Gambar 4. 13**

#### Hasil Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1033.284	3	344.428	34.158	.000 <sup>b</sup>
	Residual	917.600	91	10.084		
	Total	1950.884	94			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Lingkungan\_Sosial, Kualitas\_layanan

1

e = probability; deg freedom1; deg freedom 2

$$= \text{probability ; } (k-1) ; (n-k)$$

$$= 0.05 ; (4-1) ; (95-4)$$

$$= 2,704$$

Keterangan :

K = jumlah variabel bebas dan terikat

N = jumlah sampel

Nilai signifikansi pengaruh kualitas layanan (X1), lingkungan sosial (X2) dan religiusitas (X3) secara simultan terhadap keputusan (Y) sebesar  $0,000 < 0,05$  dan didapatkan nilai F hitung  $34,158 > F$  tabel 2,704. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, variabel kualitas layanan (X1), lingkungan sosial (X2) dan religiusitas (X3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan (Y) nasabah menggunakan jasa keuangan syariah.

#### 4.6.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menentukan koefisien determinasi dari keragaman total variabel dependent Y yang dapat diperhitungkan oleh keragaman variabel independent X. Uji koefisien determinasi bertujuan mengukur kemampuan model dalam menerangkan pengaruh variabel independent secara simultan mempengaruhi variabel dependen dan dapat diindikasikan oleh nilai *adjusted R-Squared*.

**Gambar 4. 14**

#### **Hasil Uji R**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728 <sup>a</sup>	.530	.514	3.175

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Lingkungan\_Sosial, Kualitas\_layanan

Nilai adjusted R square diperoleh sebesar 0,514 atau 51,4% . Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X1), lingkungan sosial (X2) dan religiusitas (X3) mampu menjelaskan variabel keputusan (Y) sebesar 51,4% sedangkan sisanya sebesar 48,6% dijelaskan oleh variabel lain.

## 4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

### 4.7.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah

Kualitas layanan berkaitan dengan upaya yang akan dilakukan oleh pihak penyedia jasa keuangan terhadap pemenuhan kebutuhan nasabah dan kesesuaian penyampaian produk supaya diterima sesuai harapan. Jika kualitas layanan yang didapatkan oleh nasabah sesuai dengan yang diharapkan, maka tandanya kualitas layanan dapat dikatakan baik. Namun, jika kualitas layanan yang didapatkan nasabah tidak sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas layanan dapat dikatakan buruk.<sup>69</sup>

Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistik versi 22, variabel kualitas layanan (X1) diperoleh t hitung sebesar 4,620 lebih besar dari t tabel 1,986. Kemudian, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah. Keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah yang dilakukan oleh nasabah KSPPS NU Sejahtera didasari oleh kualitas layanan yang diberikan KSPPS NU Sejahtera.

Hal tersebut sejalan oleh beberapa penelitian, seperti penelitian yang dilakukan oleh Umarul Faruq dan Nurul Jennah (2023) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung pada Produk Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong” diperoleh hasil bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif bagi keputusan menggunakan lembaga keuangan syariah. Dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas layanan dapat dikatakan sebagai penentu keputusan nasabah agar mau menggunakan jasa lembaga tersebut. Sebagai upaya mempertahankan keunggulan kompetitif, lembaga keuangan syariah harus senantiasa meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah. Dengan meningkatkan kualitas layanan akan memberikan berbagai dampak yang baik bagi kelangsungan lembaga supaya mampu bersaing dengan lembaga lainnya.<sup>70</sup>

---

<sup>69</sup> Syuhada and Fitria.

<sup>70</sup> Umarul Faruq and Nurul Jennah, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung Pada Produk Tabungan Mudharabah Di KSPPS BMT NU Cabang Camplong’, *Mabny*:

#### 4.7.2 Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah

Lingkungan sosial dapat diartikan sebagai wadah berjalannya aktivitas sehari-hari dan tempatnya interaksi individu dengan individu yang lain mulai dari lingkungan keluarga, teman sebaya, serta lingkungan tempat tinggal yang memungkinkan menjadi salah satu faktor penentu terhadap pembentukan maupun perubahan-perubahan perilaku atau sikap yang terjadi. Setiap individu memiliki perbedaan baik dari segi sudut pandang maupun lainnya. Individu satu dengan lainnya dapat terkoneksi melalui hidup bermasyarakat, berkelompok maupun dalam organisasi sehingga mampu mempengaruhi secara langsung perubahan keputusan individu.<sup>71</sup>

Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistik versi 22, variabel lingkungan sosial (X2) diperoleh t hitung sebesar 2,176 lebih besar dari t tabel 1,986. Kemudian, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,032 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya variabel lingkungan sosial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Medianto Thamrin Yudi Wahyudin Suwandi (2022) dengan judul “Pengaruh Perbedaan Individu, Lingkungan Sosial Budaya Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah (Survei Kepada Pengusaha Yang Menjadi Nasabah Taplus Di Bank BNI Kantor Cabang Sumedang)” diperoleh hasil bahwa variabel lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk menjadi nasabah. Dalam penelitian tersebut mengatakan bahwa lingkungan sosial berkaitan dengan cara individu berhubungan berkaitan dengan segala sesuatu dengan sistem hidup bersama atau bermasyarakat atau berkelompok yang dapat dengan mudah menelaah berbagai asumsi yang didapat sehingga sangat memudahkan individu terpengaruh terhadap suatu hal dalam lingkungan tersebut.

---

*Journal of Sharia Management and Business*, 3.01 (2023), 22–34  
<<https://doi.org/10.19105/mabny.v3i01.9111>>.

<sup>71</sup> Medianto Thamrin and Yudi Wahyudin Suwandi, ‘Pengaruh Perbedaan Individu, Lingkungan Sosial Budaya Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah’, *Journal of Banking and Management*, 5.2 (2022), 29–45.

### **4.7.3 Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah**

Religiusitas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan pembelian. Sebagai insan yang beragama tentunya dalam melakukan suatu tindakan akan lebih berhati-hati sesuai dengan yang telah diajarkan oleh agamanya, seperti halnya dalam memutuskan untuk membeli barang ataupun jasa untuk digunakan.<sup>72</sup>

Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan menggunakan IBM SPSS Statistik versi 22, variabel religiusitas (X3) diperoleh t hitung sebesar 2,356 lebih besar dari t tabel 1,986. Kemudian, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,021 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya variabel religiusitas memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hayatul Maemunah dan Mohammad Nufaiz Mauludin (2021) menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam memilih jasa keuangan syariah. Sejalan dengan penelitian tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Iqbal Falevy,dkk (2022) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas yang dimiliki oleh seseorang maka dapat memberikan pengaruh yang besar untuk keputusan dalam menggunakan layanan keuangan. Religiusitas dapat menjadi salah satu faktor bagi seseorang untuk menaruh kepercayaan tinggi kepada penyedia jasa keuangan syariah.

### **4.7.4 Pengaruh Kualitas Layanan, Lingkungan Sosial dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah**

Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan, diperoleh nilai F hitung 34,158 > F tabel 2,704. Maka dari itu, diperoleh kesimpulan bahwa kualitas layanan, lingkungan sosial dan religiusitas berpengaruh positif dan simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah.

---

<sup>72</sup> Annisa.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Setelah melakukan analisa data penelitian tentang pengaruh kualitas layanan, lingkungan sosial dan religiusitas terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah (studi kasus pada KSPPS NU Sejahtera cabang pegandon kendal), maka terdapat beberapa poin sehingga memperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel kualitas layanan (X1) berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa keuangan syariah. Dibuktikan dengan hasil perolehan nilai t-hitung 4,620 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,986 dan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas layanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa keuangan syariah pada KSPPS NU Sejahtera cabang Pegandon. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh jasa keuangan syariah terutama pada KSPPS NU Sejahtera cabang Pegandon maka akan mampu meningkatkan keputusan nasabah untuk menggunakan jasa keuangan syariah.
2. Variabel lingkungan sosial (X1) berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa keuangan syariah. Dibuktikan dengan hasil perolehan nilai t-hitung 2,176 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,986 dan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,032 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel lingkungan sosial terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa keuangan syariah pada KSPPS NU Sejahtera cabang Pegandon.
3. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, religiusitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa keuangan syariah. Dibuktikan dengan hasil perolehan nilai t-hitung 2,356 lebih besar dari nilai t-tabel sebesar 1,986 dan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,021 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa keuangan syariah pada KSPPS NU Sejahtera cabang Pegandon.

4. Setelah melihat hasil uji yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan, lingkungan sosial dan religiusitas berpengaruh positif dan simultan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa keuangan syariah.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran untuk pengembangan kajian penelitian . Adapun saran tersebut antara lain :

1. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selajutnya diharapkan untuk menambah atau mengembangkan variabel lain, sehingga mampu memberikan penelitian yang lebih variatif dan berbeda dari penelitian sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh penulis saat ini terbatas pada variabel kualitas layanan, lingkungan sosial dan religiusitas.

2. Bagi jasa keuangan syariah

Jasa keuangan syariah diharapkan mampu memperluas jaringan keuangan syariah agar menjangkau masyarakat yang berada pada daerah jauh dari pusat kota. Jasa keuangan syariah juga diharapkan dapat meningkatkan kegiatan pengenalan melalui sosialisasi keuangan syariah dan keunggulan produk yang dimiliki keuangan syariah. Sehingga mampu meningkatkan keputusan nasabah untuk menggunakan jasa keuangan syariah.

3. Bagi nasabah jasa keuangan syariah

Nasabah yang telah menggunakan jasa keuangan syariah dapat mampu terus konsisten untuk menggunakan jasa keuangan syariah dan memberikan asumsi yang baik pada lingkungan sekitar tentang jasa keuangan syariah. Selain berguna untuk kegiatan transaksi, menggunakan jasa keuangan syariah juga merupakan sebagai salah satu wujud pengamalan religiusitas dalam diri.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Prof. Ma'ruf, *Living in the World That Is Fit for Habitation : CCI's Ecumenical and Religious Relationships*, Aswaja Pressindo, 2015
- Annisa, Yoestini, 'Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kesadaran Merek, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Di Kota Semarang)', *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 24.01 (2023), 9
- Ansari Harahap, Desy, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak Usu (Pajus) Medan', *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7.3 (2015), 227–40
- Arfiza Ridwan, Dkk, 'Efektivitas Diabetes Self Management Education Melalui SMS Terhadap Pengetahuan Penderita Diabetes Mellitus : A Pilot Study', *Idea Nursing Journal*, Vol. IX.No. 1 (2018), 65–71
- BPS Kabupaten Kendal, 'Kecamatan Pegandon Dalam Angka', *BPS Kabupaten Kendal*, 2021, 1–234  
<<https://kendalkab.bps.go.id/publication/2021/09/24/f714b8305950088e3fa16c65/kecamatan-pegandon-dalam-angka-2021.html>>
- Chakim, Arief Rahman, 'Pengaruh Relifiusitas,Produk,Layanan Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan Bank Syariah', 8.5.2017, 2022
- Daradjat, Zakiah, *Ilmu Jiwa Agama* (Jakarta: Bulan Bintang, 2007)
- Dr. Dyah Budiastuti Agustinus Bandur, Ph.D., *VALIDITAS DAN RELIABILITAS PENELITIAN Dilengkapi Analisis Dengan NVIVO, SPSS, Dan AMOS*, Mitra Wacana Media T, 2018
- Faruq, Umarul, and Nurul Jennah, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung Pada Produk Tabungan Mudharabah Di KSPPS BMT NU Cabang Camplong', *Mabny: Journal of Sharia Management and Business*, 3.01 (2023), 22–34 <<https://doi.org/10.19105/mabny.v3i01.9111>>
- Fitriana, Rofikah, and Suprehatin Suprehatin, 'Aplikasi Theory of Planned Behavior Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Cair Dalam Kemasan Pada Mahasiswa Indonesia Dan Malaysia', *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 6.2 (2018),

149 <<https://doi.org/10.29244/jai.2018.6.2.149-168>>

Fuadi, Nasrul Fahmi Zaki, 'Wakaf Sebagai Instrumen Ekonomi Pembangunan Islam', *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9.1 (2018), 151–77  
<<https://doi.org/10.21580/economica.2018.9.1.2711>>

Glock, Charles Y., Rodney Stark, Thomas O'Dea, and Bryan Wilson, 'Religion and Society in Tension', *Journal for the Scientific Study of Religion*, 1966, 461  
<<https://doi.org/10.2307/1384173>>

Hasibuan, Norfa Maliarosa, 'Peran Religiusitas Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Muslim Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Majelis Ta'lim Masjid Nur Sa'id Villa Citra Bandar Lampung)', 2012, 19–76

Iryani, Riza Mega, and Rudi Suryo Kristanto, 'Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah, Religiusitas, Lingkungan Sosial, Dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng)', *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10.2 (2022), 191–202  
<<https://doi.org/10.35829/magisma.v10i2.228>>

Jannah, Bambang Perastyo dan Lina miftahul, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, PT Rajagrafindo Persada*, 2016, III

Komite Nasional Keuangan Syariah, 'Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024', *Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional*, 2018, 1–443 <[https://knks.go.id/storage/upload/1573459280-Masterplan Eksyar\\_Preview.pdf](https://knks.go.id/storage/upload/1573459280-Masterplan_Eksyar_Preview.pdf)>

Kotler, P., & Keller, K. L., 'Marketing Management (15th Edition)', *Pearson Education*, 2018

ksppsnu, 'SEKILAS TENTANG PROFIL KSPPS "NU" SEJAHTERA', 2008  
<<https://ksppsnus.com/profil/>>

Laksana, 'Pemasran Adalah Tempat Bertemunya Penjual Dan Pembeli Untuk Melakukan Transaksi Produk Barang Atau Jasa.', *Jurnal Mirai Management*, 8.1 (2019), 206–11

M. Adi Trisna Wahyudi, and Nadia Armadani, 'Kepuasan Layanan Dalam Perspektif Islam (Studi Empiris Pada Usaha Cuci Mobil Tasmin Mojokerto)', *Journal of Islamic Management*, 3.1 (2023), 89–97 <<https://doi.org/10.15642/jim.v3i1.1181>>

- Maharani, Dewi, and Taufiq Hidayat, 'Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah Dalam Perspektif Al-Qur'an', *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 4.1 (2020), 50 <<https://doi.org/10.21043/malia.v4i1.8448>>
- Mahyarni, Mahyarni, 'Theori TRA Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku)', *Jurnal El- Rizasah*, 4.1 (2013), 13–23 <<https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/elriyasah/article/view/17/0>>
- Mentor, Katarina Podlogar, 'Laporan Kinerja Triwulan OJK 2023', 2023
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry, 'A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research', *Journal of Marketing*, 49.4 (1985), 41 <<https://doi.org/10.2307/1251430>>
- Pasolong, Dr. Harbani, *Teori Pengambilan Keputusan*, Penerbit Alfabeta, Bandung (X, 2023 <<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>>
- Peter, J. Paul, and Jerry C. Olson, *Consumer Behavior and Marketing*, ed. by Jane Beck, *Media Analytics*, ninth (Paul Ducham, 2023) <<https://doi.org/10.4324/9780429506956-9>>
- Philip, Kotler, and Kartajaya Hermawan, 'Marketing 4.0.Pdf', 2016, p. 338
- Priadana, M. Sidik, and Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, ed. by Della, 1st edn (Tangerang: Desember, 2021, 2021)
- Putri, Yulia, Ani Solihat, Rani Rahmayani, Iis Iskandar, and Andry Trijumansyah, 'Strategi Meningkatkan Minat Menabung Di Bank Syariah Melalui Penerapan Religiusitas', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 16.1 (2019), 77–88 <<https://doi.org/10.29313/performa.v16i1.4532>>
- Rachmadini, Ghina, 'FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN DALAM MEMILIH BANK UMUM (Studi Pada Mahasiswa S1 Ekonomi Islam Di Malang)', *Jurnal Ilmiah*, 2016, 1–17
- Repository UMY, 'BAB II Kualitas', 1993, 2015, 8–37
- Rosita, Esi, Wahyu Hidayat, and Wiwin Yuliani, 'Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prosocial', *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4.4 (2021), 279 <<https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>>

- Sudrajat, Ajat, and dkk, *Dinul Islam Pendidikan Agama Islam Di Perguruan Tinggi Umum, Dinul Islam*, 2016 <unypress.yogyakarta@gmail.com>
- Sulut, BPS, 'Jumlah Penduduk Menurut Provinsi Di Indonesia', pp. 1–35  
<<https://sulut.bps.go.id/indicator/12/958/1/jumlah-penduduk-menurut-provinsi-di-indonesia.html>>
- Supartoyo, Yesi Hendriani, Bambang Juanda, Muhammad Firdaus, and Jaenal Effendi, 'Pengaruh Sektor Keuangan Bank Perkreditan Rakyat Terhadap Perekonomian Regional Wilayah Sulawesi', *Kajian Ekonomi Dan Keuangan*, 2.1 (2018), 15–38  
<<https://doi.org/10.31685/kek.v2i1.207>>
- Supriadi, Gito, *Statistik Penelitian Pendidikan, Yogyakarta: UNY Press*, 2021
- Syahrur, and Salim, 'Metodologi Penelitian Kuantitatif', 2012, p. Bandung : Cipustaka Media
- Syamsuir, Syamsuir, 'Lembaga Keuangan Islam Non Bank', *Islamika : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 15.1 (2016), 89–112 <<https://doi.org/10.32939/islamika.v15i1.43>>
- Syuhada, and Nuzulah Ana Fitria, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Terhadap Keputusan Anggota Menabung Pada KSPPS BMT Mandiri Sejahtera Jawa Timur', *Ekonomi Syariah*, 4.2 (2021), 89–104
- Tantowi, Moh., Sehat Ihsan Shadiqin, Juwaini, Damanhuri, Syamsul Rijal, Muslim Djuned, and others, 'Membumikan Ajaran Islam Safrilsyah', 2020, p. 123
- Tarigan, Herlina, 'Karakteristik Komersial Dan Perubahan Sosial Petani Kecil', *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 36.2 (2019), 129  
<<https://doi.org/10.21082/fae.v36n2.2018.129-142>>
- Thamrin, Medianto, and Yudi Wahyudin Suwandi, 'Pengaruh Perbedaan Individu, Lingkungan Sosial Budaya Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah', *Journal of Banking and Management*, 5.2 (2022), 29–45
- Widyo Kristantyo, Andreas, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan', *Bulletin of Management and Business*, 2.1 (2021), 1–11  
<<https://doi.org/10.31328/bmb.v2i1.133>>
- Yahya, Imam, and Retnandi Meita Putri, 'Pengaruh Perubahan Biaya Transaksi Kartu Atm

(Anjungan Tunai Mandiri) Pada Tabungan Faedah Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Di Brisyariah Kc Semarang', *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 7.1 (2016), 51–72 <<https://doi.org/10.21580/economica.2016.7.1.1032>>

Yoraeni, Ani, 'Modul Metode Penelitian', *Metode Penelitian*, 5.July (2019), 58

Zulaifa, Widad, 'Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Pembelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa', *Nuevos Sistemas de Comunicación e Información*, 2019, 2013–15

Zulfa, Andria, 'Pengaruh Pertumbuhan Penduduk Dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Tingkat Pengangguran Di Kota Lhokseumawe', *Jurnal Visioner & Strategis*, 5.1 (2016)

## LAMPIRAN

### *Lampiran 1 Kuesioner Penelitian*

#### **KUESIONER PENELITIAN**

Pengaruh Kualitas Layanan, Lingkungan Sosial Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Syariah

(Studi Kasus Pada KSPPS BMT NU Sejahtera Cabang Pegandon Kendal)

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yth. Saudara/i Responden Penelitian

Saya Zahrotul Atsna Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang sedang melakukan penelitian. Mohon kesediaan saudara/i meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian. Kuesioner penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, lingkungan sosial dan religiusitas terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa keuangan syariah. Kesediaan saudara/i mengisi kuesioner ini akan sangat membantu saya dalam penelitian ini. Segala data, informasi serta jawaban yang saudara/i berikan akan dijaga kerahasiaannya serta tidak akan disebarluaskan dan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademis semata. Demikian, terima kasih banyak penulis sampaikan atas kesediaan saudara/i dalam mengisi kuesioner ini. Semoga limpahan kebaikan selalu menyertai saudara/i.

Wassalamu'alaikum Wr.wb

A. Identitas responden

Nama :

Jenis kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

Usia :

- 18-29 tahun

- 30-39 tahun
- 40-49 tahun
- >50 tahun

#### Pendidikan terakhir

- SD
- SLTP
- SLTA
- S1
- S2
- S3

#### Pekerjaan

- Pelajar/mahasiswa
- Pedagang
- Petani
- Peternak
- Guru/dosen/PNS
- Dokter/perawat
- Wiraswasta
- Lainnya

#### Alamat domisili

- Brangsong
- Boja
- Cepiring
- Gemuh
- Kaliwungu
- Kendal
- Limbangan
- Ngampel
- Patebon
- Pegandon
- Ringinarum

- Rowosari
- Sukorejo
- Weleri

**B. Petunjuk pengisian**

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut saudara/i paling sesuai dengan cara klik salah satu pilihan jawaban yang tersedia.

Angka 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

Angka 2 : Tidak Setuju (TS)

Angka 3 : Netral (N)

Angka 4 : Setuju (S)

Angka 5 : Sangat Setuju (SS)

**Kualitas layanan (X1)**

Pertanyaan	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
<b>a. Bukti fisik (Tangible)</b> 1. Penampilan pegawai pada KSPPS BMT NU Sejahtera rapi dan profesional 2. Ruang tunggu pada KSPPS BMT NU Sejahtera terlihat bersih dan nyaman.					
<b>b. Keandalan (Realibility)</b> 3. Teller pada KSPPS BMT NU Sejahtera selalu menyelesaikan transaksi tepat waktu 4. Informasi yang diberikan oleh pegawai KSPPS BMT NU Sejahtera kepada nasabah selalu akurat dan konsisten					
<b>c. Kemampuan tanggapan (Responsiveness)</b> 5. Pegawai KSPPS BMT NU Sejahtera selalu berusaha					

menyelesaikan keluhan saya dengan cepat dan tepat					
6. Pegawai pada KSPPS BMT NU Sejahtera selalu memberikan pelayanan dengan cepat dan tuntas dalam membantu nasabah					
d. Tanggungan (Assurance)					
7. KSPPS BMT NU Sejahtera selalu menjaga kerahasiaan data informasi nasabah					
8. KSPPS BMT NU Sejahtera memiliki sistem keamanan yang baik untuk melindungi data dan uang nasabah					
e. Empati (Empathy)					
9. Pegawai pada KSPPS BMT NU Sejahtera selalu ramah dan sopan kepada nasabah					
10. KSPPS BMT NU Sejahtera selalu berusaha memahami dan memenuhi kebutuhan nasabah					

#### Lingkungan Sosial (X2)

Pertanyaan	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
a. Keluarga					
11. Saya memilih KSPPS BMT NU Sejahtera karena terpengaruh oleh kebiasaan yang dilakukan oleh keluarga saya					
12. Keluarga saya banyak yang menggunakan KSPPS BMT NU Sejahtera					
b. Kelompok acuan					
13. Saya menggunakan KSPPS BMT NU sejahtera karena masyarakat lingkungan saya banyak yang menggunakan keuangan syariah					
14. Saya menggunakan KSPPS BMT NU Sejahtera karena saya bagian dari ormas NU					

<p>c. Budaya /kultur</p> <p>15. Saya memutuskan menggunakan produk pada KSPPS BMT NU Sejahtera karena sesuai dengan norma-norma agama islam</p> <p>16.Saya menggunakan produk pada KSPPS BMT NU Sejahtera karena lingkungan masyarakat disekitar saya patuh terhadap nilai-nilai keagamaan</p>					
<p>c. Kelas sosial</p> <p>17. Saya lebih mempercayai rekomendasi maupun informasi produk keuangan syariah dari tokoh agama</p> <p>18. Saya lebih mempercayai informasi produk keuangan syariah dari kerabat dekat saya</p>					

Religiusitas (X3)

Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
	1	2	3	4	5
<p>a. Dimensi keyakinan</p> <p>19. Agama memiliki peran penting bagi kehidupan saya</p> <p>20. Saya meyakini bahwa riba adalah perbuatan yang dilarang agama</p>					
<p>b. Dimensi peribadatan atau praktik agama</p> <p>21. Saya berusaha untuk patuh terhadap agama saya dengan cara menghindari riba</p> <p>22. Saya percaya bahwa KSPPS BMTNU Sejahtera beroperasi sesuai nilai-nilai agama</p>					
<p>c. Dimensi pengalaman</p> <p>23. Dengan memilih KSPPS BMT NU Sejahtera saya terhindar dari riba membuat keuangan saya menjadi bersih dan saya lebih bertanggung jawab secara moral dalam mengelola keuangan pribadi.</p> <p>24. Dengan menghindari hal-hal yang dilarang agama saya merasa lebih tenang dan damai dalam menjalani hidup</p>					
<p>d. Dimensi penghayatan</p> <p>25. Saya merasa terdorong untuk sedekah dan beramal setelah menggunakan KSPPS BMT NU Sejahtera yang turut mendukung praktik amal dalam islam</p> <p>26. Saya merasa lebih peduli terhadap kegiatan sosial dan bantuan sosial setelah menggunakan KSPPS BMT NU Sejahtera</p>					
<p>e. Dimensi pengetahuan agama</p> <p>27. Saya mengetahui bahwa riba tidak diperbolehkan dalam agama saya</p> <p>28. Saya memahami bahwa produk/layanan KSPPS BMT NU Sejahtera sesuai dengan syariat islam</p>					



## Keputusan (Y)

Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
	1	2	3	4	5
<p>a. Pengenalan masalah</p> <p>29. Saya menggunakan produk KSPPS BMT NU Sejahtera untuk membantu saya dalam melakukan transaksi</p> <p>30. Saya memutuskan menggunakan produk KSPPS BMT NU Sejahtera karena membantu saya menyiapkan kebutuhan saya dimasa depan</p>					
<p>b. pencarian informasi</p> <p>31. Saya mencari informasi tentang produk dan layanan pada KSPPS BMT NU Sejahtera sebelum saya memutuskan menggunakan koperasi ini</p> <p>32. Saya memutuskan menggunakan produk pada KSPPS BMT NU Sejahtera karena saya mengetahui jelas informasi tentang lembaga keuangan syariah ini</p>					
<p>c. Evaluasi alternatif</p> <p>33. Saya membandingkan dengan beberapa koperasi syariah sebelum memutuskan menggunakan KSPPS BMT NU Sejahtera</p> <p>34. Saya meyakini bahwa KSPPS BMT NU Sejahtera memiliki citra baik dibandingkan dengan koperasi lainnya</p>					
<p>d. Keputusan pembelian</p> <p>35. Saya yakin menggunakan KSPPS BMT NU Sejahtera adalah pilihan keputusan terbaik untuk saya</p> <p>36. KSPPS BMT NU Sejahtera memberikan solusi alternatif atas keperluan transaksi saya</p>					
<p>e. Perilaku pasca pembelian</p> <p>37. Saya puas dengan keputusan saya menggunakan KSPPS BMT NU Sejahtera</p> <p>38. Saya akan merekomendasikan KSPPS BMT NU Sejahtera</p>					

kepada orang lain

--	--	--	--	--	--

Lampiran 2 Surat Ijin Penelitian



**K S P P S**  
**"NUSA UMMAT SEJAHTERA"**  
**KOTA SEMARANG**  
Badan Hukum No. 78/Lap-PAD/X/2014



**SURAT KETERANGAN**  
**017/KSPPS-NUS/SK-P.02/XII/2023**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M. Sakdullah, S. Pd. I.  
Jabatan : Manager GA KSPPS NUS

Atas dasar surat Permohonan Izin Penelitian dengan identitas nomor surat 4480/Un.10.5/D1/TA.00.01UWH/12/2023, dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa atas nama di bawah ini :

Nama : Zahrotul Atsna  
NIM : 2005036092  
Lembaga : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang  
Prodi : Perbankan Syariah (S1)

**Diperkenankan untuk melakukan penelitian dan melakukan pengambilan data (kuesioner dan/atau interview, maupun metode lain) terhadap subjek penelitian di KSPPS Nusa Ummat Sejahtera Semarang.**

Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya dan bagi yang berkepentingan harap maklum.

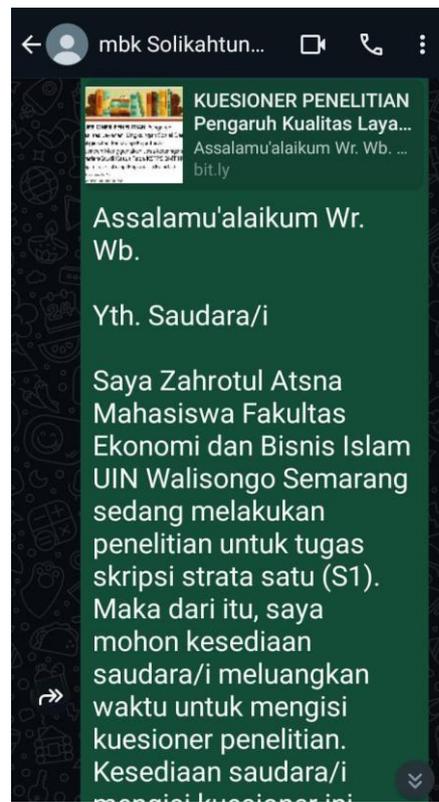
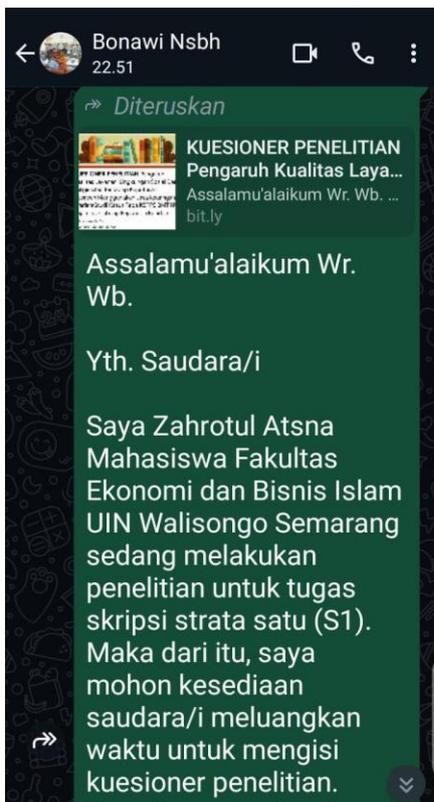
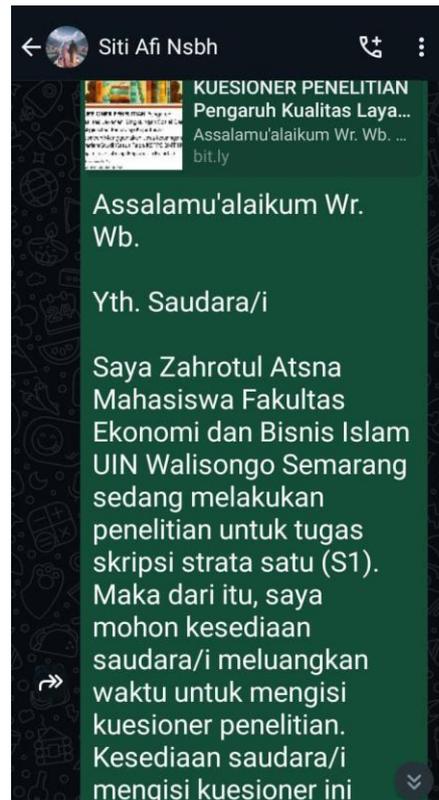
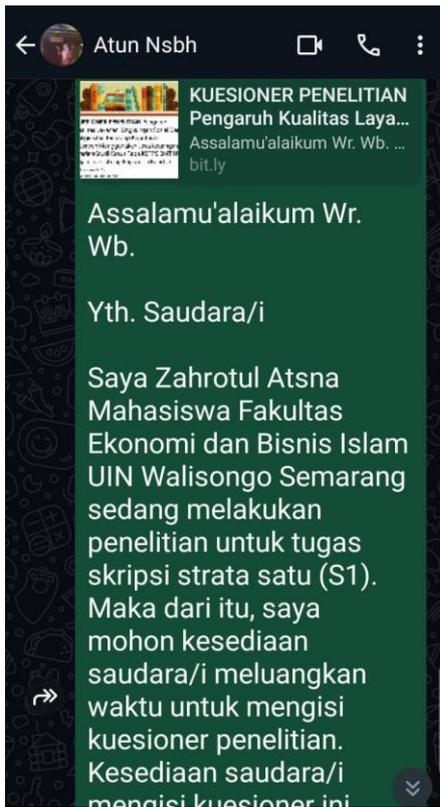
Semarang, 20 Desember 2023

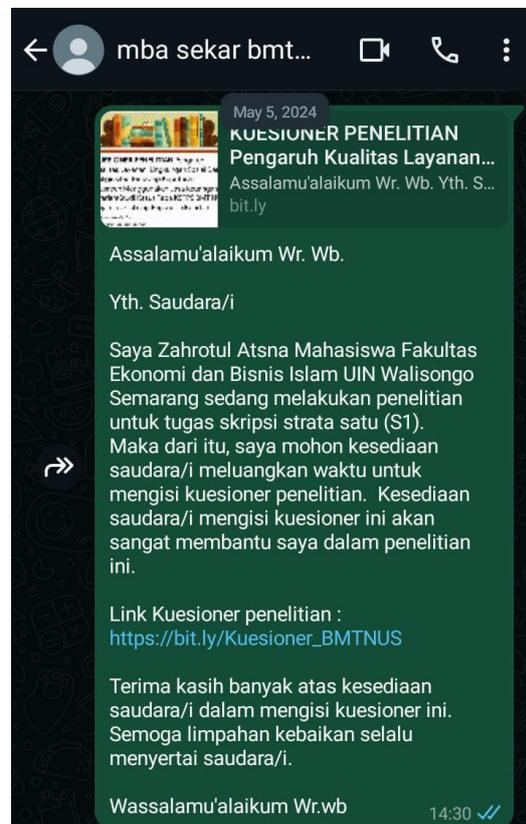
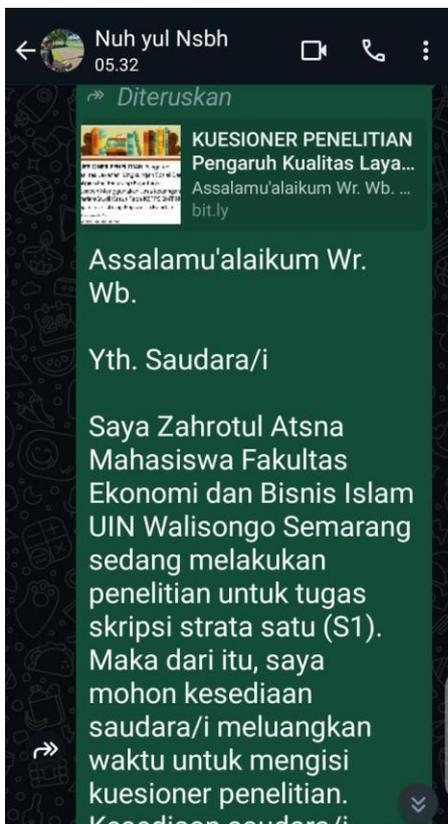
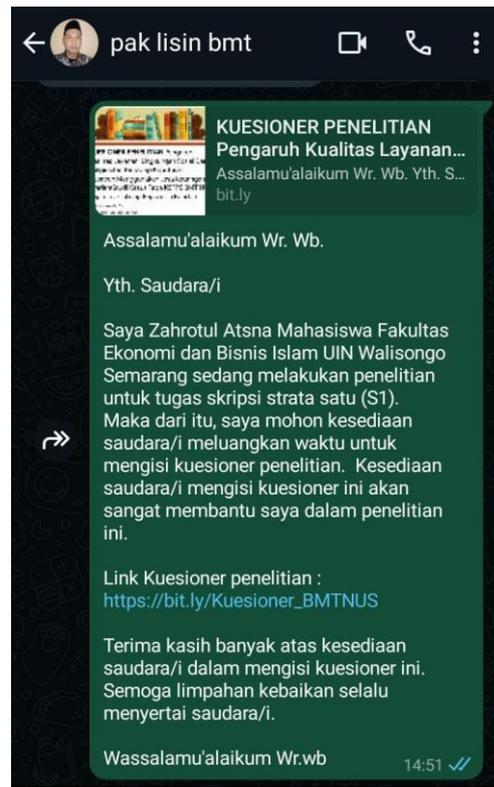
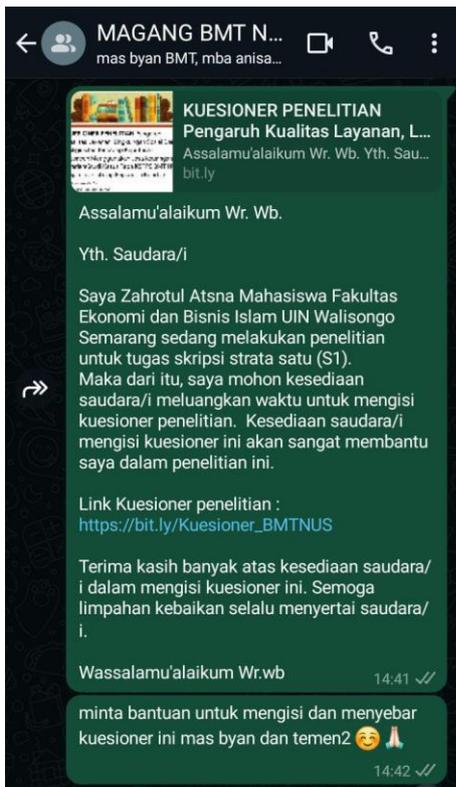
A.n. Direktur Utama KSPPS NUS  
Manager GA

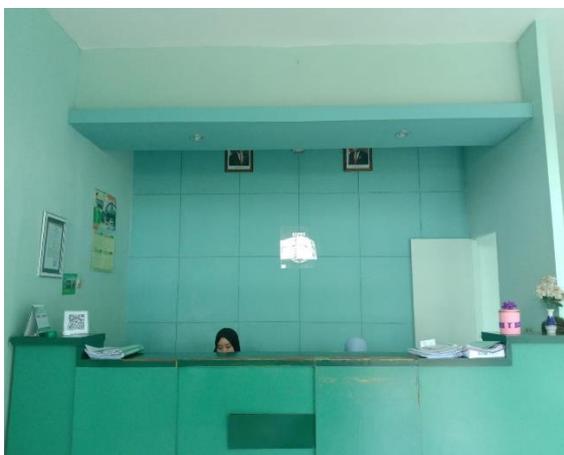
M. Sakdullah, S. Pd. I.

Kantor Pusat Semarang  
Jalan Raya Semarang Kendal Km 15 No. 99 Mangunharjo Tugu Semarang  
Telepon (024) 8660212, Faksimile (024) 8666028  
www.ksppsnus.com

Lampiran 3 Dokumentasi







*Lampiran 4 Data Responden Pilot Test*

<b>No</b>	<b>Nama</b>	<b>Jenis kelamin</b>	<b>Usia</b>	<b>Pendidikan terakhir</b>	<b>Pekerjaan</b>	<b>Asal kecamatan</b>
1	Meylani Sekar Kusuma Putri	Perempuan	17	SLTA	Pelajar/mahasiswa	Weleri
2	SUGENG	Laki-laki	50	SLTA	Wiraswasta	Brangsong
3	Asmawi	Laki-laki	51	SLTA	Wiraswasta	Brangsong
4	Ardan Adiansah	Laki-laki	25	SLTA	Karyawan swasta	Ngampel
5	Faqih imammudin s	Laki-laki	26	S1	Karyawan swasta	Kaliwungu
6	Akhmad yanuar	Laki-laki	34	SLTA	Wiraswasta	Cepiring
7	Abdul Munif	Laki-laki	45	SLTA	Wiraswasta	Kaliwungu
8	Muhammad Fadhil Yassar	Laki-laki	22	SLTA	Pelajar/mahasiswa	Kaliwungu
9	Siti afiyatul	Perempuan	30	S1	Wiraswasta	Brangsong
10	Muhammad zaki adi pratama	Laki-laki	17	SD	Pelajar/mahasiswa	Brangsong
11	Lia nikmatul maula	Perempuan	22	SLTA	Wiraswasta	Ngampel
12	Ifana Risaria	Perempuan	44	S1	Guru/dosen/PNS	Kaliwungu
13	Sobirin	Laki-laki	43	SLTA	Buruh harian lepas	Brangsong
14	Nihayati	Perempuan	41	SLTA	Pedagang	Kaliwungu Selatan
15	Yulianti	Perempuan	45	SLTA	Pedagang	Pegandon
16	SAFAATUN	Perempuan	39	SLTP	Pedagang	Pegandon
17	Sri Handayani	Perempuan	28	SLTA	Wiraswasta	Pegandon
18	Devi Meilani	Perempuan	23	SLTA	Wiraswasta	Pegandon
19	SUYATI	Perempuan	49	SLTP	Petani	Pegandon
20	JURIANTI	Perempuan	35	SLTA	Wiraswasta	Pegandon
21	PANCA SAVIRA DEWI	Perempuan	23	SLTA	Pelajar/mahasiswa	Pegandon
22	Syaifudin	Laki-laki	50	SLTA	Wiraswasta	Patebon
23	Jamal Latif	Laki-laki	28	S1	Wiraswasta	Pegandon
24	Purnama	Laki-laki	45	SLTA	Wiraswasta	Boja
25	Eko Prasetyo	Laki-laki	42	SLTA	Karyawan y	Pegandon
26	Muchamad Sukron Ali Alfian	Laki-laki	37	SLTA	Pekerja pabrik	Pegandon
27	Abdul wahab	Laki-laki	46	SLTA	Pedagang	Brangsong
28	Roy aldy arnanda	Laki-laki	25	SLTA	Wiraswasta	Kendal
29	Tiara Maharani	Perempuan	21	SLTA	Pelajar/mahasiswa	Pegandon
30	Arif Anisa Kurniawan	Laki-laki	20	SLTA	Pelajar/mahasiswa	Brangsong



5	5	3	4	5	3	5	5	35
4	4	2	4	5	5	4	5	33
5	3	5	5	5	4	5	4	36
5	4	4	5	5	5	4	5	37
5	5	4	5	4	5	5	4	37
5	5	4	5	4	5	5	5	38
3	3	3	3	3	3	2	3	23
2	2	2	3	4	3	3	3	22
3	3	4	4	4	4	4	4	30
4	4	5	5	5	4	4	4	35
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	4	3	4	4	4	3	28
4	4	4	5	5	5	5	4	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	3	3	4	5	3	4	28
5	5	5	5	5	5	5	5	40

### X3

X3p1	X3p2	X3p3	X3p4	X3p5	X3p6	X3p7	X3p8	X3p9	X3p10	Total_X3
4	5	5	4	4	4	3	4	5	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	44
4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	37
5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	4	5	4	4	5	5	4	42
4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	44
4	4	4	4	4	4	5	2	1	1	33
5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	45
4	5	5	5	5	5	3	4	5	4	45
5	5	5	5	3	4	3	4	4	4	42
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	48
5	5	4	4	5	5	3	4	4	3	42
5	5	4	3	5	5	5	5	4	4	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	36
5	5	4	3	4	4	4	2	4	4	39
5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	41
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	36
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

Y

Yp1	Yp2	Yp3	Yp4	Yp5	Yp6	Yp7	Yp8	Yp9	Yp10	Total_Y
4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	44
4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	48
5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	38
4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	35
5	1	3	1	1	5	5	5	5	5	36
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	41
4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	45
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42
4	4	3	4	3	4	4	4	3	5	38
4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	46
4	5	5	5	3	3	4	5	5	5	44
5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	47
5	5	4	2	3	4	5	4	5	5	42
5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	48
4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	35
4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	31
4	4	3	3	4	4	2	4	3	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	3	4	4	4	3	4	4	4	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

*Lampiran 6 Data Responden*

<b>Nama</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Usia</b>	<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Pekerjaan</b>	<b>Alamat Domisili</b>
Faizal Yudha Himawan	Laki-laki	18-29 tahun	SLTA	Pedagang	Pegandon
Jupri	Laki-laki	30-39 tahun	SD	Lainnya	Weleri
Erna	Perempuan	30-39 tahun	SLTP	Wiraswasta	Ngampel
Parman	Laki-laki	40-49 tahun	SLTP	Petani	Rowosari
Wahyuni	Perempuan	18-29 tahun	SLTA	Pelajar/mahasi swa	Pegandon
Aspiyah	Perempuan	40-49 tahun	SLTA	Pedagang	Ngampel
Muslimatun	Perempuan	40-49 tahun	SLTP	Wiraswasta	Ngampel
Hera	Perempuan	18-29 tahun	SLTA	Pelajar/mahasi swa	Cepiring
Putri Indriyani	Perempuan	18-29 tahun	SLTA	Pelajar/mahasi swa	Kendal
Alfi	Perempuan	18-29 tahun	S1	Pelajar/mahasi swa	Kendal
siti Chumaesaroh	Perempuan	40-49 tahun	S1	Wiraswasta	Pegandon
Jumiati	Perempuan	>50 tahun	SLTA	Wiraswasta	Ngampel
Robiatun	Perempuan	>50 tahun	SLTA	Wiraswasta	Gemuh
Sugiono	Laki-laki	40-49 tahun	S1	Guru/Dosen/PNS	Weleri
Rina handayani	Perempuan	40-49 tahun	SLTA	Lainnya	Cepiring
Zainal Muttaqien	Laki-laki	30-39 tahun	S1	Wiraswasta	Gemuh
Ahmad Biantoro rofiqi	Laki-laki	30-39 tahun	S1	Pedagang	Pegandon
Triyanto	Laki-laki	>50 tahun	SLTP	Lainnya	Kendal
Tsabita	Perempuan	18-29 tahun	S1	Pelajar/mahasi swa	Brangsong
Nur Azis	Laki-laki	40-49 tahun	SLTP	Lainnya	Pegandon
Wiqoyatul Widah	Perempuan	30-39 tahun	SLTA	Wiraswasta	Cepiring
HUSNUL KHOTIMAH	Perempuan	40-49 tahun	SLTA	Pedagang	Cepiring
Khaerul musafak	Laki-laki	30-39 tahun	SLTA	Pedagang	Ngampel
Nur alif hidaya	Perempuan	18-29 tahun	SLTA	Pedagang	Brangsong
Muchamad Mujib	Laki-laki	18-29 tahun	SLTA	Pelajar/mahasi swa	Kaliwungu
ABDURROZAQ KURNIAWAN	Laki-laki	30-39 tahun	S1	Wiraswasta	Pegandon
Sucia Astya	Perempuan	30-39 tahun	S1	Lainnya	Pegandon
Eni kursini	Perempuan	40-49 tahun	SLTP	Lainnya	Ngampel

		tahun			
Noor Dwi yuli nazilatun	Perempuan	30-39 tahun	SLTA	Wiraswasta	Pegandon
Mazroah	Perempuan	40-49 tahun	SLTA	Petani	Pegandon
Setyo Wicaksono	Laki-laki	30-39 tahun	SLTA	Wiraswasta	Brangsong
Sutriyah	Perempuan	40-49 tahun	SLTP	Petani	Ngampel
Moh. Kholid	Laki-laki	40-49 tahun	SLTP	Peternak	Pegandon
Ana S.	Perempuan	30-39 tahun	SLTA	Wiraswasta	Pegandon
Aning Ayuningsih	Perempuan	18-29 tahun	SLTA	Wiraswasta	Ngampel
laili mustofiah	Perempuan	18-29 tahun	SLTA	Wiraswasta	Ngampel
NURRODHI	Perempuan	30-39 tahun	SLTA	Lainnya	Cepiring
siti rikatul wardahg	Perempuan	18-29 tahun	S1	Wiraswasta	Ngampel
Nico pangestu wibowo	Laki-laki	18-29 tahun	SLTA	Pelajar/mahasi swa	Ngampel
Dwi Sulistyani	Perempuan	30-39 tahun	SLTA	Wiraswasta	Pegandon
Turiyah	Laki-laki	>50 tahun	SD	Petani	Pegandon
Solikhah	Perempuan	40-49 tahun	SLTP	Pedagang	Patebon
TriYono	Laki-laki	>50 tahun	SLTP	Peternak	Weleri
Siti muawanah	Perempuan	40-49 tahun	SLTA	Wiraswasta	Weleri
Sukhati	Perempuan	>50 tahun	SLTA	Pedagang	Ngampel
Mukhammad Khafidin	Laki-laki	18-29 tahun	SLTA	Pelajar/mahasi swa	Kendal
Muslichah	Perempuan	40-49 tahun	SLTP	Lainnya	Brangsong
Vivi Rahmawati	Perempuan	18-29 tahun	SLTA	Wiraswasta	Brangsong
Sri Dewi mustofiah	Perempuan	18-29 tahun	SLTA	Wiraswasta	Cepiring
Umi Sunusiyah	Perempuan	30-39 tahun	SLTA	Wiraswasta	Pegandon
siti fatimah	Perempuan	40-49 tahun	SLTA	Pedagang	Pegandon
Eko prasetyo	Laki-laki	30-39 tahun	SLTP	Pedagang	Pegandon
Kasani	Laki-laki	30-39 tahun	SLTP	Pedagang	Pegandon
Setyo Wiri	Laki-laki	40-49 tahun	SD	Petani	Pegandon
Siti afiyatul	Perempuan	30-39 tahun	SLTA	Pedagang	Pegandon
Taufiqur rohman	Laki-laki	30-39 tahun	SLTA	Pedagang	Pegandon
Solikhatus	Perempuan	>50 tahun	S1	Pedagang	Pegandon

Gang adi	Laki-laki	30-39 tahun	S1	Guru/Dosen/PNS	Kaliwungu
Setia Naka Andrian	Laki-laki	30-39 tahun	S3	Guru/Dosen/PNS	Brangsong
Syafaatul hikmah	Perempuan	18-29 tahun	SLTA	Wiraswasta	Patebon
Bunawi	Laki-laki	30-39 tahun	SLTP	Pedagang	Pegandon
libaan muhyadin mohar	Laki-laki	18-29 tahun	S2	Pedagang	Pegandon
Asmi	Perempuan	40-49 tahun	SLTP	Petani	Pegandon
Mastur	Laki-laki	40-49 tahun	SD	Petani	Pegandon
Roy Ari's Munanjar	Laki-laki	18-29 tahun	SLTA	Pelajar/mahasiswa	Gemuh
Rohimah	Perempuan	30-39 tahun	SLTP	Petani	Pegandon
Faikotun hikmah	Perempuan	40-49 tahun	S1	Guru/Dosen/PNS	Kendal
Zahra aris w	Perempuan	18-29 tahun	SLTP	Pelajar/mahasiswa	Gemuh
maskuri	Laki-laki	40-49 tahun	SLTA	Peternak	Patebon
Siti Maryuni	Perempuan	30-39 tahun	SLTP	Petani	Pegandon
Sudiono	Laki-laki	>50 tahun	SLTA	Pedagang	Ngampel
Satya salsabila	Perempuan	18-29 tahun	S1	Guru/Dosen/PNS	Patebon
ALIYAH	Perempuan	40-49 tahun	SLTP	Petani	Ngampel
Siti Sundari	Perempuan	30-39 tahun	SLTP	Pedagang	Pegandon
Suwarto	Laki-laki	>50 tahun	SD	Petani	Pegandon
Moh. Nuh	Laki-laki	30-39 tahun	SLTA	Wiraswasta	Brangsong
Tikha Dian R	Perempuan	18-29 tahun	SLTP	Pedagang	Pegandon
Hendri Kurniawan	Laki-laki	18-29 tahun	SLTA	Pelajar/mahasiswa	Brangsong
robi Saputra	Laki-laki	18-29 tahun	SLTP	Pedagang	Kaliwungu
Bayu andika	Laki-laki	30-39 tahun	SLTA	Peternak	Kendal
Sokibin	Laki-laki	40-49 tahun	S1	Guru/Dosen/PNS	Ngampel
Sulthon Abdallah	Laki-laki	18-29 tahun	SLTA	Pelajar/mahasiswa	Brangsong
hanum diyah Ningrum	Perempuan	18-29 tahun	S2	Guru/Dosen/PNS	Pegandon
farhah tun nisa misbah	Perempuan	18-29 tahun	S1	Pelajar/mahasiswa	Ngampel
agus saidar	Laki-laki	30-39 tahun	S2	Guru/Dosen/PNS	Gemuh
Haris Munandar	Laki-laki	18-29 tahun	S1	Pelajar/mahasiswa	Cepiring
Muhamad malana Yusuf	Laki-laki	18-29	S2	Pelajar/mahasiswa	Pegandon

		tahun		swa	
Nur inayati	Perempuan	40-49 tahun	SD	Petani	Ngampel
YULYANAH	Perempuan	30-39 tahun	SLTA	Petani	Ngampel
siti masruroh	Perempuan	18-29 tahun	SLTP	Pedagang	Ngampel
Mustamiroh	Perempuan	18-29 tahun	SLTP	Wiraswasta	Ngampel
Mustatiah	Perempuan	18-29 tahun	SLTP	Wiraswasta	Ngampel
Rasiyah	Perempuan	18-29 tahun	SLTA	Wiraswasta	Ngampel
endang kusmawati	Perempuan	18-29 tahun	SLTA	Pelajar/mahasi swa	Cepiring
Siti rondiyah	Perempuan	18-29 tahun	SLTA	Pelajar/mahasi swa	Gemuh

*Lampiran 7 Data Tabulasi*

Variabel X1 (Kualitas Layanan)

X1P1	X1P2	X1P3	X1P4	X1P5	X1P6	X1P7	X1P8	X1P9	X1P10	TOTAL X1
3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	35
4	4	4	1	4	3	3	4	5	4	36
4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	45
4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	47
4	4	4	3	4	3	5	4	5	4	40
5	4	3	5	4	5	4	4	5	3	42
5	5	4	4	3	3	4	4	3	3	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	5	3	4	3	5	4	5	41
4	4	3	4	3	4	3	4	5	4	38
4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	37
4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
5	5	5	4	4	5	3	5	5	4	45
5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	43
4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	44
4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	46
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
4	4	5	5	4	4	4	3	5	5	43
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
2	3	5	4	3	3	5	4	5	5	39
5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	42
5	4	5	5	5	1	1	1	1	5	33
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	47
4	4	4	5	5	3	5	3	5	5	43
3	3	3	5	5	5	5	5	4	5	43
5	4	4	4	3	5	5	5	4	4	43
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	48
5	5	4	3	5	4	5	5	5	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
5	3	4	5	5	5	5	5	5	2	44
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42

5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	45
5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	47
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	39
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	43
5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	45
4	5	4	5	4	5	4	3	5	5	44
5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	47
4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	43
5	5	5	4	5	3	3	4	5	5	44
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	48
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	46
5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	47
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	46
4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	35
5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	47
4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	44
4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	46
4	4	5	3	5	4	5	4	4	4	42
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48

5	4	4	4	4	3	3	5	5	5	42
4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	3	5	4	4	5	5	45
5	5	4	4	4	5	5	3	4	4	43
5	5	4	3	3	5	4	4	5	5	43
5	5	3	3	5	5	4	4	4	5	43
4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	45
5	5	5	3	4	4	5	5	4	5	45
3	3	5	5	5	4	4	3	5	3	40
5	3	3	4	4	5	5	3	3	5	40
3	3	5	4	4	3	5	5	4	4	40
3	3	5	5	5	4	4	3	3	5	40
3	3	5	4	5	5	3	3	5	5	41
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	48
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	47
5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
5	4	5	5	5	5	4	3	3	4	43
4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	45

Variabel X2 (Lingkungan Sosial)

X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2P6	X2P7	X2P8	TOTAL X2
3	4	3	4	4	4	4	4	30
4	4	5	5	4	5	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	3	3	4	4	3	4	31
3	3	2	4	5	4	4	3	28
2	2	3	4	3	4	3	4	25
3	3	4	4	4	4	3	3	28
5	3	4	5	4	4	4	4	33
4	3	4	4	4	3	4	3	29
3	4	4	3	3	4	3	3	27
4	4	3	3	3	3	3	4	27

4	3	4	4	3	3	4	4	29
4	4	3	5	5	5	4	5	35
4	4	4	4	4	5	5	4	34
5	4	5	5	4	4	4	4	35
4	4	5	5	4	4	5	5	36
4	4	4	2	3	4	2	4	27
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	3	3	5	2	5	5	4	32
4	5	5	4	4	2	5	4	33
4	4	4	2	5	5	5	5	34
5	5	5	5	4	5	5	5	39
5	4	4	4	4	4	4	4	33
5	4	4	3	4	4	4	5	33
5	3	5	5	5	5	5	5	38
5	5	2	5	4	4	5	5	35
5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	5	4	2	5	5	4	4	34
4	4	5	4	5	5	5	4	36
5	5	1	4	5	4	4	4	32
4	5	5	5	5	5	5	4	38
4	3	4	5	3	3	5	5	32
4	5	5	4	4	5	4	5	36
4	5	5	1	3	4	4	4	30
5	4	5	5	5	4	5	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	5	4	5	4	3	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	3	4	4	4	4	5	33
5	5	4	5	5	5	5	5	39
4	4	5	5	5	4	5	1	33
5	4	4	4	5	5	4	5	36
4	4	4	4	5	4	5	5	35
5	4	4	5	5	5	4	5	37
5	4	4	5	5	5	5	5	38
5	2	4	5	5	4	5	5	35
3	3	5	5	4	4	5	4	33
5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32

5	5	5	4	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	2	2	4	2	4	4	4	26
5	5	5	3	5	4	5	5	37
4	4	5	5	5	5	4	5	37
4	3	4	4	3	5	5	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	4	4	4	4	4	34
4	4	3	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	4	4	4	5	5	36
4	3	5	5	5	5	5	5	37
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	5	5	4	4	3	4	5	35
5	4	4	5	5	5	5	5	38
5	5	5	3	5	5	5	4	37
5	5	5	4	4	5	4	5	37
4	4	4	3	4	4	3	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	5	4	5	5	5	5	35
4	4	5	5	5	4	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	4	5	5	4	5	5	37
5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	4	4	5	5	5	3	4	35
3	4	5	5	4	4	5	5	35
5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	4	5	5	39
4	4	5	5	5	3	5	5	36
5	4	4	4	3	5	5	5	35
3	3	5	5	5	4	5	4	34
5	4	4	4	5	3	5	3	33
4	4	4	5	5	4	3	5	34
5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	5	5	5	5	5	5	4	39

5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	5	5	5	4	5	5	5	39
4	5	5	5	5	4	5	5	38
5	5	5	4	5	5	4	5	38

Variabel X3 (Religiusitas)

X3P1	X3P2	X3P3	X3P4	X3P5	X3P6	X3P7	X3P8	X3P9	X3P10	TOTAL X3
4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	35
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	47
5	4	5	4	4	4	3	4	5	4	42
5	2	3	3	4	5	4	3	5	4	38
2	3	3	3	3	4	5	3	4	3	33
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	3	5	5	3	3	4	5	41
5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	45
5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	45
5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	44
5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	43
5	5	4	3	4	5	4	3	5	5	43
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	45
4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	46
4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44
4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	44
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	5	5	5	4	4	4	4	2	2	40
5	5	4	5	3	5	5	4	4	5	45
5	3	3	3	4	3	3	4	5	5	38
5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	4	5	3	3	5	5	45
5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	46
5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	47
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
4	4	5	4	5	5	3	5	5	5	45

5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	43
5	5	5	4	3	4	5	4	4	4	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	5	2	4	4	5	5	5	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	45
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	45
5	4	5	4	4	4	3	3	5	4	41
4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	46
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	4	4	2	3	5	4	41
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	46
5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	48
5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	46
4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	44
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
5	4	4	4	4	3	3	5	5	5	42
4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	46

5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	47
5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	47
5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	46
4	4	4	4	3	5	4	5	5	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	46
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
5	5	3	3	4	5	5	5	2	5	42
3	5	5	4	5	5	5	4	4	5	45
4	3	5	4	4	3	3	5	5	5	41
5	5	4	3	5	4	4	5	3	4	42
5	4	4	3	3	5	4	4	4	5	41
5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48
5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	46
4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	41
5	4	3	4	4	5	5	5	4	5	44
3	5	5	5	4	5	5	4	3	5	44
5	4	5	5	5	4	4	3	3	5	43
4	4	3	3	5	5	5	4	4	4	41
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48
5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	46
4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
5	5	5	4	5	5	4	3	5	5	46
5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
4	4	3	5	4	4	5	4	3	4	40
5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	46

Variabel Y (Keputusan)

YP1	YP2	YP3	YP4	YP5	YP6	YP7	YP8	YP9	YP10	TOTAL Y
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	33
5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	45
3	3	4	4	2	3	4	3	4	4	34
5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	39

5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
3	4	4	5	5	3	4	5	5	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	36
4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	36
3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	35
4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	44
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	44
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	47
5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	47
5	4	3	5	5	5	4	5	4	4	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	46
3	5	4	4	4	4	5	4	4	3	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	45
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	47
5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
4	4	5	5	5	2	5	4	5	5	44
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	46
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	5	5	4	5	4	4	3	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	5	5	2	4	3	4	39
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	4	4	4	4	5	5	5	5	4	42
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	46

5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	45
5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	47
4	4	2	3	4	4	5	5	5	5	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	47
5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	46
4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	47
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	46
3	4	3	4	4	4	4	5	5	4	40
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	3	5	5	5	4	5	5	4	44
5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	40
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	47
4	4	5	5	3	3	5	5	4	4	42
4	4	3	3	3	5	4	4	5	3	38
4	4	3	5	4	5	4	4	3	3	39
5	4	4	3	5	4	5	5	5	5	45
5	5	2	5	2	5	5	5	5	5	44
4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	40
5	3	3	4	5	4	4	3	3	5	39
5	3	4	5	5	3	4	3	5	5	42

4	4	4	5	3	3	4	3	5	5	40
5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	47
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	47
3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	45

Lampiran 8 Output Data SPSS

1. Hasil Uji Validitas Pilot Test

Correlations

		X1p1	X1p2	X1p3	X1p4	X1p5	X1p6	X1p7	X1p8	X1p9	X1p10	Total_X1
X1p1	Pearson Correlation	1	.350	.356	.426*	.327	.447*	.008	.374*	-.016	.350	.537**
	Sig. (2-tailed)		.058	.054	.019	.077	.013	.967	.042	.932	.058	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1p2	Pearson Correlation	.350	1	.429*	.127	.261	.447*	.193	.443*	-.004	.331	.540**
	Sig. (2-tailed)	.058		.018	.504	.163	.013	.307	.014	.984	.074	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1p3	Pearson Correlation	.356	.429*	1	.322	.504**	.492**	.329	.319	.313	.661**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.054	.018		.083	.004	.006	.076	.086	.092	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1p4	Pearson Correlation	.426*	.127	.322	1	.538**	.309	.287	.364*	.127	.246	.561**
	Sig. (2-tailed)	.019	.504	.083		.002	.097	.124	.048	.504	.190	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1p5	Pearson Correlation	.327	.261	.504**	.538**	1	.594**	.511**	.599**	.355	.728**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.077	.163	.004	.002		.001	.004	.000	.054	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1p6	Pearson Correlation	.447*	.447*	.492**	.309	.594**	1	.264	.422*	.250	.546**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.013	.013	.006	.097	.001		.159	.020	.183	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1p7	Pearson Correlation	.008	.193	.329	.287	.511**	.264	1	.434*	.520**	.520**	.622**
	Sig. (2-tailed)	.967	.307	.076	.124	.004	.159		.017	.003	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1p8	Pearson Correlation	.374*	.443*	.319	.364*	.599**	.422*	.434*	1	.239	.545**	.726**
	Sig. (2-tailed)	.042	.014	.086	.048	.000	.020	.017		.204	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1p9	Pearson Correlation	-.016	-.004	.313	.127	.355	.250	.520**	.239	1	.442*	.491**

	Sig. (2-tailed)	.932	.984	.092	.504	.054	.183	.003	.204		.014	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1p10	Pearson Correlation	.350	.331	.661**	.246	.728**	.546**	.520**	.545**	.442*	1	.819**
	Sig. (2-tailed)	.058	.074	.000	.190	.000	.002	.003	.002	.014		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_X1	Pearson Correlation	.537**	.540**	.711**	.561**	.834**	.733**	.622**	.726**	.491**	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.006	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

## 2. Hasil Uji Validitas Pilot Test X2

### Correlations

		X2p1	X2p2	X2p3	X2p4	X2p5	X2p6	X2p7	X2p8	Total_X2
X2p1	Pearson Correlation	1	.596**	.355	.437*	.173	.336	.589**	.375*	.747**
	Sig. (2-tailed)		.001	.054	.016	.361	.069	.001	.041	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2p2	Pearson Correlation	.596**	1	.385*	.267	.208	.362*	.510**	.241	.680**
	Sig. (2-tailed)	.001		.036	.155	.271	.049	.004	.199	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2p3	Pearson Correlation	.355	.385*	1	.327	.274	.223	.485**	.078	.578**
	Sig. (2-tailed)	.054	.036		.078	.142	.235	.007	.680	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2p4	Pearson Correlation	.437*	.267	.327	1	.442*	.454*	.589**	.398*	.715**
	Sig. (2-tailed)	.016	.155	.078		.014	.012	.001	.029	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2p5	Pearson Correlation	.173	.208	.274	.442*	1	.543**	.477**	.508**	.621**
	Sig. (2-tailed)	.361	.271	.142	.014		.002	.008	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2p6	Pearson Correlation	.336	.362*	.223	.454*	.543**	1	.458*	.374*	.675**
	Sig. (2-tailed)	.069	.049	.235	.012	.002		.011	.042	.000

N		30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2p7	Pearson Correlation	.589**	.510**	.485**	.589**	.477**	.458*	1	.399*	.825**
	Sig. (2-tailed)	.001	.004	.007	.001	.008	.011		.029	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2p8	Pearson Correlation	.375*	.241	.078	.398*	.508**	.374*	.399*	1	.600**
	Sig. (2-tailed)	.041	.199	.680	.029	.004	.042	.029		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_X2	Pearson Correlation	.747**	.680**	.578**	.715**	.621**	.675**	.825**	.600**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

### 3. Hasil Uji Validitas Pilot Test X3

#### Correlations

	X3p1	X3p2	X3p3	X3p4	X3p5	X3p6	X3p7	X3p8	X3p9	X3p10	Total_x3	
X3p1	Pearson Correlation	1	.641**	.379*	.337	.298	.472**	.175	.299	.245	.222	.563**
	Sig. (2-tailed)		.000	.039	.068	.109	.008	.354	.108	.192	.238	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3p2	Pearson Correlation	.641**	1	.680**	.495**	.454*	.672**	.217	.441*	.440*	.358	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.005	.012	.000	.249	.015	.015	.052	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3p3	Pearson Correlation	.379*	.680**	1	.717**	.318	.549**	.222	.320	.456*	.518**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.039	.000		.000	.087	.002	.239	.084	.011	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3p4	Pearson Correlation	.337	.495**	.717**	1	.269	.602**	.193	.252	.428*	.503**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.068	.005	.000		.151	.000	.307	.180	.018	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3p5	Pearson Correlation	.298	.454*	.318	.269	1	.588**	.475**	.407*	.365*	.300	.649**
	Sig. (2-tailed)	.109	.012	.087	.151		.001	.008	.025	.047	.107	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

X3p6	Pearson Correlation	.472**	.672**	.549**	.602**	.588**	1	.295	.278	.321	.411*	.718**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.002	.000	.001		.114	.137	.083	.024	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3p7	Pearson Correlation	.175	.217	.222	.193	.475**	.295	1	.415*	.086	.157	.489**
	Sig. (2-tailed)	.354	.249	.239	.307	.008	.114		.023	.650	.406	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3p8	Pearson Correlation	.299	.441*	.320	.252	.407*	.278	.415*	1	.717**	.613**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.108	.015	.084	.180	.025	.137	.023		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3p9	Pearson Correlation	.245	.440*	.456*	.428*	.365*	.321	.086	.717**	1	.773**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.192	.015	.011	.018	.047	.083	.650	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3p10	Pearson Correlation	.222	.358	.518**	.503**	.300	.411*	.157	.613**	.773**	1	.750**
	Sig. (2-tailed)	.238	.052	.003	.005	.107	.024	.406	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_x3	Pearson Correlation	.563**	.747**	.719**	.674**	.649**	.718**	.489**	.746**	.749**	.750**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.006	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

#### 4. Hasil Uji Validitas Pilot Test Y

##### Correlations

		Yp1	Yp2	Yp3	Yp4	Yp5	Yp6	Yp7	Yp8	Yp9	Yp10	Total_y
Yp1	Pearson Correlation	1	.581**	.617**	.337	.299	.533**	.408*	.573**	.403*	.245	.639**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.069	.109	.002	.025	.001	.027	.192	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Yp2	Pearson Correlation	.581**	1	.431*	.266	.255	.483**	.561**	.604**	.586**	.443*	.682**
	Sig. (2-tailed)	.001		.018	.155	.173	.007	.001	.000	.001	.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Yp3	Pearson Correlation	.617**	.431*	1	.767**	.591**	.578**	.639**	.734**	.713**	.394*	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.018		.000	.001	.001	.000	.000	.000	.031	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Yp4	Pearson Correlation	.337	.266	.767**	1	.703**	.458*	.516**	.723**	.578**	.458*	.768**
	Sig. (2-tailed)	.069	.155	.000		.000	.011	.004	.000	.001	.011	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Yp5	Pearson Correlation	.299	.255	.591**	.703**	1	.554**	.462*	.554**	.607**	.473**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.109	.173	.001	.000		.001	.010	.001	.000	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Yp6	Pearson Correlation	.533**	.483**	.578**	.458*	.554**	1	.476**	.396*	.511**	.422*	.718**
	Sig. (2-tailed)	.002	.007	.001	.011	.001		.008	.030	.004	.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Yp7	Pearson Correlation	.408*	.561**	.639**	.516**	.462*	.476**	1	.631**	.794**	.529**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.025	.001	.000	.004	.010	.008		.000	.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Yp8	Pearson Correlation	.573**	.604**	.734**	.723**	.554**	.396*	.631**	1	.643**	.643**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.001	.030	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Yp9	Pearson Correlation	.403*	.586**	.713**	.578**	.607**	.511**	.794**	.643**	1	.586**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.027	.001	.000	.001	.000	.004	.000	.000		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Yp10	Pearson Correlation	.245	.443*	.394*	.458*	.473**	.422*	.529**	.643**	.586**	1	.691**
	Sig. (2-tailed)	.192	.014	.031	.011	.008	.020	.003	.000	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_y	Pearson Correlation	.639**	.682**	.848**	.768**	.729**	.718**	.803**	.848**	.855**	.691**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

## 1. Hasil Uji Validitas

### Kualitas Layanan (X1)

#### Correlations

	X1p1	X1p2	X1p3	X1p4	X1p5	X1p6	X1p7	X1p8	X1p9	X1p10	Total_X1
X1p1 Pearson Correlation	1	.532**	.095	.199	.163	.256*	.063	.261*	.067	.166	.501**
X1p1 Sig. (2-tailed)		.000	.361	.053	.115	.012	.543	.011	.517	.108	.000
X1p1 N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1p2 Pearson Correlation	.532**	1	.270**	.105	.130	.257*	.010	.275**	.203*	.284**	.547**
X1p2 Sig. (2-tailed)	.000		.008	.312	.208	.012	.920	.007	.048	.005	.000
X1p2 N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1p3 Pearson Correlation	.095	.270**	1	.311**	.324**	-.008	.056	.122	.165	.229*	.429**
X1p3 Sig. (2-tailed)	.361	.008		.002	.001	.938	.587	.240	.111	.026	.000
X1p3 N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1p4 Pearson Correlation	.199	.105	.311**	1	.335**	.235*	.104	.067	.090	.207*	.474**
X1p4 Sig. (2-tailed)	.053	.312	.002		.001	.022	.316	.519	.383	.044	.000
X1p4 N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1p5 Pearson Correlation	.163	.130	.324**	.335**	1	.320**	.299**	.168	.244*	.305**	.589**
X1p5 Sig. (2-tailed)	.115	.208	.001	.001		.002	.003	.105	.017	.003	.000
X1p5 N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1p6 Pearson Correlation	.256*	.257*	-.008	.235*	.320**	1	.405**	.380**	.394**	.224*	.655**
X1p6 Sig. (2-tailed)	.012	.012	.938	.022	.002		.000	.000	.000	.029	.000
X1p6 N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1p7 Pearson Correlation	.063	.010	.056	.104	.299**	.405**	1	.478**	.332**	.101	.544**
X1p7 Sig. (2-tailed)	.543	.920	.587	.316	.003	.000		.000	.001	.332	.000
X1p7 N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1p8 Pearson Correlation	.261*	.275**	.122	.067	.168	.380**	.478**	1	.524**	.174	.645**
X1p8 Sig. (2-tailed)	.011	.007	.240	.519	.105	.000	.000		.000	.092	.000
X1p8 N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95

X1p9	Pearson Correlation	.067	.203*	.165	.090	.244*	.394**	.332**	.524**	1	.213*	.596**
	Sig. (2-tailed)	.517	.048	.111	.383	.017	.000	.001	.000		.038	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1p10	Pearson Correlation	.166	.284**	.229*	.207*	.305**	.224*	.101	.174	.213*	1	.514**
	Sig. (2-tailed)	.108	.005	.026	.044	.003	.029	.332	.092	.038		.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Total_X1	Pearson Correlation	.501**	.547**	.429**	.474**	.589**	.655**	.544**	.645**	.596**	.514**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95

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

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

## Lingkungan Sosial (X2)

### Correlations

		X2p1	X2p2	X2p3	X2p4	X2p5	X2p6	X2p7	X2p8	Total_X2
X2p1	Pearson Correlation	1	.579**	.184	.243*	.347**	.399**	.385**	.433**	.666**
	Sig. (2-tailed)		.000	.074	.018	.001	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X2p2	Pearson Correlation	.579**	1	.327**	.045	.414**	.306**	.297**	.338**	.628**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.667	.000	.003	.004	.001	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X2p3	Pearson Correlation	.184	.327**	1	.273**	.414**	.285**	.445**	.300**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.074	.001		.007	.000	.005	.000	.003	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X2p4	Pearson Correlation	.243*	.045	.273**	1	.407**	.279**	.535**	.339**	.601**
	Sig. (2-tailed)	.018	.667	.007		.000	.006	.000	.001	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X2p5	Pearson Correlation	.347**	.414**	.414**	.407**	1	.417**	.438**	.334**	.717**
	Sig. (2-tailed)									
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95

	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X2p6	Pearson Correlation	.399**	.306**	.285**	.279**	.417**	1	.360**	.409**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.005	.006	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X2p7	Pearson Correlation	.385**	.297**	.445**	.535**	.438**	.360**	1	.425**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X2p8	Pearson Correlation	.433**	.338**	.300**	.339**	.334**	.409**	.425**	1	.667**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.003	.001	.001	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Total_X2	Pearson Correlation	.666**	.628**	.627**	.601**	.717**	.639**	.735**	.667**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95

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

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

### Religiusitas (X3)

#### Correlations

		X3p1	X3p2	X3p3	X3p4	X3p5	X3p6	X3p7	X3p8	X3p9	X3p10	Total_X3
X3p1	Pearson Correlation	1	.400**	.241*	.138	.111	.107	.006	.143	.241*	.202	.451**
	Sig. (2-tailed)		.000	.019	.182	.285	.300	.955	.166	.019	.050	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3p2	Pearson Correlation	.400**	1	.576**	.360**	.139	.259*	.317**	.190	.040	.172	.612**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.181	.011	.002	.065	.703	.095	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3p3	Pearson Correlation	.241*	.576**	1	.534**	.290**	.166	.076	.136	.252*	.113	.601**
	Sig. (2-tailed)	.019	.000		.000	.004	.107	.467	.190	.014	.278	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95

X3p4	Pearson Correlation	.138	.360**	.534**	1	.247*	.230*	.397**	.405**	.163	.225*	.662**
	Sig. (2-tailed)	.182	.000	.000		.016	.025	.000	.000	.115	.028	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3p5	Pearson Correlation	.111	.139	.290**	.247*	1	.300**	.210*	.179	.085	.209*	.491**
	Sig. (2-tailed)	.285	.181	.004	.016		.003	.041	.082	.412	.042	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3p6	Pearson Correlation	.107	.259*	.166	.230*	.300**	1	.568**	.237*	.172	.257*	.574**
	Sig. (2-tailed)	.300	.011	.107	.025	.003		.000	.021	.096	.012	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3p7	Pearson Correlation	.006	.317**	.076	.397**	.210*	.568**	1	.534**	.027	.212*	.601**
	Sig. (2-tailed)	.955	.002	.467	.000	.041	.000		.000	.799	.039	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3p8	Pearson Correlation	.143	.190	.136	.405**	.179	.237*	.534**	1	.283**	.403**	.629**
	Sig. (2-tailed)	.166	.065	.190	.000	.082	.021	.000		.005	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3p9	Pearson Correlation	.241*	.040	.252*	.163	.085	.172	.027	.283**	1	.358**	.465**
	Sig. (2-tailed)	.019	.703	.014	.115	.412	.096	.799	.005		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X3p10	Pearson Correlation	.202	.172	.113	.225*	.209*	.257*	.212*	.403**	.358**	1	.553**
	Sig. (2-tailed)	.050	.095	.278	.028	.042	.012	.039	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Total_X3	Pearson Correlation	.451**	.612**	.601**	.662**	.491**	.574**	.601**	.629**	.465**	.553**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95

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

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

## Keputusan (Y)

## Correlations

		Yp1	Yp2	Yp3	Yp4	Yp5	Yp6	Yp7	Yp8	Yp9	Yp10	Total_Y
Yp1	Pearson Correlation	1	.430**	.400**	.438**	.383**	.452**	.350**	.347**	.287**	.513**	.684**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.005	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Yp2	Pearson Correlation	.430**	1	.523**	.389**	.386**	.442**	.423**	.446**	.295**	.360**	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Yp3	Pearson Correlation	.400**	.523**	1	.549**	.446**	.161	.371**	.300**	.251*	.358**	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.119	.000	.003	.014	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Yp4	Pearson Correlation	.438**	.389**	.549**	1	.384**	.310**	.412**	.365**	.294**	.365**	.668**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.002	.000	.000	.004	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Yp5	Pearson Correlation	.383**	.386**	.446**	.384**	1	.389**	.328**	.370**	.284**	.384**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.000	.005	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Yp6	Pearson Correlation	.452**	.442**	.161	.310**	.389**	1	.361**	.488**	.303**	.286**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.119	.002	.000		.000	.000	.003	.005	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Yp7	Pearson Correlation	.350**	.423**	.371**	.412**	.328**	.361**	1	.593**	.583**	.487**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Yp8	Pearson Correlation	.347**	.446**	.300**	.365**	.370**	.488**	.593**	1	.562**	.464**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.003	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Yp9	Pearson Correlation	.287**	.295**	.251*	.294**	.284**	.303**	.583**	.562**	1	.561**	.640**
	Sig. (2-tailed)	.005	.004	.014	.004	.005	.003	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95

N		95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Yp10	Pearson	.513**	.360**	.358**	.365**	.384**	.286**	.487**	.464**	.561**	1	.698**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Total_Y	Pearson	.684**	.689**	.654**	.668**	.657**	.627**	.720**	.725**	.640**	.698**	1
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95

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

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

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

### Kualitas Layanan (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.746	10

### Lingkungan Sosia (X2)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.812	8

### Religiusitas (X3)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.762	10

### Keputusan (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.866	10

### 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.12437215
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.069
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

### 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.436	4.203		.818	.416		
	KUALITAS_LAYANAN	.505	.109	.442	4.620	.000	.564	1.773
	LINGKUNGAN_SOSIAL	.215	.099	.193	2.176	.032	.660	1.515
	RELIGIUSITAS	.261	.111	.219	2.356	.021	.601	1.664

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

### 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.134	2.521		4.416	.000
	KUALITAS_LAYANAN	-.100	.066	-.199	-1.522	.132
	LINGKUNGAN_SOSIAL	-.046	.059	-.093	-.771	.443
	RELIGIUSITAS	-.062	.066	-.119	-.940	.350

a. Dependent Variable: ABS\_RES

## 6. Analisis Regresi Berganda

### a. UJI T

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.436	4.203		.818	.416
	Kualitas_layanan	.505	.109	.442	4.620	.000
	Lingkungan_Sosial	.215	.099	.193	2.176	.032
	Religiusitas	.261	.111	.219	2.356	.021

a. Dependent Variable: Keputusan

### b. UJI F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1033.284	3	344.428	34.158	.000 <sup>b</sup>
	Residual	917.600	91	10.084		
	Total	1950.884	94			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Lingkungan\_Sosial, Kualitas\_layanan

### c. UJI R

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.728 <sup>a</sup>	.530	.514	3.175

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Lingkungan\_Sosial, Kualitas\_layanan

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Zahrotul Atsna  
Tempat, Tanggal Lahir : Kendal, 5 Januari 2003  
Kewarganegaraan : Warga Negara Indonesia  
Alamat : Kertomulyo Rt 01 Rw 07 Kec Brangsong Kab Kendal  
No Telepon/HP : 085728144008  
Email : zahrotulatsna@gmail.com

Pendidikan Formal

MI NU 07 Kertomulyo	Tahun 2008 - 2014
MTS Darul Amanah	Tahun 2014 - 2017
SMA Futuhiyyah	Tahun 2017 - 2020
UIN Walisongo Semarang	Tahun 2020 - 2024

Daftar riwayat hidup ini, saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana semestinya.

Semarang, 20 Juni 2024

Zahrotul Atsna