

**PENGARUH RELIGIUSITAS, BAGI HASIL, KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP PREFERENSI PENGUSAHA MUSLIM DI BANK SYARIAH**

**KOTA PALOPO**



**IAIN PALOPO**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi Islam  
(S.E) Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Palopo (IAIN) Palopo

**Oleh,**

**ST NUR AISYAH**

**NIM : 13.16.15.0092**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FALKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) PALOPO**

**2017**

**PENGARUH RELIGIUSITAS, BAGI HASIL, KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP PREFERENSI PENGUSAHA MUSLIM DI BANK SYARIAH**

**KOTA PALOPO**



**IAIN PALOPO**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Ekonomi Islam  
(S.E) Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Palopo (IAIN) Palopo

**Oleh,**

**ST. NUR AISYAH**

**NIM : 13.16.15.0092**

Dibawah bimbingan :

1. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, M.M.
2. Zainuddin S., SE., M.Ak.

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FALKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) PALOPO**

**2017**

## ABSTRAK

St. Nur Aisyah, 2017. “*Pengaruh Religiusitas, Bagi hasil, Kualitas pelayanan terhadap Preferensi Pengusaha Muslim di Bank Syariah Kota Palopo*”. Skripsi Program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing (I) Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., dan Pembimbing (II) Zainuddin S., SE., M.Ak.

---

Kata Kunci: Religiusitas, Bagi hasil, Kualitas pelayanan, Preferensi

Permasalahan pokok yang akan diteliti yaitu 1) Apakah terdapat pengaruh parsial religiusitas keputusan pengusaha menjadi nasabah di bank syariah?, 2) Apakah terdapat pengaruh parsial bagi hasil terhadap keputusan pengusaha menjadi nasabah di bank syariah, 3) Apakah terdapat pengaruh parsial kualitas pelayanan terhadap keputusan pengusaha menjadi nasabah di bank syariah?

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan SPSS *for Window Versi 16*. Dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 81 responden pengusaha muslim yang berada di wilayah Kota Palopo. Pengambilan sampel ini menggunakan teknik purposive sampling. Sumber data digunakan dalam penelitian ini yaitu antara lain: Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode angket/kuesioner. Selanjutnya dengan menggunakan analisis data dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda, uji T, uji F dan uji R<sup>2</sup>.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religiusitas, bagi hasil mempunyai pengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pengusaha kecuali kualitas pelayanan yang mempunyai pengaruh positif dan signifikan. Hasil penelitian tersebut digambarkan kedalam persamaan regresi linear berganda,  $Y = (-1,386) + 0,081X_1 + 0,081X_2 + 0,291X_3$ , dimana  $X_1$  = Religiusitas,  $X_2$  = Bagi hasil, dan  $X_3$  = artinya konstanta sebesar -1,386 maka nilai variabel terikat (kualitas pelayanan) sebesar -1,386.

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Religiusitas, Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Pengusaha Muslim di Bank Syariah Kota Palopo**” Yang di tulis oleh **St. Nur Aisyah**, dengan **NIM 13.16.15.0092** Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang *dimunaqasyahkan* pada hari kamis **27 April 2017** bertepatan dengan **23 Rajab 1438 H**, sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

**Palopo, 27 April 2017 M**  
**23 Rajab 1438 H**

### TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M. Ketua Sidang (..... )
2. Dr. Takdir, MH. Sekertaris Sidang (..... )
3. Dr. Fasiha, M.EI. Penguji I (..... )
4. Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. Penguji II (..... )
5. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M. Pembimbing I (..... )
6. Zainuddin S., SE., M.Ak. Pembimbing II (..... )

IAIN PALOPO  
**Mengetahui**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah

**Dr. Hj. Ramlah. M, M.M**  
NIP.196102081994032001

**Zainuddin S., SE., M.Ak.**  
NIP.197710182006041001

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : St. Nur Aisyah  
NIM : 13.16.15.0092  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan / karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian skripsi ini adalah karya saya sendiri, kutipan yang ada ditunjukkan sumbernya, segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya, bilamana di kemudian hari terbukti saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 27 April 2017

Yang membuat pernyataan

ST. NUR AISYAH  
NIM. 13.16.15.0092

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ  
وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur kehadiran Allah swt. atas segala limpahan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun dalam bentuk yang sederhana, guna melengkapi persyaratan dalam rangka menyelesaikan studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Salam dan shalawat senantiasa dicurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad saw., keluarga, dan para sahabatnya.

Shalawat dan salam atas junjungan Nabi Muhammad saw. Yang merupakan suri tauladan bagi seluruh umat manusia, dan Nabi yang terakhir diutus oleh Allah swt. di permukaan bumi ini untuk menyempurnakan akhlak manusia.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun, dengan ketabahan dan ketekunan yang disertai dengan doa, bantuan, bimbingan, masukan serta dorongan moril dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik

Perampungan skripsi ini tidak dapat terlaksana tanpa keterlibatan berbagai pihak. Olehnya itu penulis menyampaikan penghargaan yang tak terhingga dan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak terkhusus kepada kedua orang tua

tercinta, Ibunda Dra Murlina serta Ayahanda Alm H. Gama Machmud SKM yang telah melahirkan dan membesarkan penulis, merawat dengan penuh kasih sayang, tak kenal putus asa hingga penulis mampu menuntut ilmu hingga saat ini, serta dukungan baik moril maupun materi hingga penulis mampu bertahan hingga menyelesaikan skripsi ini.

Dan tak lupa pula penulis mengucapkan terimah kasih yang setinggi-tingginya kepada pihak

1. Dr. Abdul Pirol, M.Ag., selaku Rektor IAIN Palopo dan Dr. Rustan S, M.Hum, selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik dan Hubungan Kelembagaan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE. MM., selaku Wakil Rektor II Bidang Keuangan dan Dr. Hasbih, M.Ag., selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama yang telah berusaha meningkatkan mutu perguruan tinggi tersebut sebagai tempat menimba ilmu pengetahuan dan telah menyediakan fasilitas sehingga dapat menjalani perkuliahan dengan baik.
2. Dr. Hj. Ramlah Makulasse, MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Kelembagaan, Dr. Takdir, SH., MH., Wakil Dekan II Bidang Administrasi, Dr. Rahmawati, M.Ag., dan Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan, Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag.,
3. Zainuddin S. SE., M.Ak., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah dan beserta para dosen, asisten dosen Prodi Perbankan Syariah yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Perbankan Syariah.

4. Bapak Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M, sebagai pembimbing I dan Bapak Zainuddin S.,SE.,M.Ak sebagai pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktunya yang sangat berharga dalam rangka memberikan bimbingan dan arahan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini dan memberikan kontribusi ilmiah sehingga membuka cakrawala berpikir penulis dalam menghadapi berbagai persoalan.
5. Dr. Fasiha, M.EI. selaku penguji I dan Muzayyanah Jabani, ST., M.M. selaku penguji II yang telah banyak mencurahkan waktunya dalam membimbing dan memberikan petunjuknya sehingga skripsi ini dapat selesai.
6. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Dr. Masmuddin, M.Ag., beserta staf yang telah menyediakan buku-buku/literatur untuk keperluan studi kepustakaan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepada saudara-saudariku tercinta yang terkhusus Muh. Ardiansyah Gama, Megawati Gama ST, Reni Rahayu SE yang telah memberikan motivasi, masukan, kerja samanya dan bantuan berupa materi maupun non materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Kepada Sahabat-Sahabatku yang terbaik (Reski Amalia, Syafutri, Nur Alam, Nurhidayah, Surahma, Dewi Sartika, Tria Astari Alam, Nur Asia, Nilda Amelia Wardhini, Rismawati, Raodatul Kusnaeni, Amelia Rahman, Sri Dewi) dan teman-temanku terkhusus di kelas Perbankan Syariah C dan rekan-rekan Mahasiswa Ekonomi Islam angkatan 2013 serta teman-teman yang telah memberikan luapan-luapan ilmu serta pengalaman kepada penulis sehingga dalam penulisan skripsi ini

berjalan sesuai yang diharapkan. Dan membantu semoga selalu semangat sampai mendapat gelar sarjana.

Mudah-mudahan bantuan, motivasi, dorongan, kerja sama, dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak di sisi Allah swt.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun sangat diharapkan.

Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini bermanfaat dan semoga Allah swt. menuntun ke arah jalan yang benar dan lurus.

Palopo, 27 April 2017

Penulis,

St. Nur Aisyah

Nim. 13.16.15.0092

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul	
Halaman Judul	
Persetujuan Penguji	
Persetujuan Pembimbing.....	iv
Nota Dinas Pembimbing.....	v
Abstrak.....	vii
Pernyataan Keaslian Skripsi.....	viii
Prakata.....	ix
Daftar Isi.....	xiii
Daftar Tabel.....	xv
Daftar Gambar.....	xvi

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Hipotesis Penelitian.....	3
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
F. Defenisi Operasional Variabel.....	5

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

A. PenelitianTerdahulu Yang Relevan.....	7
B. Kajian Teori	
1. Bank Syariah.....	9
a. Pengertian Bank Syariah.....	9
b. Fungsi utama bank syariah.....	11
c. Tujuan Bank Syariah.....	12
d. Sistem Operasional Perbankan Syariah.....	13
2. Religiusitas.....	16
3. Bagi hasil.....	18
4. Kualitas pelayanan.....	19
5. Preferensi.....	22
6. Pengusaha.....	27
C. Kerangka Pikir.....	28

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	29
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	29
C. Populasi dan sampel.....	29
D. Sumber Data.....	31

E. Variabel Peneliti .....	32
F. Pengukuran Variabel penelitian .....	32
G. Teknik Pengumpulan Data .....	33
H. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	34
I. Teknik Analisis Data	
1. Analisis Descriptif .....	36
2. Uji Asumsi Klasik .....	36
3. Uji Hipotesis.....	37

#### **BAB IV PEMBAHASAN**

A. Profil Lokasi Penelitian Kota Palopo .....	39
Analisis Descriptif .....	42
1. Karakteristik Identitas Responden .....	42
2. Deskriptif Variabel Penelitian .....	48
3. Analisa Data.....	54
a. Pengujian Validitas dan Pembahasan .....	54
b. Uji Asumsi Klasik .....	60
c. Uji Hipotesis .....	63
B. Pembahasan .....	68

#### **BAB V PENUTUP**

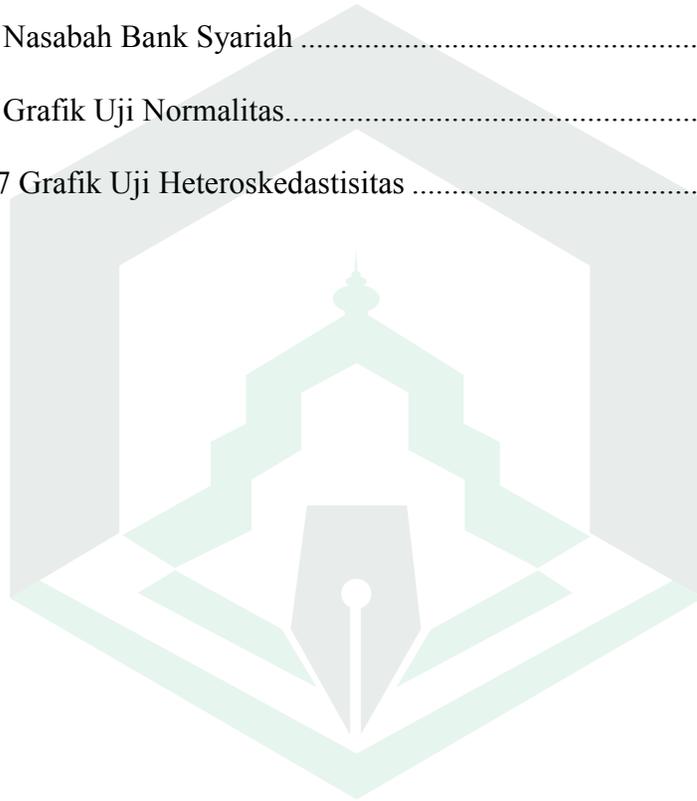
A. Kesimpulan .....	73
B. Saran .....	74

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pikir.....	28
Gambar 4.3 Jenis Kelamin .....	44
Gambar 4.4 Usia.....	45
Gambar 4.5 Penghasilan Per-bulan .....	46
Gambar 4.6 Nasabah Bank Syariah .....	48
Gambar 4.5 Grafik Uji Normalitas.....	61
Gambar 4.17 Grafik Uji Heteroskedastisitas .....	63



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 9 Kecamatan di Kota Palopo .....	40
Tabel 4.2 Nama Bank dan Lokasi .....	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Menurut Penghasilan Per-Bulan.....	46
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Nasabah Bank Syariah.....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas .....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Bagi Hasil.....	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pengusaha.....	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Religiusitas .....	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Bagi Hasil.....	58
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pengusaha.....	59
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas .....	60
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	64
Tabel 4.19 Hasil Uji Parsial/Individu (T) .....	66
Tabel 4.20 Hasil Uji (F) .....	67
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	68

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. *Latar Belakang Masalah*

Perbankan syariah dalam istilah internasional dikenal sebagai *islamic banking* atau perbankan tanpa bunga (*interest-free banking*). Istilah perbankan yang tidak terlepas dari asal-usul sistem perbankan syariah yang awalnya dikembangkan sebagai suatu respon dari kelompok ekonom dan praktisi perbankan muslim yang menginginkan agar kegiatan keuangan yang dilaksanakan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, khususnya dengan larangan praktek riba, kegiatan yang bersifat *spekulatif*, pelanggaran prinsip-prinsip keadilan, serta penyaluran pembiayaan dan investasi pada kegiatan yang tidak merusak moral dan halal secara syariah.<sup>1</sup>

Indonesia merupakan suatu negara dengan sebagian besar penduduknya muslim. Namun hal ini belum cukup membuat bank-bank syariah menjadi bank yang besar di Indonesia karena minat masyarakatnya yang masih kurang. Bank syariah seolah seperti sulit menembus dominasi perbankan konvensional, padahal mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim. Hal ini disebabkan perkembangan sektor perbankan tidak terlepas dari perilaku konsumen dalam menentukan pilihannya dalam

---

<sup>1</sup>Rahayu Istiqomah, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Syariah STAIN Salatiga untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah*, (Skripsi; STAIN Salatiga, 2015), h.1.  
<http://perpus.iainsalatiga.ac.id/docfiles/fulltext/5859004966.pdf> (diakses 3- September-2016)

menggunakan jasa perbankan syariah atau jasa konvensional yang telah dulu memainkan perannya di Industri perbankan Indonesia.<sup>2</sup>

Dalam rangka mendorong pengembangan perbankan syaria'ah secara nasional diperlukan upaya untuk memperluas jaringan perbankan syariah pada wilayah-wilayah yang dinilai potensial dan membutuhkan jasa perbankan syariah.<sup>3</sup>

Berkaitan dengan *preferensi*, konsumen akan memberikan harapannya sebagai standar atau acuan. Harapan konsumen dalam memilih suatu produk pun memprioritaskan pada kepuasannya, jadi dalam konteks *preferensi* konsumen umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya karena *preferensi* merupakan hasil dari evaluasi. Persepsi konsumen berkaitan erat dengan kesadarannya sehingga apa yang dilakukan oleh konsumen merupakan kenyataan yang obyektif yang akan mempengaruhi tindakannya seperti keptusan membeli, sehingga persepsi dan perilaku itu sangat berkaitan dengan keputusan memilih atau menggunakan suatu barang atau jasa, jadi apabila persepsi dan perilaku terhadap perbankan syariah baik maka preferensinya cenderung terhadap perbankan syariah.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup>Junaidi, *Persepsi Masyarakat Untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo)*, Jurnal Fokus Bisnis, STIEM Muhammadiyah Palopo. Vol 2, No 14, 2015, h. 1. <http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/fokbis/article/view/44/35> diakses (30-8-2016)

<sup>3</sup>Mursyid MSI, *Preferensi Masyarakat Kota Samarinda terhadap Bank Syariah*, Nalar Fiqih, vol.4.No 1 2011. <http://e-journal.iainjambi.ac.id/index.php/nalarfiqh/article/view/192/174>

<sup>4</sup> Lailatus Sembrada Prihatsa, *Persepsi, Perilaku dan Preferensi Masyarakat Tulungagung Terhadap Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung* (Skripsi Semarang; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung: 2015. <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/1745/>(28 Agustus 2016)

Perkembangan lembaga-lembaga keuangan syariah itu tergolong cepat, dan salah satunya adalah karena adanya keyakinan yang kuat di kalangan masyarakat Muslim bahwa perbankan konvensional itu mengandung unsur riba yang dilarang agama islam.<sup>5</sup>

Sejalan dengan uraian tersebut diatas maka penulis mengangkat judul ***“Pengaruh Religiusitas, Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Pengusaha Muslim di Bank Syariah Kota Palopo”***

### ***B. Rumusan Masalah***

Dari latar belakang masalah diatas dapat disimpulkan pokok permasalahan yang terjadi dan menjadi fokus penelitian yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh religiusitas terhadap preferensi pengusaha muslim di bank syariah Kota Palopo?
2. Apakah terdapat pengaruh bagi hasil terhadap preferensi pengusaha muslim di bank syariah Kota Palopo?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap preferensi pengusaha muslim di bank syariah Kota Palopo?

### ***C. Hipotesis Penelitian***

1.  $H_a$  : Variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap preferensi pengusaha muslim di bank syariah Kota Palopo

---

<sup>5</sup>Harma, *Sikap dan preferensi Masyarakat Kota palopo terhadap Bank Muamalat Cabang Pembantu Palopo*, (Skripsi STAIN Palopo: 2014)., h. 42

$H_0$  : Variabel bagi hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi pengusaha muslim di bank syariah Kota Palopo

2.  $H_a$  : Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap preferensi pengusaha muslim di bank syariah Kota Palopo

$H_0$  : Variabel bagi hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi pengusaha muslim di bank syariah Kota Palopo

3.  $H_a$  : Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap preferensi pengusaha muslim di bank syariah Kota Palopo

$H_0$  : Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi pengusaha muslim di bank syariah Kota Palopo

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menganalisis seberapa signifikan variabel religiusitas terhadap preferensi pengusaha muslim di bank syariah Kota Palopo?

2. Untuk menganalisis seberapa signifikan variabel bagi hasil terhadap preferensi pengusaha muslim di bank syariah Kota Palopo?

3. Untuk menganalisis seberapa signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap preferensi pengusaha muslim di bank syariah Kota Palopo?

#### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara ilmiah maupun secara praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi akademisi, penulis berharap hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk menambah informasi dan bahan bacaan serta untuk menambah pengetahuan bagi mahasiswa lain.

2. Bagi praktisi, secara praktisi penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan positif dan informasi bagi semua pihak, khususnya bagi bank syariah Kota Palopo dalam meningkatkan kualitas bank syariah yang berdampak pada kredibilitas bank syariah.

3. Bagi Penulis, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai media untuk mengaplikasikan ilmu perbankan syariah yang diperoleh semasa kuliah dan menambah pengalaman di bidang penelitian.

#### ***F. Defenisi Operasional Variabel***

Variabel penelitian terdiri dari dua macam, yaitu variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X). Defenisi operasional dari penelitian yang berjudul “*Pengaruh Religiusitas, Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Pengusaha Muslim di Bank Syariah Kota Palopo*” yaitu:

1. Religiusitas adalah aturan-aturan atau kewajiban-kewajiban yang harus dipatuhi oleh para pengikutnya untuk mengikat seseorang atau sekelompok dalam hubungannya dengan Tuhan, sesama manusia, dan alam sekitarnya.

2. Bagi Hasil adalah dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dimana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan usaha/kerja untuk kepentingan saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk masyarakat.

3. Kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain secara fisik dan menyediakan kepuasan kepada pelanggan.

4. Preferensi adalah pilihan, kecenderungan, kesukaan.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. *Penelitian Terdahulu Yang Relevan*

Mustofa “*Preferensi Dosen IAIN Sultan Amai Gorontalo*” terhadap perbankan syariah di Gorontalo” tahun 2015 bersifat kuantitatif *descriptif* menggunakan teknik penyebaran angket/kuisoner. Tujuan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi dosen IAIN Amai Gorontalo terhadap perbankan syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor trust/kepercayaan dengan presentase skor maksimum sebesar 72,24% dan faktor religiust/agama skor maksimum sebesar 80,95% bahwa preferensi kecenderungan masyarakat untuk memilih bank syariah tergolong tinggi/baik, sedangkan faktor promotion/promosi skor maksimum 77,64%, faktor profit/keuntungan skor maksimum 52,63% dan faktor *service* atau layanan mempunyai skor maksimum 59,64% menunjukkan bahwa *preferensi* masyarakat untuk memilih bank syariah tergolong sedang/cukup.<sup>1</sup>

Abd. Kadir Arno “*Preferensi Guru dan Dosen dalam menyimpan dana pada Bank Syariah di Kota Palopo (Kajian pada Lembaga Pendidikan Islam)*” Jurnal Muamalah: Vol IV, No, 1 April 2014. Hasil penelitian ini yaitu Secara simultan keenam variabel dependen (*religiusitas*, bagi hasil, akses, pelayanan, pendapatan dan *trust*) mempengaruhi *preferensi* guru dalam menabung pada ketiga jenis bank yang

---

<sup>1</sup>Mustofa, *Preferensi Dosen IAIN Sultan Amai Gorontalo terhadap Perbankan Syariah di Gorontalo*, Jurnal Al-Buhuts, IAIN Sultan Amai Gorontalo. vol 11 nomor 1 Juni 2015 (4-Agustus-2016). <http://www.journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/ab/article/view/325> diakses 30-8-2016

ada, dimana dari hasil analisis diperoleh hasil nilai *chi square* hitung sebesar 171.007.>. Dari nilai *chi square* tabel sebesar 23.685 dengan derajat bebas atau *degree of freedom (df)* sebesar 14 sehingga disimpulkan bahwa keenam variabel dependen (*religiusitas*, bagi hasil, akses, pelayanan, pendapatan dan *trust*) mempengaruhi preferensi guru dan dosen dalam menabung pada bank syariah.<sup>2</sup>

Lutfi Majid “*Pengaruh religiusitas dan promosi terhadap prefrensi anggota dalam memilih produk simpanan Wadi’ah ya Ad-dhamanah di Koperasi jasa keuangan syariah (KJS) Baitut Tamwil Muhammadiyah (BMT) Surya Umbulharjo Yogyakarta*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil pengujian hipotesis mayor atau uji f diperoleh nilai signifikansi hitung  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa religiusitas dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikansi terhadap *preferensi* anggota dalam memilih produk simpanan *Wadi’ah Yad ad-Dhamanah*, berdasarkan hasil pengujian hipotesis mayor atau uji t diperoleh nilai signifikansi hitung  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa *religiusitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi anggota dalam memilih produk simpanan *Wadi’ah Yad ad-Dhamanah*. Persmaan terdapat pada variabel *religiusitas* dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yakni variabel yang akan diteliti variabel bagi hasil, kualitas pelayanan, objek dan lokasi. Dimana objek yang akan menjadi penelitian ini yakni pengusaha muslim di Kota Palopo.

---

<sup>2</sup>Jurnal Muamalah STAIN Palopo, vol IV no 1 April 2014. <https://jurnalmuamalahstainpalopo.wordpress.com/2014/09/24/preferensi-guru-dan-dosen-dalam-menyimpan-dana-pada-bank-syariah-di-kota-palopo-kajian-pada-lembaga-pendidikan-islam/>

Meskipun nantinya terdapat kesamaan yang berupa kutipan atau pendapat-pendapat yang berkaitan dengan variabel *religiusitas*, bagi hasil, kualitas pelayanan dan keputusan menjadi nasabah.

## **B. Kajian Teori**

### 1. Bank Syariah

#### a. Pengertian bank syariah

Bank Islam atau selanjutnya disebut dengan bank syariah, adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga, adalah lembaga keuangan/perbankan yang operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Alquran dan Hadits Nabi saw. Atau dengan kata lain, bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariah Islam.<sup>3</sup> Didalam Islam bunga bank adalah riba. Keperluan masyarakat akan hal ini terkait dengan perkembangan zaman yang semakin mengarah kebudayaan yang semakin mengkhawatirkan dimana nilai-nilai agama semakin luntur. Masyarakat terkadang tidak sadar, lupa atau bahkan tidak peduli lagi dengan kebajikan yang telah diajarkan oleh Allah swt melalui RasulNya. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah lembaga perekonomian yang bisa memobilisasi/mengorganisir keuangan masyarakat untuk hidupnya sebagai bekal amalan dikemudian hari. Yang

---

<sup>3</sup>Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, (Cet.I; Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014), h. 2

dimana dalam hal ini tentu berdasarkan dan tidak terlepas daripada pandangan, pilihan atau kemana dari masyarakat itu sendiri.<sup>4</sup>

Fatwa MUI No.1 tahun 2004 tentang keharaman bunga bank yang menyamakan antara bunga dengan riba, menjadi penegas bagi eksistensi perkembangan perbankan syariah kedepan. Fatwa ini diharapkan mampu memajukan industri perbankan syariah, karena memacu perbankan syariah untuk meningkatkan kualitas dan jangkauan akses layanannya. Fatwa ini juga diharapkan bisa memotivasi masyarakat untuk menyalurkan aspirasinya finansialnya berinvestasi dan menggunakan layanan bank syariah.<sup>5</sup>

Pendukung bank Islam melihat, sistem bunga mengakibatkan tambahan atas nominal hutang menjadi berlipat ganda. Pinjaman mengarah kepada beratnya beban yang harus dipikul oleh peminjam untuk mengembalikan hutangnya.<sup>6</sup>

Dalam undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 yang kemudian diubah dengan Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang bank syariah bahwa fungsi utama sebagai lembaga menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat.<sup>7</sup> Dalam undang-undang tersebut dijelaskan asas dan tujuan perbankan syariah menunjang pelaksanaan

---

<sup>4</sup>Fachriansyah, *Persepsi masyarakat terhadap Bank Syariah di Kota Palopo*, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo (Palopo: 2015)

<sup>5</sup>Mustofa, *loc.cit.*

<sup>6</sup>Muh Zuhri, *Riba dalam al-Qur'an dan Masalah Perbankan (Sebuah Titikan Antisipatif)*, (Cet. II; Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1997), h.159

<sup>7</sup>Undang-undang Republik Indonesia No.21 Tahun 2008 pasal 3 [www.bi.go.id /UU21\\_08\\_syariah.pdf](http://www.bi.go.id/UU21_08_syariah.pdf) (3-Maret-2017)

pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Perbankan mempunyai fungsi intermediasi, yaitu sebagai media yang menghubungkan pihak-pihak yang mempunyai kelebihan dana dengan pihak-pihak yang kekurangan dana.<sup>8</sup>

Peran perbankan syariah untuk mempercepat pertumbuhan perekonomian suatu daerah di Indonesia semakin baik dalam rangka mewujudkan suatu perekonomian yang berimbang. Termasuk salah satu dukungan yang harus dilakukan pemerintah dalam pengembangan perbankan syariah di Indonesia yaitu seperti dengan adanya kebijakan *dual banking system* artinya dimana perbankan konvensional dibolehkan membuka unit usaha perbankan syariah. Saat ini bank menjadi salah satu kegiatan usaha yang memegang peran penting dalam perekonomian Indonesia.

b. Fungsi utama bank syariah

Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu:<sup>9</sup>

1. Penghimpun dana masyarakat

Bank syariah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad *al-wadiah* dan dalam bentuk investasi dengan menggunakan akad *mudharabah*.

2. Penyaluran dana kepada masyarakat

Menyalurkan dana merupakan aktivitas yang sangat penting bagi bank syariah dan memperoleh *return* atas dana yang disalurkan. *Return* atau pendapatan

---

<sup>8</sup> Muh Zuhri *op.cit.*, h. 27

<sup>9</sup> Ismail, *Perbankan Syariah* (Cet.I; Jakarta: Kencana, 2011), h. 39-42

yang diperoleh bank atas penyaluran dana ini tergantung pada akadnya. Bank menyalurkan dana kepada masyarakat dengan menggunakan bermacam-macam akad, antara lain akad jual beli dan akad kemitraan atau kerja sama usaha.

### 3. Pelayanan Jasa Bank

Pelayanan jasa bank ini diberikan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Aktivitas yang diharapkan oleh bank syariah yang berasal dari *fee* atas pelayanan jasa bank. Berbagai jenis produk pelayanan jasa pengiriman uang (transfer), pemindahanbukuan, penagihan surat berharga, *kliring*, *letter of credit*, inkaso, garansi bank, dan pelayanan jasa bank lainnya.

#### c. Tujuan Bank Syariah

Bank syariah memiliki tujuan yang lebih luas dibandingkan dengan bank konvensional, berkaitan dengan keberadaannya sebagai institusi komersial dan kewajiban moral yang disandangnya, bank syariah memiliki tujuan sebagai berikut:<sup>10</sup>

1) Menyediakan lembaga keuangan perbankan sebagai sarana meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat. Pengumpulan modal dari masyarakat dan pemanfaatannya kepada masyarakat diharapkan dapat mengurangi kesenjangan sosial guna tercipta peningkatan pembangunan nasional yang semakin mantap.

---

<sup>10</sup>Edy Wibowo dan Untung Hendy Widodo, *Mengapa Memilih Bank Syariah*, (Cet .I; Ghalia Indonesia, 2005), h. 37

2) Meningkatnya partisipasi masyarakat banyak dalam proses pembangunan karena keengganan sebagian masyarakat untuk berhubungan dengan bank yang disebabkan oleh sikap menghindari bunga telah terjawab oleh bank syariah.

3) Membentuk masyarakat agar berpikir secara ekonomis dan berperilaku bisnis untuk meningkatkan kualitas hidupnya.

d. Sistem operasional perbankan syariah

Adapun sistem operasional yaitu:<sup>11</sup>

1. Profit sharing sebagai karakteristik dasar bank syariah

Prinsip bagi hasil (*profit sharing*) merupakan karakteristik umum dan landasan dasar bagi operasional bank Islam secara keseluruhan. Berdasarkan prinsip ini, bank Islam akan berfungsi sebagai mitra, baik dengan penabung maupun dengan pengusaha yang meminjam dana. Dengan penabung, bank akan bertindak sebagai *mudharib* 'pengelola', sedangkan penabung bertindak sebagai *shahibul maal* 'penyandang dana'.

2. Sistem penghimpun dana bank syariah

Bagi bank syariah pendekatan tunggal tidak menyediakan produk penghimpun dana bagi nasabahnya. Misalnya pada tabungan, beberapa bank memperlakukannya seperti giro, sementara itu ada pula yang memperlakukannya seperti deposito, bahkan ada yang tidak menyediakan produk tabungan sama sekali.

---

<sup>11</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Gema Insani, 2002), h. 137-168

Pada dasarnya dilihat dari sumbernya, dana bank syariah terdiri atas:<sup>12</sup>

a. Modal Inti adalah dana modal sendiri yaitu dana yang berasal dari pemegang saham bank, yakni pemilik bank. Pada umumnya dana modal inti terdiri dari: modal, cadangan dan laba ditahan.

b. Kuasi Ekuitas (*Mudharabah Account*) yaitu akad kerja sama antara pemilik dana (*shahib al maal*) dengan pengusaha (*mudharib*) untuk melakukan suatu usaha bersama, dan pemilik dana tidak boleh mencampuri pengelolaan bisnis sehari-hari.

c. Dana Titipan (*wadiah/non remunerated deposit*)

Dana titipan adalah dana pihak ketiga yang dititipkan pada bank, yang umumnya berupa giro atau tabungan. Dana titipan wadiah ini dikembangkan dalam bentuk rekening giro *wadiah* dan rekening tabungan *wadiah*.

### 3. Menabung di bank syariah

Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam, karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan diri untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak

---

<sup>12</sup>Muhammad, *loc.cit.* h. 117-119



Kedua ayat tersebut memerintahkan kita untuk bersiap-siap dan mengantisipasi masa depan keturunan, baik secara rohani (iman/takwa) maupun secara ekonomi harus dipikirkan langkah-langkah perencanaannya.<sup>15</sup>

## 2. Religiusitas

*Religiusitas* berasal dari kata *region* (agama). Menurut Harun Nasution yang dikutip oleh Jalaluddin. Pengertian agama berasal dari kata *al-din*, yang berarti undang-undang atau hukum. Dalam bahasa arab, kata ini mengandung arti menguasai, menundukkan, patuh, utang, balasan, kebiasaan. Sedangkan dari kata *religi* (latin) atau *relegere* berarti mengumpulkan dan membaca.<sup>16</sup>

Jadi *religiusitas* adalah pengabdian seseorang terhadap agamanya baik yang berupa perintah maupun larangan pada ajaran-ajaran agamanya.

Sedangkan *religius* menurut Islam adalah menjalankan ajaran agama secara menyeluruh. Allah berfirman dalam Alquran surat Al-Baqarah ayat 208;



<sup>15</sup>Muhammad Syafi'i Antonio, *op.cit*

<sup>16</sup>Desy Fatmawati, *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Dan Informasi Terhadap Intensi Menabung Di Bank Syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa PP. Wahid Hasyim Di Sleman*, (Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta; 2015) h. 25-26 <http://eprints.uny.ac.id/27752/> (14-Januari-2017)



Terjemahnya:

*Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam keseluruhan, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu.*<sup>17</sup>

Agama menunjuk pada aspek-aspek formal yang berkaitan dengan aturan atau kewajiban, sedangkan religiusitas menunjuk pada aspek agama yang telah dihayati oleh seseorang dalam hati. *Religiusitas* merupakan tingkat ketertarikan individu terhadap agamanya. Apabila individu telah mengahayati dan menginternalisasikan ajaran agamanya, maka ajaran agama akan berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya.<sup>18</sup>

Terdapat lima dimensi dalam religiusitas, yaitu:<sup>19</sup>

a) Dimensi keyakinan atau ideologis merupakan tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatik dalam agamanya, misalnya kepercayaan kepada Tuhan, malaikat, surga dan neraka.

b) Dimensi praktik agama atau ritualistik yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Unsur yang ada dalam dimensi ini mencakup pemujaan, ketaatan, serta hal-hal yang lebih menunjukkan komitmen seseorang dalam agama yang dianutnya.

<sup>17</sup> Soenarjo, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Jakarta; 1 Maret, 1979)

<sup>18</sup>Atik Masruroh, *Analisis pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Disposible Income Terhadap Minat Menabung mahasiswa Di Perbankan Syariah* (Studi kasus Mahasiswa STAIN Salatiga): 2015, h. 14 [perpus.iain salatiga.ac.id](http://perpus.iain salatiga.ac.id) (17-Januari-2017)

<sup>19</sup> Desy Fatmawati, *op.cit.*, h.27

c) Dimensi pengalaman atau eksperiensial yaitu perasaan-perasaan atau pengalaman yang pernah dialami dan dirasakan. Misalnya merasa dekat dengan Tuhan, merasa Takut berbuat dosa, merasa doanya terkabulkan dan sebagainya.

d) Dimensi pengetahuan agama atau Intelektual adalah dimensi yang menerangkan seberapa jauh seseorang mengetahui tentang ajaran-ajaran agamanya. Misalnya pengetahuan tentang isi Alquran, pokok-pokok ajaran yang harus diimani dan dilaksanakan, hukum Islam dan pemahaman terhadap kaidah-kaidah keimuan ekonomi Islam/perbankan syariah.

e) Dimensi konsekuensi adalah dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial. Misalnya menolong orang yang sedang kesulitan, mendermakan hartanya, dan lain-lain.

### 3. Bagi Hasil

Sistem bagi hasil pada investasi syariah ini memberikan efek keadilan bagi para investor dan nasabah bank. Diawali dengan rasa kepercayaan dan dilengkapi dengan sistem perbankan ekonomi Islam yang memberikan rasa keadilan bagi para nasabah, investasi syariah ini berlaku universal bagi siapapun.<sup>20</sup>

Setiap pembelian produk jasa maupun barang, konsumen dipengaruhi oleh tingkat keuntungan atau manfaat yang akan diperolehnya dari produk tersebut. Adapun tingkat keuntungan yang diperoleh konsumen pada jasa bank terutama bank

---

<sup>20</sup>Mustofa, *op.cit.*

syariah adalah bagi hasil. Bagi hasil merupakan dimana kedua belah pihak akan berbagi keuntungan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dimana bagi hasil mensyaratkan kerjasama pemilik modal dengan usaha/kerja untuk kepentingan saling menguntungkan kedua belah pihak, sekaligus untuk masyarakat.<sup>21</sup>

#### 4. Kualitas Pelayanan

##### a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan diartikan sebagai suatu bentuk kesesuaian antara yang diharapkan oleh konsumen dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan. Kualitas layanan bersifat dinamis yaitu berubah menurut tuntutan pelanggan. Pelayanan aktual adalah pengurangan nilai harapan dan nilai kinerja. Senada dengan definisi yang disampaikan Kotler pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, dimana pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan kualitas pelayanan adalah suatu tingkatan baik atau buruknya suatu usaha yang dilakukan produsen dengan tujuan memenuhi kebutuhan konsumen,

---

<sup>21</sup>Raihanah dauly, “ *Pengaruh Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Bank Mandiri Syariah Di Kota Medan*”, Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis, Vol 12, No 1 (2012) [jurnal.umsu.ac.id/index.php/akuntan/article/view/91](http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/akuntan/article/view/91) diakses tanggal 23-September-2016

dimana mereka memberikan suatu jasa yang melebihi harapan dan keinginan konsumen.<sup>22</sup>

Ada tiga aspek yang dikenal sebagai 3P dalam pemasaran, yaitu melalui:<sup>23</sup>

#### 1) *People*

Perusahaan jasa dapat membedakan dirinya dengan cara merekrut dan melatih karyawan yang lebih mampu dan lebih dapat diandalkan dalam berhubungan dengan pelanggan, daripada karyawan pesaingnya.<sup>24</sup>

#### 2) *Physical Environment* (lingkungan fisik)

Perusahaan jasa dapat mengembangkan lingkungan fisik yang lebih atraktif.

#### 3) *Process*

Perusahaan jasa dapat merancang proses penyampaian jasa yang superior, misalnya *home banking*, yang dibentuk oleh bank.

### b. Dimensi Kualitas pelayanan

<sup>22</sup>Bagja Sumantri, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Yogyakarta*, Skripsi Jurusan pendidikanEkonomi Universitas negeri Yogyakarta, 2014 h.17-18 [journal.uny.ac.id/index.php/economia/article/view/7540/6516](http://journal.uny.ac.id/index.php/economia/article/view/7540/6516) diakses tanggal 13-Februari-2017

<sup>23</sup> Agus Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*, Malang; Gelora Aksara Pratama, 2012.h. 33

<sup>24</sup> Miratusolina, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepuasan Konsumen Di Mini market Alfamidi Ratulangi Palopo*, Skripsi: STAIN Palopo: 2014 h. 13

Mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi adalah sebagai berikut:<sup>25</sup>

a) *Tangibels*

*Tangibels* adalah suatu lingkungan dimana jasa disampaikan sehingga perusahaan dan konsumennya berinteraksi . Komponen-komponen dimensi *tangibels* tersebut meliputi penampilan fisik seperti gedung, tempat parkir, kebersihan, kenyamanan ruangan.

b) *Reliability*

*Reliability* atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Dimensi ini merupakan dimensi yang cukup penting dalam menjaga kepuasan pelanggan, karena kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

c) *Responsiveness*

*Responsiveness* atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap inilah yang akan menciptakan anggapan atau persepsi yang positif dari para nasabah terhadap jasa kualitas yang diberikan. Dimensi ini pihak produsen mengupayakan dan menekankan kecepatan karyawan dalam menanggapi permintaan, pertanyaan dan keluhan konsumen.

---

<sup>25</sup> Bagja Sumantri, *op. cit.* h,19

#### 4) *Assurance*

*Assurance* atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku yang diupayakan oleh produsen penghasil jasa untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini cukup penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa.

#### 5) *Empathy*

*Empathy* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian keadaan konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan kepada kebutuhan konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, komunikasi merupakan kemampuan melakukan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen atau memperoleh masukan dari konsumen dan pemahaman merupakan usaha untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

### 5. Preferensi

#### a. Pengertian *Preferensi*

*Preference* mempunyai makna pilihan atau memilih. Istilah *preferensi* digunakan untuk mengganti kata *preference* dengan arti yang sama atau minat terhadap sesuatu. Preferensi merupakan suatu sifat atau keinginan untuk memilih

(Journal Planit: 2001).<sup>26</sup> Dalam kamus ekonomi, pengertian *preferensi* adalah pilihan (*choice*) yang dibuat konsumen atau produk-produk yang dikonsumsi. Disini produk-produk yang akan dibeli dari pendapatan mereka yang terbatas dan juga dari permintaan (*demand*) untuk produk-produk.<sup>27</sup>

*Preferensi* digambarkan sebagai sikap konsumen terhadap produk dan jasa sebagai evaluasi dari sifat kognitif seseorang, perasaan emosional dan kecenderungan bertindak melalui obyek atau ide. Preferensi adalah seperangkat obyek yang dinilai sesuai atau mendekati kesesuaian dengan persyaratan yang dikehendaki oleh konsumen.<sup>28</sup>

#### b. Proses Preferensi

Untuk mencapai keputusan pembelian konsumen melalui tahapan-tahapan, proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian terdiri dari dalam lima tahap, yaitu:<sup>29</sup>

##### 1) Menggali Kebutuhan

Proses membeli atau mengkonsumsi dimulai dengan pengenalan masalah atau kebutuhan. Setiap konsumen memiliki masalah dengan kebutuhan yang berbeda-

<sup>26</sup>Lailatus Sembrada Prihatsa, *op.cit.*, h. 42

<sup>27</sup>Lutfi Majid, “Pengaruh Relegiusitas dan Promosi Terhadap Prefersni Anggota Dalam Memilih Produk Simpanan Ya-d-Dhamanah Di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Umbul Harjo Yogyakarta”, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Th 2016. [http://digilib.uin-suka.ac.id/20087/2/11240008\\_BAB-I\\_IV-atau-V\\_DAFTAR-PUSTAKA.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/20087/2/11240008_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf) (2-Januari-2017)

<sup>28</sup> Mustofa, h. 33

<sup>29</sup> Philip Kotler dan Kevin lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Ed.XII; Indeks, 2007), h.

beda sehingga membuat hal tersebut dapat membedakan pengambilan keputusan pada setiap konsumen.

## 2) Pencarian Informasi

Konsumen mungkin tidak berusaha secara aktif dalam mencari informasi sehubungan dengan kebutuhannya. Seberapa jauh orang tersebut mencari informasi tergantung pada kuat lemahnya dorongan kebutuhan, banyaknya informasi yang dimiliki, kemudahan memperoleh informasi yang dimiliki, kemudahan memperoleh informasi, tambahan dan kepuasan yang diperoleh dari kegiatan mencari informasi. Biasanya jumlah kegiatan mencari informasi meningkat takkala konsumen bergerak dari keputusan situasi pemecahan masalah yang terbatas ke pemecahan masalah yang maksimal. Sumber informasi konsumen digolongkan ke dalam empat kelompok sebagai berikut:

- (a) Sumber Pribadi: Keluarga, teman, tetangga, kenalan
- (b) Sumber Komersial: Iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan, pajangan di toko.
- (c) Sumber Publik: Media massa, organisasi penntu peringkat konsumen.
- (d) Sumber Pengalaman: Penanganan, pengkajian, dan pemakaian produk

## 3) Evaluasi Alternatif

Informasi yang didapat dari calon pembeli digunakan untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai alternatif-alternatif yang dihadapinya serta daya

tarik masing-masing alternatif. Produsen harus berusaha memahami cara konsumen mengenal informasi yang diperolehnya dan sampai pada sikap tertentu mengenai produk promosi dan keputusan pembelian.

#### 4) Keputusan Pembelian

Ini adalah tahap akhir, dalam pengambilan keputusan konsumen membentuk pilihan mereka diantara merk yang tergabung dalam perangkat pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk suatu pilihan untuk membeli dan cenderung membeli merek yang disukainya.

#### 5) Perilaku Pasca pembelian

Setelah memakai suatu produk atau jasa, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan dan ketidakpuasan. Tugas pemasar belum selesai setelah produk dibeli atau jasa yang digunakan oleh konsumen, namun akan berlangsung hingga periode waktu pasca pembelian.

Setelah pemakaian produk atau jasa konsumen akan menilai apakah produk tersebut memuaskan kebutuhan dengan baik atau tidak, jika konsumen merasa terpuaskan maka kemungkinan besar konsumen akan memakai kembali produk yang telah ia pilih, namun jika konsumen tidak merasa terpuaskan besar kemungkinan untuk konsumen berpindah kepada produk lain yang dianggap lebih mampu memenuhi kebutuhannya.

### c. Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *preferensi* yaitu:<sup>30</sup>

1) Faktor kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Faktor ini dipengaruhi oleh kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras dan kelompok geografis.

2) Faktor Sosial terdiri dari kelompok *referensi*, keluarga dan peran/status.

3) Faktor Pribadi, yang mempengaruhi faktor ini adalah:

a) Umur dan tahapan dalam siklus hidup, konsumsi seseorang dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga, orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau informasi pada saat mereka menjalani hidupnya.

b) Pekerjaan

c) Keadaan ekonomi, yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dibelanjakan, tabungan dan hartanya.

d) Gaya hidup, gaya hidup seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi secara keseluruhan juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.

e) Kepribadian dan konsep diri merupakan karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten.

4) Faktor Psikologi, yang mempengaruhi faktor ini adalah:

---

<sup>30</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Cet.I; Bogor: Kencana, 2003) h. 11

a) Motivasi

b) Persepsi, didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia.

c) Proses belajar, menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

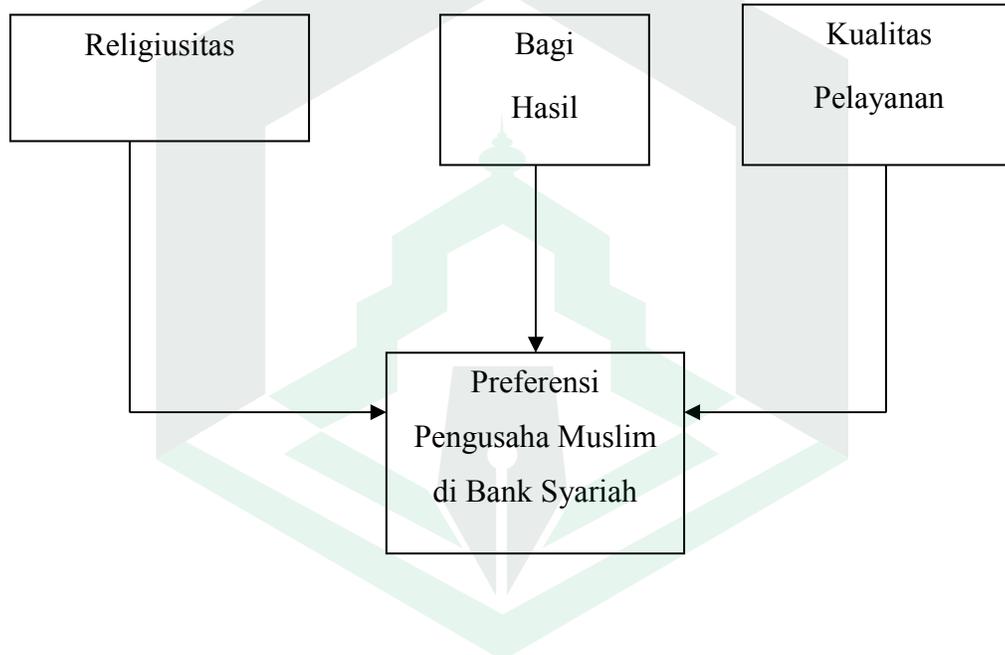
d) Kepercayaan, gagasan yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

## 6. Pengusaha

Pengusaha adalah orang (pribadi) atau persekutuan (badan hukum) yang menjalankan sebuah jenis bisnis dalam melakukan sebuah usaha, seorang pengusaha tidak dapat berjalan sendiri dia membutuhkan tenaga kerja yang akan membantunya menjalankan roda bisnis yang dijalankan. Tapi ada juga pengusaha yang dapat bekerja sendiri tanpa harus membutuhkan bantuan orang lain, artinya usahanya masih bisa dikendalikan sendiri dan mengelola bisnis tersebut. Contoh usaha yang dimaksud yakni perdagangan, usaha tempe, pertanian, peternakan dan jual beli.

### C. Kerangka Pikir

Dalam memecahkan suatu masalah perlu disusun suatu kerangka pemikiran agar mempunyai bentuk yang terarah pada pemecahan masalah. Skema pemikiran “Pengaruh Religiusitas, Bagi Hasil, Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Pengusaha Muslim di Bank Syariah Kota Palopo“ adalah sebagai berikut:



Berdasarkan kerangka pikir di atas dapat dijelaskan bahwa pengusaha muslim dalam membuat keputusan untuk memilih bank syariah di pengaruhi oleh beberapa variabel yaitu religiusitas, bagi hasil dan kualitas pelayanan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### ***A. Jenis Penelitian***

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan atau dapat pula disebut sebagai empiris, yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di lapangan.

Sugiyono menjelaskan bahwa disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan menggunakan statistik. Penelitian ini menggunakan pengambilan data kuisioner dengan menyebarkan kepada sampel yang terpilih.

#### ***B. Waktu dan Tempat Penelitian***

Penelitian dilakukan pada tanggal 20 Januari s.d 31 Januari dan tempat penelitian dilakukan di Kota Palopo.

#### ***C. Populasi dan Sampel***

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh pneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain<sup>1</sup>. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha muslim kota palopo.

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cet. .XII; Bandung: Alfabeta, 2008), h. 115

Sampel adalah bagian suatu subyek atau objek yang mewakili populasi. Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi. Pengambilan sampel yang tidak sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi akan menyebabkan suatu penelitian menjadi biasa, tidak dapat dipercaya, dan kesimpulannya pun bisa keliru. Hal ini karena tidak dapat mewakili populasi. Teknik menentukan sampel dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu untuk jumlah populasi yang diketahui dan jumlah populasi yang tidak diketahui. Dalam penelitian ini, jumlah populasinya tidak diketahui, sehingga penentuan ukuran sampel dari populasi menggunakan teori Isac Michael dengan rumus sebagai berikut:<sup>2</sup>

$$n = \frac{(Z\alpha/2)^2 p \cdot q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 0,3 \cdot 0,7}{(0.1)^2}$$

$$= 80,6736$$

$$= 81 \text{ pengusaha muslim}$$

Keterangan:

n = sampel

p = proporsi populasi

q = 1- p

---

<sup>2</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Cet.II; Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h. 62.

$Z$  = tingkat keyakinan/signifikan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95%  
= 1,96

$e$  = *margin off error* atau kesalahan maksimum yang bisaditoleransi, biasanya  
10%

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 81 pengusaha muslim. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* adalah metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu.<sup>3</sup>

#### **D. Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder:<sup>4</sup>

##### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber utama atau yang ada hubungannya dengan objek yang diteliti. Dalam penelitian ini data diperoleh langsung dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden tentang beberapa variabel yang diteliti.

##### 2. Data Sekunder

---

<sup>3</sup>*Loc.,cit* h.60

<sup>4</sup> Nugroho J. Setiadi, *op.,cit*, h.35

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung atau penelitian arsip yang memuat peristiwa masa lalu. Data sekunder dapat diperoleh dari jurnal, majalah, buku maupun internet.

#### ***E. Variabel Penelitian***

Dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel, yaitu variabel bebas (X) dan variabel (Y) :

1. Religiusitas (X1) sebagai variabel independen dengan indikator, dimensi Intelektual/pengetahuan dan dimensi konsekuensi/pengalaman
2. Bagi hasil (X2) sebagai variabel independen dengan indikator, saling menguntungkan, adil, bermanfaat.
3. Kualitas pelayanan (X3) sebagai variabel independen dengan indikator, bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati.
4. Keputusan menjadi nasabah (Y) sebagai variabel dependen dengan indikator, religiusitas, bagi hasil, kualitas pelayanan.

#### ***F. Pengukuran Variabel Penelitian***

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.<sup>5</sup> Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert*.

---

<sup>5</sup>Nasution S, *Metode Research: Penelitian Ilmiah*, (Cet.XII; Jakarta: Bumi aksara, 2011), h. 131

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.<sup>6</sup> Dengan *skala Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan dan pernyataan.<sup>7</sup>

Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:<sup>8</sup>

1. Skor 5 untuk jawaban sangat setuju (SS)
2. Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
3. Skor 3 untuk jawaban Ragu-Ragu (RR)
4. Skor 2 untuk jawaban Tidak setuju (TS)
5. Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju (STS)

#### **G. Teknik Pengumpulan Data**

Ada dua cara teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah:<sup>9</sup>

1. Metode *Library Research* (Riset Kepustakaan)

---

<sup>6</sup> Syofian Siregar, *op.cit.*, h. 50

<sup>7</sup> Sugiyono, *op.*, cit h. 133

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi: Mixed Methods*, (Bandung: Alfabeta, 2013). h.136

<sup>9</sup>Burhan Bungin, *Metode Kuantitatif*, (Jakarta; Kencana, 2005), h. 243

Yaitu proses pengumpulan data dengan menggunakan berbagai literatur buku, majalah, surat kabar, dan internet yang ada kaitannya dengan pembahasan masalah. Dalam pengutipan literatur yang dijadikan landasan teoritis penulis menggunakan teknik pengutipan sebagai berikut:

- a. Kutipan langsung yaitu mengutip tanpa merubah redaksi teks yang dikutip sebagaimana teks aslinya.
- b. Kutipan tidak langsung, yaitu mengutip dengan hanya mengambil inti sari atau makna teks yang dikutip tanpa mengikuti redaksi aslinya.

## 2. Metode *Field Research* (Riset Lapangan)

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara angket. Teknik angket (kuisisioner), yakni metode yang digunakan dengan membuat daftar pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kemudian diberikan secara langsung kepada responden dan dijawab secara tertulis.

### **H. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Instrumen penelitian (Kuesioner) yang baik harus memenuhi persyaratan yaitu valid dan reliabel. Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner perlu dilakukan pengujian atas kuesioner dengan menggunakan uji *validitas* dan *reliabilitas*. Oleh karena itu sebelum sebelum angket yang telah valid dan reliabel diberikan kepada responden. Dilakukan uji validitas dan reliabilitas kepada validator dalam hal ini pengusaha muslim Kota Palopo.

## 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut *Priyatno* untuk menentukan suatu item layak atau tidak layak digunakan, maka batasan nilai minimal korelasi 0,30 bisa digunakan. Jadi yang memiliki koefisien korelasi dibawah 0,30 dianggap tidak valid. Hasil uji validitas melalui program SPSS *For Windows versi 16* terhadap instrumen penelitian yaitu dengan melihat nilai dari *Corrected Item Correlation*.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut *Duwi Priyanto* suatu penelitian itu dikatakan reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel belum tentu valid. Reliabilitas suatu penelitian merupakan syarat untuk pengujian validitas instrumen, oleh karena itu walaupun instrumen yang valid umumnya pasti reliabel.

Pada program SPSS, metode ini dilakukan dengan metode *Cronbach Alpha*, dimana suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha*  $\geq 0,6$  (lebih besar atau sama dengan 0,6).

### ***I. Teknik Analisis Data***

Analisis data merupakan hal yang penting dalam penelitian karena tanpa menganalisis data masalah yang dirumuskan tidak dapat dipecahkan. Adapun Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

## 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.<sup>10</sup>

## 2. Uji Asumsi Klasik

Model Regresi linear dapat disebut sebagai model baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang kemudian tersebut dengan asumsi klasik. Adapun asumsi klasik yang harus terpenuhi dalam model analisis regresi linear yaitu:<sup>11</sup>

- a. Uji Normalitas, digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Metode uji normalitas dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* dimana residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05.
- b. Uji Multikolinearitas, Multikolinearitas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna di antara variabel bebas (korelasinya 1 atau mendekati 1). Untuk mengetahui suatu model

---

<sup>10</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: ALFABETA, 2013), h.206

<sup>11</sup> Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, (Yogyakarta: ANDI OFSET, 2012), h.143

regresi bebas dari multikolinearitas, yaitu mempunyai nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10 dan mempunyai angka *Tolerance* lebih dari 0,1

- c. Uji Heteroskedastisitas, Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas dengan melihat grafik *scatterplot* antara *standardized predicted value* (ZPRED) dengan *studentized residual* (SPESID) jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas..

### 3. Uji Hipotesis

#### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Di gunakan untuk mengetahui pengaruh antara Religiusitas(X1), Bagi hasil(X2), Kualitas pelayanan(X3), terhadap keputusan menjadi nasabah(Y). Regresi menggunakan Rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Y : Variabel terikat (keputusan menjadi nasabah)

a : Konstanta

b : Koefisien Regresi

X1: Religiusitas

X2 : Bagi Hasil

X3 : Kualitas Pelayanan

### b. Uji T (parsial)

Priyatno Menyatakan uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel secara parsial terhadap variabel dependen berdasarkan nilai signifikansi 0,05. Jika signifikansi  $< 0,05$   $H_0$  ditolak dan jika signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima.<sup>12</sup> Dalam hal ini peneliti akan menguji secara parsial antara variabel Religiusitas(X1), Bagi hasil(X2) dan Kualitas pelayanan(X3) terhadap Keputusan menjadi nasabah(Y).

### c. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pada model regresi linier berganda ini, akan dilihat besarnya kontribusi untuk variabel bebas terhadap variabel terikat dengan melihat besarnya koefisien determinasi totalnya ( $R^2$ ). R Square ( $R^2$ ) atau kuadrat dari R, yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasi. Angka ini diubah kedalam bentuk persen, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Duwi Priyatno, *op.cit.*, h. 93.

<sup>13</sup> Duwi Piyatno, *op.cit.*, h. 123.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### *A. Hasil Penelitian*

##### 1. Profil Lokasi Penelitian di Kota Palopo

Kota palopo dahulu disebut Kota Administratip (Kotip) palopo, merupakan Ibu Kota Kabupaten Luwu yang dibentuk berdasarkan Peranturan pemerintah (PP) Nomor Tahun 42 Tahun 1986. Seiring dengan perkembangan zaman, ero reformasi bergulir dan melahirkan UU No. 22 tahun 1999 dan PP 129 tahun 2000, telah membuka peluang bagi kota Administratip di Seluruh Indonesia yang telah memenuhi sejumlah persyaratan untuk dapat ditingkatkan statusnya menjadi sebuah daerah otonom. Ide peningkatan status Kotip Palopo menjadi daerah otonom, bergulir melalui aspirasi masyarakat yang menginginkan status kala itu, yang ditandai dengan lahirnya beberapa dukungan peningkatan status Kotip palopo menjadi Daerah Otonom Kota Palopo.

Akhirnya, setelah Pemerintah Pusat melalui Delpagri meninjau kelengkapan administrasi serta melihat sisi potensi, kondisi wilayah dan letak geografis Kotip Palopo yang berada pada Jalur Trans Sulawesi dan sebagai pusat pelayanan jasa perdagangan terhadap beberapa kabupaten yang meliputi Kabupaten Luwu, Luwu Utara, Trans Toraja dan Kabupaten Wajo serta didukung dengan sarana dan prasarana yang memadai, Kotip Palopo kemudian ditingkatkan statusnya menjadi Daerah Otonom Kota Palopo.

a. Pembagian Administratif

Kota palopo terdiri dari 9 kecamatan dan 48 kelurahan. Berdasarkan Perda Kota Palopo Nomor 03 Tahun 2005. Adapun daftar-daftar 9 kecamatan dan 48 kelurahan tersebut adalah:

**Tabel 4.1**  
**DAFTAR 9 KECAMATAN DI KOTA PALOPO**

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk	Luas Wilayah (km <sup>2</sup> )	Jumlah Kelurahan
1	Kecamatan Wara Selatan	11.070	10,66	4
2	Kecamatan Sendana	6.249	37,09	4
3	Kecamatan Wara	36.549	11,49	6
4	Kecamatan Wara Timur	36.319	12,08	7
5	Kecamatan Mungkajang	7.575	53,8	4
6	Kecamatan Wara Utara	21.609	10,58	6
7	Kecamatan Bara	26.333	23,35	5
8	Kecamatan Tellu Wanua	12.727	34,34	7

9	Kecamatan Wara Barat	10.463	54,13	5
---	----------------------	--------	-------	---

Sumber: Kota Palopo dalam Angka 2016

b. Keadaan Geografis

Letak geografis dan batas administrasi Kota Palopo tahun 2015 di Provinsi Sulawesi Selatan terletak pada  $2^{\circ}53'15''$  -  $3^{\circ}04'08''$  LS dan  $120^{\circ}03'10''$  -  $120^{\circ}14'34''$  BT dengan batas-batas wilayah sebagai berikut:

Sebelah Utara	: Kecamatan Walenrang, kabupaten luwu
Sebelah Timur	: Teluk Bone
Sebelah Selatan	: Kecamatan Bua Kabupaten Luwu' Bua
Sebelah Barat	: Kecamatan Tondon Nanggala Kabupaten Toraja Utara

c. Bank Syariah di Kota Palopo

Bank syariah yang terdapat di Kota Palopo ada 5 yaitu:

**Tabel 4.2**

Nama Bank	Alamat Bank
MUAMALAT KCP	Jl. Andi Djemma
BSM KOTA PALOPO	Jl. Ratulangi No. 62 A-B Kota Palopo
BRI SYARIAH KCP PALOPO	Jl. Andi Djemma No. 15 B Kota Palopo

BNI SYARIAH	Jl. Andi Djemma No. 159 Kel.Topotikka Kec. Wara Kota palopo
-------------	----------------------------------------------------------------

## 2. Analisis Deskriptif

Penelitian ini menguraikan mengenai Pengaruh Religiusitas, Bagi hasil dan Kualitas pelayanan terhadap Preferensi Pengusaha Muslim Pada Bank Syariah Kota Palopo. Hal ini bertujuan untuk mengetahui beberapa besar pengaruh *Religiusitas*, Bagi hasil dan Kualitas pelayanan terhadap keputusan pengusaha. Dalam penelitian ini, diambil sebanyak 81 responden sebagai sampel penelitian.

Karakteristik responden yaitu menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Salah satu tujuan dengan deskripsi karakteristik responden adalah memberikan gambaran yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Dalam penelitian sampel, karakteristik responden dikelompokkan menurut jenis kelamin, usia, penghasilan, dan nasabah bank syariah responden dapat diuraikan sebagai berikut.

### a. Karakteristik Identitas Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pengusaha muslim Kota Palopo sebanyak 81 orang yang ditemui oleh penulis pada saat penelitian berlangsung. Terdapat karakteristik responden yang dimasukkan dalam penelitian, yaitu

berdasarkan jenis kelamin, usia, penghasilan, dan nasabah bank syariah. Karakteristik tersebut dapat dilihat melalui uraian berikut:

1) Responden menurut Jenis Kelamin

Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

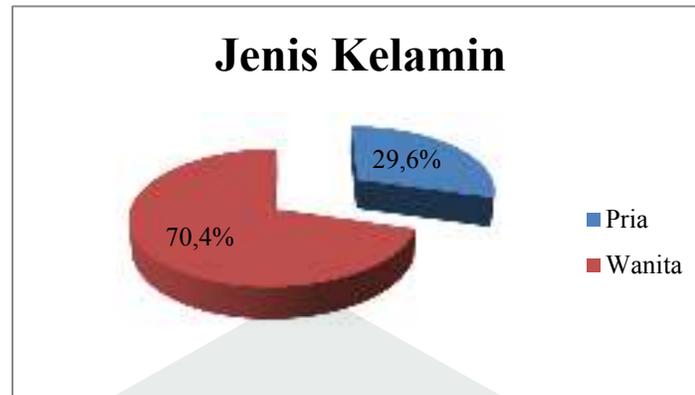
No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Pria	24	29,6%
2.	Wanita	57	70,4%
Total		81	100

Sumber: Data Primer diolah 2017

Berdasarkan keterangan tabel 4.3 diatas, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden pengusaha muslim palopo yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah wanita, yaitu sebanyak 57 orang (70,4%), sedangkan sisanya adalah responden pria sebanyak 24 orang (29,6%).

Untuk lebih jelasnya berikut gambar jenis kelamin responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.3



Sumber: Data Primer Diolah 2017

## 2) Responden Menurut Usia

Data karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut

ini:

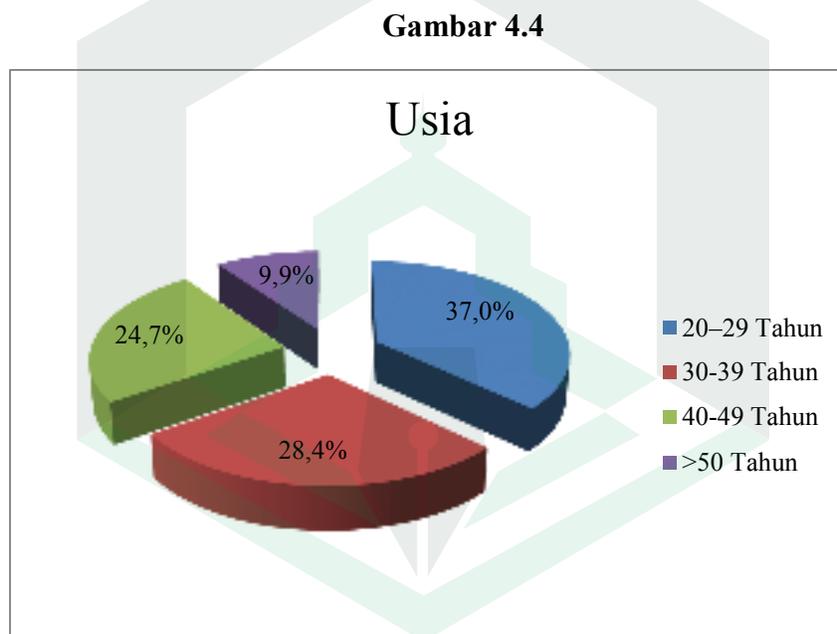
**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	20–29 Tahun	30	37,0%
2.	30-39 Tahun	23	28,4%
3.	40-49 Tahun	20	24,7%
4.	>50 Tahun	8	9,9%
Total		81	100

Sumber: Data Primer diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.4 tersebut diatas menunjukkan bahwa dari jumlah 81 responden bahwa usia 20-29 tahun terdapat 30 orang (masing-masing 37,0%), usia 30-39 tahun terdapat 23 orang (masing-msing 28,4%), usia 40-49 tahun terdapat 20 orang (masing-masing 24,7%) dan usia >50 tahun terdapat 8 orang (masing-masing 9,9%).

Untuk lebih jelasnya berikut gambar jenis kelamin responden yang dapat peneliti peroleh:



Sumber: Data Primer diolah 2017

### 3) Responden Menurut Penghasilan Per Bulan

Data karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Responden Menurut Penghasilan Per-bulan**

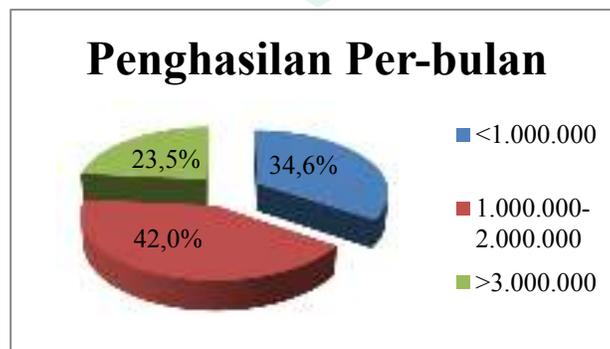
No	Penghasilan Per-bulan	Jumlah	Persentase
1.	<1.000.000	28	34,6%
2.	1.000.000-2.000.000	34	42,0%
3.	>3.000.000	19	23,5%
Total		81	100

Sumber: Data Primer diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, sebagian besar responden (34,6%) memiliki penghasilan per bulan dibawah Rp 1.000.000, sebesar (42,0%) memiliki penghasilan antara Rp 1.000.000-2.000.000 dan sebesar (23,5%) memiliki penghasilan diatas Rp 3.000.000.

Untuk lebih jelasnya berikut gambar jenis kelamin responden yang dapat peneliti peroleh:

**Gambar 4.5**



Sumber: Data Primer diolah 2017

#### 4) Responden Menurut Nasabah Bank Syariah

Data karakteristik responden berdasarkan Nasabah Bank Syariah dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.6**  
**Karakteristik Responden Menurut Nasabah Bank Syariah**

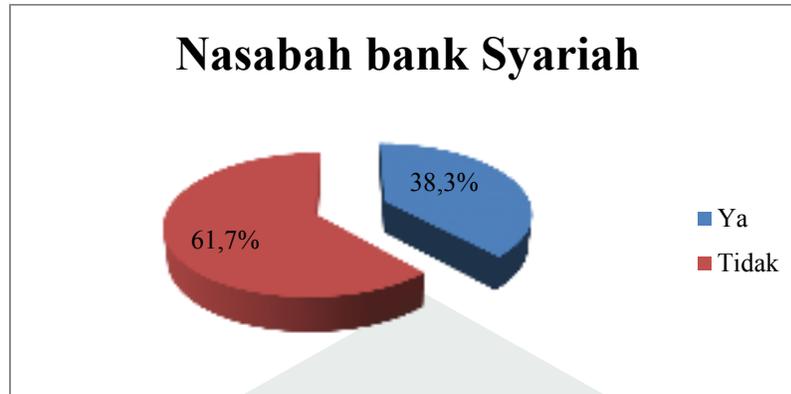
No	Nasabah Bank Syariah	Jumlah	Presentase
1.	Ya	31	38,3%
2.	Tidak	50	61,7%
	Total	81	100

Sumber: Data Primer diolah 2017

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.6 dapat dijelaskan bahwa sebagian besar pengusaha muslim kota palopo yang tidak memiliki rekening bank syariah yaitu 50 orang dan sisanya hanya 31 orang yang memiliki rekening bank syariah kota palopo.

Untuk lebih jelasnya berikut gambar jenis kelamin responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.6



Sumber: Data Primer diolah 2017

#### b. Deskriptif Variabel Penelitian

##### 1) Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Religiusitas

Dari tabel menjelaskan tanggapan responden mengenai variabel Religiusitas, menunjukkan bahwa, untuk pernyataan saya rutin mengerjakan sholat 5 waktu, responden memberikan jawaban sangat setuju 10 orang atau 12,3 persen, setuju 31 orang atau 38,3 persen, ragu-ragu 30 orang atau 37,0 persen, tidak setuju 10 orang atau 12,3 persen dan tidak ada respon yang menjawab sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada masyarakat yang belum saya rutin mengerjakan sholat 5 waktu yang ditunjukkan jawaban responden sebesar 12,3 persen.

Untuk pernyataan, saya membantu teman yang sedang terkena musibah, responden memberikan jawaban sangat setuju 81 orang atau 22,2 persen, setuju 56 orang atau 69,1 persen, ragu-ragu 5 orang atau 6,2 persen, tidak ada respon yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju 2 orang atau 2,5 persen.

Untuk pernyataan, saya menyisihkan uang saya untuk bersedekah, responden memberikan jawaban sangat setuju 22 orang atau 27,2 persen, setuju 51 orang atau 63,0 persen, ragu-ragu 6 orang atau 7,4 persen, tidak setuju 1 orang atau 1,2 persen dan sangat tidak setuju 1 orang atau 1,2 persen.

Untuk pernyataan, saya berusaha jujur, menjaga amanat, dan menjaga lingkungan, responden memberikan jawaban sangat setuju 29 orang atau 35,8 persen, setuju 46 orang atau 56,8 persen, ragu-ragu 5 orang atau 6,2 persen, tidak ada respon yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju 1 orang atau 1,2 persen.

Untuk pernyataan, Saya berpuasa secara teratur selama bulan Ramadhan jika tidak sedang berhalangan responden memberikan jawaban sangat setuju 28 orang atau 34,6 persen, setuju 42 orang atau 51,9 persen, ragu-ragu 9 orang atau 11,1 persen, tidak setuju 2 orang atau 2,5 persen dan tidak ada respon yang memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari 5 item pernyataan variabel agama diatas responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan nilai rata-rata diperoleh 26 persen, jawaban setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 56 persen, jawaban ragu-ragu (netral) 13 persen, jawaban tidak setuju nilai rata-rata yang diperoleh 3,3 persen dan jawaban sangat tidak setuju nilai rata-rata yang diperoleh 0,98 persen.

## 2) Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Bagi Hasil

Dari tabel menjelaskan tanggapan responden mengenai variabel bagi hasil menunjukkan bahwa. untuk pernyataan saya mengetahui nisbah keuntungan didasarkan

dalam bentuk persentase, responden memberikan jawaban sangat setuju 16 orang atau 19,8 persen, setuju 39 orang atau 48,1 persen, ragu-ragu 12 orang atau 14,8 persen, tidak setuju 14 orang atau 17,3 persen dan tidak ada respon jawaban sangat tidak setuju.

Untuk pernyataan, saya mengetahui nisbah keuntungan ditentukan tidak berdasarkan porsi setoran modal melainkan berdasarkan kesepakatan responden memberikan jawaban 17 orang atau 21,0 persen, setuju 31 orang atau 38,3% persen, ragu-ragu 27 orang atau 33,3 persen, tidak setuju 5 orang atau 6,2 persen dan sangat tidak setuju 1 orang atau 1,2 persen.

Untuk pernyataan, menabung di bank syariah sebagai langkah untuk menyelamatkan diri dari praktik bunga responden memberikan jawaban sangat setuju 24 orang atau 29,6 persen, setuju 25 orang atau 30,9 persen, ragu-ragu 26 orang atau 32,1 persen, tidak setuju 6 orang atau 7,4 persen dan tidak ada respon jawaban sangat tidak setuju.

Untuk pernyataan, dalam menabung di bank syariah karena jaminan yang diberikan oleh bank tidak merugikan saya responden memberikan jawaban sangat setuju 12 orang atau 14,8 persen, setuju 43 orang atau 53,1 persen, ragu-ragu 18 orang atau 22,2 persen, tidak setuju 8 orang atau 9,9 persen dan tidak ada respon jawaban sangat tidak setuju.

Untuk pernyataan, jika sistem bagi hasil bank syariah disosialisasikan dengan baik, maka nasabah bank syariah akan meningkat responden memberikan jawaban sangat setuju 46 orang atau 56,8 persen, setuju 21 orang atau 25,9 persen,

ragu-ragu 8 orang atau 9,9 persen, tidak setuju 6 orang atau 7,4 persen dan tidak ada respon jawaban sangat tidak setuju.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari 5 item pernyataan variabel bagi hasil diatas responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan nilai rata-rata diperoleh 28 persen, jawaban setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 39 persen, jawaban ragu-ragu (netral) 22 persen, jawaban tidak setuju nilai rata-rata yang diperoleh 7 persen dan jawaban sangat tidak setuju nilai rata-rata yang diperoleh 0,24 persen.

### 3) Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan

Dari tabel menjelaskan tanggapan responden mengenai variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa. untuk pernyataan, kebersihan dari bank syariah tempat anda menabung terjaga dan selalu bersih responden memberikan jawaban sangat setuju 19 orang atau 23,5 persen, setuju 29 orang atau 35,8 persen, ragu-ragu 27 orang atau 33,3 persen, tidak setuju 5 orang atau 6,2 persen dan sangat tidak setuju 1 orang atau 1,2 persen.

Untuk pernyataan, dengan kondisi fisik yang baik membuat anda nyaman untuk berinteraksi responden memberikan jawaban sangat setuju 21 orang atau 25,9 persen, setuju 37 orang atau 45,7 persen, ragu-ragu 19 orang atau 23,5 persen, tidak setuju 2 orang atau 2,5 persen dan sangat tidak setuju 2 orang atau 2,5 persen.

Untuk pernyataan, petugas bank bersedia memberi pelayanan yang sama dan adil pada tiap nasabah responden memberikan jawaban 8 orang atau 9,9 persen,

setuju 33 orang atau 40,7 persen, ragu-ragu 30 orang atau 37,0 persen, tidak setuju 10 orang atau 12,3 persen dan tidak ada respon jawaban sangat tidak setuju.

Untuk pernyataan, karyawan perhatian dan bersedia mendengarkan keluhan saya responden memberikan jawaban sangat setuju 11 orang atau 13,6 persen, setuju 33 orang atau 40,7 persen, ragu-ragu 32 orang atau 39,5 persen, tidak setuju 4 orang atau 4,9 persen dan sangat tidak setuju 1 orang atau 1,2 persen.

Untuk pernyataan, karyawan selalu memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap responden memberikan jawaban sangat setuju 12 orang atau 14,8% persen, setuju 37 orang atau 45,7 persen, ragu-ragu 26 orang atau 32,1 persen, tidak setuju 5 orang atau 6,2 persen dan sangat tidak setuju 1 orang atau 1,2 persen.

Untuk pernyataan, karyawan dapat memberikan informasi dengan tepat dan benar responden memberikan jawaban sangat setuju 18 orang atau 22,2 persen, setuju 31 orang atau 38,3 persen, ragu-ragu 25 orang atau 30,9 persen, tidak setuju 6 orang atau 7,4 persen dan sangat tidak setuju 1 orang atau 1,2 persen.

Untuk pernyataan, ketika ada kesalahan dan kekeliruan yang terjadi petugas akan menindaklanjuti dengan segera) responden memberikan jawaban sangat setuju 16 orang atau 19,8 persen, setuju 29 orang atau 35,8 persen, ragu-ragu 27 orang atau 33,3 persen, tidak setuju 8 orang atau 9,9 persen dan sangat tidak setuju 1 orang atau 1,2 persen.

Untuk pernyataan, karyawan selalu berkomunikasi dengan baik kepada setiap nasabah responden memberikan jawaban sangat setuju 28 orang atau 34,6 persen,

setuju 21 orang atau 25,9 persen, ragu-ragu 23 orang atau 28,4 persen, tidak setuju 8 orang atau 9,9 persen dan sangat tidak setuju 1 orang atau 1,2 persen.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari 8 item pernyataan variabel kualitas pelayanan diatas responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan nilai rata-rata diperoleh 20 persen, jawaban setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 38 persen, jawaban ragu-ragu (netral) 32 persen, jawaban tidak setuju nilai rata-rata yang diperoleh 6 persen dan jawaban sangat tidak setuju nilai rata-rata yang diperoleh 1 persen.

#### 4) Analisis Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Menjadi Nasabah

Dari tabel menjelaskan tanggapan responden mengenai variable Keputusan menjadi nasabah, untuk pernyataan, prinsip bagi hasil yang dianut bank syariah sangat mempengaruhi keputusan saya menjadi nasabah bank syariah responden memberikan jawaban sangat setuju 21 orang atau 25,9 persen, setuju 20 orang atau 24,7 persen, ragu-ragu 23 orang atau 28,4 persen, tidak setuju 16 orang atau 19,8 persen dan sangat tidak setuju 1 orang atau 1,2 persen.

Untuk pernyataan, pelayanan dari bank syariah sangat mempengaruhi keputusan saya menjadi nasabah bank syariah responden memberikan jawaban sangat setuju 16 orang atau 19,8 persen, setuju 25 orang atau 30,9 persen, ragu-ragu 20 orang atau 24,7 persen, tidak setuju 20 orang atau 24,7 persen dan tidak ada respon jawaban sangat tidak setuju.

Untuk pernyataan, pemahaman agama tentang bank syariah sangat mempengaruhi minat saya menjadi nasabah bank syariah responden memberikan jawaban sangat setuju 15 orang atau 18,5 persen, setuju 28 orang atau 34,6 persen, ragu-ragu 18 orang atau 22,2 persen, tidak setuju 18 orang atau 22,2 persen dan sangat tidak setuju 2 orang atau 2,5 persen.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari 3 item pernyataan variabel keputusan menjadi nasabah diatas responden yang memberikan jawaban sangat setuju dengan nilai rata-rata diperoleh 21 persen, jawaban setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 30 persen, jawaban ragu-ragu (netral) dengan nilai rata-rata yang diperoleh 25 persen, jawaban tidak setuju nilai rata-rata yang diperoleh 22 persen dan jawaban sangat tidak setuju nilai rata-rata yang diperoleh 1 persen

### c. Analisis Data

Penelitian ini melakukan penelitian untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh religiusitas, bagi hasil, kualitas pelayanan terhadap keputusan pengusaha menjadi nasabah di bank syariah Kota Palopo.

#### 1) Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Intrumen penelitian (Kuesioner) yang baik harus memenuhi persyaratan yaitu valid dan reliabel. Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas kuesioner, perlu dilakukan pengujian *validitas* dan *reliabilitas*. Oleh karena itu sebelum angket yang telah valid dan reliabel diberikan kepada responden. Dilakukan ujian *validitas* dan *reliabilitas* kepada validator sejumlah 10 orang dalam hal ini Pengusaha Muslim Kota Palopo.

## a) Uji Validitas

Uji validitas akan menguji masing-masing variabel dengan syarat minimum yang dianggap memenuhi syarat dari 0,30 apabila korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,30 maka butir dalam instrument tersebut dinyatakan tidak valid. Berdasarkan hasil olah data maka nilai validitas yang diperoleh dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas pada Variabel Religiusitas (X1)**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	16.67	6.225	.506	.906
x2	16.09	5.880	.808	.824
x3	16.04	5.961	.791	.829
x4	15.91	6.230	.722	.845
x5	15.99	5.962	.755	.837

Sumber: Output SPSS yang diolah

Berdasarkan tabel 4.7 diatas hasil pengujian validitas atas variabel *religiusitas* dengan 5 item pernyataan, semua pernyataan dalam penelitian sudah valid sebagaimana dikemukakan sebab telah memiliki nilai *correlation* diatas 0,30.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas pada Variabel Bagi Hasil (X2)**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	15.59	8.494	.837	.816
X2.2	15.58	9.322	.734	.843
X2.3	15.47	9.052	.754	.838
X2.4	15.57	9.448	.794	.831
X2.5	14.98	10.649	.446	.909

Sumber: Output SPSS yang diolah

Berdasarkan tabel 4.8 diatas hasil pengujian *validitas* atas variabel bagi hasil dengan 5 item pernyataan, semua pernyataan dalam penelitian sudah valid sebagaimana dikemukakan sebab telah memiliki nilai *correlation* diatas 0,30.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas pada Variabel Kualitas Pelayanan (X3)**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x3.1	25.84	29.036	.790	.932
x3.2	25.68	30.296	.678	.940
x3.3	26.10	30.540	.713	.937
x3.4	25.98	29.924	.794	.932
x3.5	25.91	28.855	.904	.925
x3.6	25.85	28.653	.831	.929
x3.7	25.95	29.198	.750	.935
x3.8	25.75	27.288	.854	.928

Sumber: Output SPSS yang diolah

Berdasarkan tabel 4.9 diatas hasil pengujian validitas atas variabel kualitas pelayanan dengan 8 item pernyataan, semua pernyataan dalam penelitian sudah valid sebagaimana dikemukakan sebab telah memiliki nilai *correlation* diatas 0,30

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Validitas pada Variabel**  
**Keputusan Pengusaha (Y)**  
 Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1	6.90	4.315	.906	.899
y2	6.99	4.637	.863	.932
y3	7.00	4.450	.878	.920

Sumber: Output SPSS yang diolah

Berdasarkan tabel 4.10 diatas hasil pengujian validitas atas variabel keputusan pengusaha dengan 3 item pernyataan, semua pernyataan dalam penelitian sudah valid sebagaimana dikemukakan sebab telah memiliki nilai *correlation* diatas 0,30.

#### b) Uji Reliabilitas

Uji *Reliabilitas* merupakan alat yang mengukur suatu kusioner dan merupakan indikator dari variabel yang konstruk, dimana SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur *reliabilitas* dengan uji *statistic cronbach alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha*  $\geq 0,6$  (lebih besar atau sama dengan 0,6). Dengan ketentuan jika nilai dari *cronbach alpha* yang diperoleh dari masing-masing variabel  $>$  dari nilai r tabel. Sebab ketentuan penentuan dari reliabelnya suatu variabel sebagai berikut:

- (a) Jika  $\alpha > 0,90$  maka reabilitasnya sempurna

- (b) Jika alpha antara 0,70-0,90 maka reabilitasnya tinggi
- (c) Jika alpha antara 0,50-0,70 maka reabilitasnya moderat
- (d) Jika alpha <0,50 maka reabilitasnya rendah.<sup>1</sup>

Hasil uji *reliabilitas* untuk instrumen keseluruhan variabel dapat dijelaskan pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Religiusitas (X1)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	5

Sumber: Output SPSS yang diolah

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel *religiusitas* (X1) di atas, 5 item indikator memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,875 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan diatas maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan realibel.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bagi Hasil (X2)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.876	5

Sumber: Data Primer diolah 2017

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel bagi hasil (X2) di atas, 4 item indikator memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,876 yaitu lebih besar dari 0,6.

---

<sup>1</sup>Perry Roy Hilton dan Charlotte Brownlow, SPSS Explained, dalam Seta Basri, *Uji Validitas Dan Reabilitas*, <http://setabasri01.blogspot.com/2012/04/uji-validitas-dan-reabilitas-item.html>

Berdasarkan ketentuan diatas maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X3)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.940	8

Sumber: Data Primer diolah 2017

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan (X3) di atas, 8 item indikator memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,940 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan diatas maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pengusaha (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.943	3

Sumber: Output SPSS yang diolah

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel kualitas pelayanan (Y) di atas, 3 item indikator memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,943 yaitu lebih besar dari 0,6. Berdasarkan ketentuan diatas maka indikator-indikator dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

## 2) Uji Asumsi Klasik

## a) Uji Normalitas

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		81
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.18994647
Most Extreme Differences	Absolute	.126
	Positive	.056
	Negative	-.126
Kolmogorov-Smirnov Z		1.131
Asymp. Sig. (2-tailed)		.155

a. Test distribution is Normal.

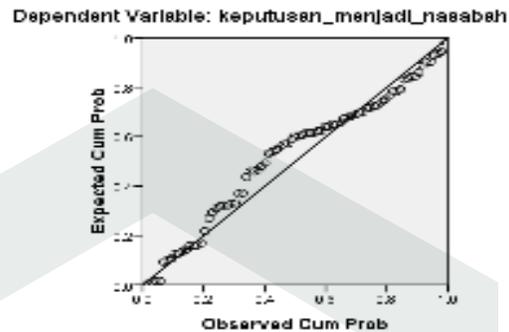
b. Calculated from data

Sumber: Output SPSS yang diolah

Dari output di atas diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig.(2-tailed)) sebesar 0,155. Karena lebih besar dari 0,05 ( $0,155 > 0,05$ ), maka nilai residual tersebut telah normal.

**Gambar 4.15**  
**Normalitas P-P Plot**

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Output SPSS yang diolah

Dari gambar grafik diatas tersebut dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.

b) Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.386	1.771		-.783	.436		
	Religiusitas	.081	.128	.079	.636	.526	.415	2.410
	Bagi_hasil	.081	.103	.098	.785	.435	.409	2.443
	Kualitas_pelayanan	.291	.079	.574	3.670	.000	.261	3.833

a. Dependent Variable: keputusan\_pengusaha

Sumber: output SPSS yang diolah

Berdasarkan tampilan output *coefficients* pada tabel diatas, diketahui besarnya nilai *tolerance* masing-masing variabel independen yaitu Religiusitas (0,415), Bagi hasil (0,409) dan Kualitas pelayanan (0,261), lebih besar dari 0,10. Nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) masing-masing variabel independen yaitu Religiusitas (2,410), Bagi hasil (2,443), dan Kualitas pelayanan (3,833) kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai *Tolerance* ketiga variabel lebih dari 0,10 dari nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi.

c) Uji Heteroskedastisitas

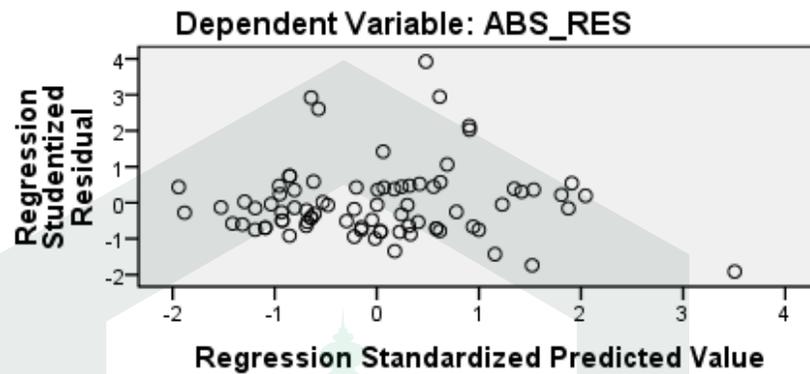
Metode heteroskedastisitas dengan melihat pola titik-titik pada grafik Scatterlots Regresi. Metode ini dilakukan dengan cara melihat grafik *scatterplot* antara *standardized predicted value* (*ZPRED*) dengan studentized residual (*SRESID*), ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara *SRESID* dan *ZPRED* di mana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ). Dasar pengambilan keputusan yaitu:

1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.

2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.17

## Scatterplot



Sumber: output SPSS yang diolah

Berdasarkan gambar diatas tidak menunjukkan suatu pola selain itu titik-titik menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

### 3) Uji Hipotesis

#### a) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai adanya pengaruh variabel Religiusitas ( $X_1$ ), variabel Bagi hasil ( $X_2$ ) dan variabel Kualitas pelayanan ( $X_3$ ) secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah ( $Y$ ). Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah

menggunakan bantuan program SPSS 16 *for Windows*. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.386	1.771		-.783	.436
	Religiusitas	.081	.128	.079	.636	.526
	Bagi_hasil	.081	.103	.098	.785	.435
	Kualitas_pelayanan	.291	.079	.574	3.670	.000

a. Dependent Variable: keputusan\_pengusaha  
Sumber: Output SPSS yang diolah

Dari tabel di atas, maka hasil yang diperoleh dimasukkan dalam persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dimana :

$$Y = -1,386 + 0,081X_1 + 0,081X_2 + 0,291X_3$$

Dari persamaan regresi di atas maka dapat diinterpretasikan beberapa hal, antara lain:

a = Nilai Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar -1,386 menunjukkan bahwa ketika variabel Religiusitas, Bagi Hasil dan Kualitas pelayanan dianggap tetap, maka keputusan pengusaha bernilai negatif (-) sebesar -1.386.

$b_1 = 0,081$  artinya apabila tanggapan responden religiusitas positif dan bertambah sebesar satu satuan, maka keputusan pengusaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,081.

$b_2 = 0,081$  artinya apabila tanggapan responden bagi hasil positif dan bertambah sebesar satu satuan, maka keputusan pengusaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,081.

$b_3 = 0,291$  artinya apabila tanggapan responden kualitas pelayanan positif dan bertambah sebesar satu satuan, maka keputusan pengusaha akan mengalami peningkatan sebesar 0,291.

#### b) Uji Parsial/Individu (T)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji dan mengetahui apakah variabel independen (Religiusitas, Bagi hasil dan Kualitas pelayanan) secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen (Keputusan Pengusaha).

Adapun dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi:

- 1) Jika  $\text{Sig.} < 0,05$  maka variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.
- 2) Jika  $\text{Sig.} > 0,05$  maka variabel independent tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.

**Tabel 4.19 Uji T (Parsial)**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.386	1.771		-.783	.436
	Religiusitas	.081	.128	.079	.636	.526
	Bagi_hasil	.081	.103	.098	.785	.435
	Kualitas_pelayanan	.291	.079	.574	3.670	.000

a. Dependent Variable: keputusan\_pengusaha  
Sumber: Output SPSS yang diolah

Berdasarkan pada tabel hasil uji t diatas untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

Variabel Religiusitas memiliki nilai  $t_{hitung} = 0,636$  dengan tingkat signifikan untuk variabel religiusitas sebesar  $0,526 > 0,05$ . Hal ini berarti bahwa  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, artinya variabel religiusitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengusaha menjadi nasabah di bank syariah.

Variabel Bagi hasil memiliki nilai  $t_{hitung} = 0,785$  dengan tingkat signifikan untuk variabel bagi hasil sebesar  $0,435 > 0,05$ . Hal ini berarti bahwa  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, artinya variabel bagi hasil secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengusaha menjadi nasabah di bank syariah.

Variabel Kualitas pelayanan memiliki nilai  $t_{hitung} = 3,670$  dengan tingkat signifikan untuk variabel kualitas pelayanan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, artinya variabel kualitas pelayanan secara parsial

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengusaha menjadi nasabah di bank syariah.

c) Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara serentak (simultan) terhadap variabel independen.

Adapun dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi:

1) Jika Sig. < 0,05 maka variabel independent secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.

2) Jika Sig. > 0,05 maka variabel independent secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.

**Tabel 4.20 Uji F (Simultan)**

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	398.331	3	132.777	26.647	.000 <sup>a</sup>
	Residual	383.669	77	4.983		
	Total	782.000	80			

a. Predictors: (Constant), kualitas\_pelayanan, religiusitas, bagi\_hasil

b. Dependent Variable: keputusan\_pengusaha  
sumber: Output SPSS yang diolah

Dari hasil uji ANOVA atau  $F_{hitung}$  sebesar 26.647 dengan tingkat nilai signifikan sebesar sedangkan  $0,000 < 0,05$ . Karena nilai Probabilitas (Sig.) pengujian yang lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas, bagi hasil dan kualitas pelayanan bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengusaha.

d) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Dari hasil koefisien determinasi yang dilakukan terhadap data yang ada, maka diperoleh data sebagai berikut:

**Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ )**  
Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.714 <sup>a</sup>	.509	.490	2.232

a. Predictors: (Constant), kualitas\_pelayanan, religiusitas, bagi\_hasil

b. Dependent Variable: keputusan\_pengusaha

Dari hasil analisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi pengusaha muslim pada tabel menunjukkan nilai koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,509. Hal ini berarti seluruh variabel bebas yakni Religiusitas ( $X_2$ ), Bagi hasil ( $X_2$ ) dan Kualitas pelayanan ( $X_3$ ) mempunyai Kontribusi secara bersama-sama sebesar 50,9% terhadap variabel terikat (Y) yaitu Keputusan Pengusaha. Sedangkan sisanya sebesar 49,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain atau variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

### **B. Pembahasan**

Dari hasil penelitian maka pembahasan tentang penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pengusaha muslim adalah seseorang yang beragama islam yang menjalankan kegiatan usahanya baik usaha jual-beli maupun usaha produksi dengan tujuan memperoleh keuntungan. Dengan tidak diketahuinya populasi pengusaha muslim

maka peneliti menggunakan rumus untuk mengetahui sampel yang digunakan. Setelah melakukan pengujian rumus maka sampel yang digunakan yaitu 81 responden. Sebelum membagikan ke responden yang berjumlah 81 orang, peneliti melakukan pre-test pernyataan terhadap 10 orang untuk menentukan kevalidan 30 pernyataan, hasil dari pre-test tersebut hanya 21 pernyataan yang valid.

1. Berdasarkan karakteristik responden menurut nasabah bank syariah diketahui bahwa yang memiliki rekening sebesar 31 orang dan yang tidak memiliki rekening hanya 50 orang dari 81 responden pengusaha muslim.

2. Pada Pengujian validitas dan reliabilitas

Pada pengujian instrumen yaitu uji *validitas* dianggap memenuhi syarat kevalidannya apabila memiliki nilai *corrected item total correlation* di atas 0,30, jika korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,30 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid. Oleh karena itu berdasarkan hasil uji validitas variabel *religiusitas*, bagi hasil, kualitas pelayanan dan variabel keputusan menjadi nasabah dari 21 item pernyataan dalam penelitian sudah valid sebagaimana dikemukakan sebab telah memiliki nilai *correlations* di atas 0,30.

Uji *Reliabilitas* yang telah dilakukan menunjukkan bahwa dari 3 variabel dimana variabel *religiusitas*, bagi hasil, kualitas pelayanan dan variabel keputusan pengusaha semuanya dianggap reliabel sebab memiliki nilai *Cronbach Alpha* di atas 0,6 sebab nilai *Cronbach Alpha* yang diperoleh untuk variabel *religiusitas* sebesar 0,875 , bagi hasil sebesar 0,876 , kualitas pelayanan sebesar 0,940 dan variabel keputusan pengusaha sebesar 0,943.

### 3. Pada pengujian asumsi klasik yaitu:

Uji Normalitas pada model regresi digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Metode regresi yang baik adalah yang memiliki nilai rasional yang terdistribusi secara normal. Dengan pengujian residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05. Berdasarkan uji Normalitas nilai signifikan (*Asymp Sig 2-tailed*) yaitu 0,155. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $0,155 > 0,05$ ) maka nilai residual yang dihasilkan terdistribusi normal artinya telah memenuhi uji normalitas data.

Uji Multikolinearitas diketahui besarnya nilai *tolerance* masing-masing variabel independen yaitu Religiusitas (0,415), Bagi hasil (0,409), Kualitas pelayanan (0,261) lebih besar dari 10. Nilai *Variance Inflation Factor* dari masing-masing variabel independen yaitu Religiusitas (2,410), Bagi hasil (2,443), Kualitas pelayanan (3,833) kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi, karena regresi yang baik yaitu tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas berdasarkan hasil olahan data regresi antara variabel independen dengan nilai absolut residual. Dari output SPSS pada *Grafik Scatterplot*, dapat diketahui bahwa tidak menunjukkan suatu pola selain itu titik-titik menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas Dengan demikian dapat disimpulkan dari hasil pengujian telah memenuhi asumsi klasik yaitu data homoskedastisitas.

### 4. Pada pengujian regresi

a. Uji parsial (Uji T) berdasarkan hasil pengujian sebagai berikut:

Untuk variabel religiusitas memiliki nilai  $t_{hitung}$  Religiusitas= 0,636 dengan tingkat signifikan untuk variabel religiusitas sebesar  $0,526 > 0,05$ . Hal ini berarti bahwa  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, artinya variabel religiusitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengusaha.

Untuk variabel bagi hasil memiliki nilai  $t_{hitung}$  Bagi hasil= 0,785 dengan tingkat signifikan untuk variabel bagi hasil sebesar  $0,435 > 0,05$ . Hal ini berarti bahwa  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, artinya variabel bagi hasil secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengusaha.

Untuk variabel kualitas pelayanan memiliki nilai  $t_{hitung}$  Kualitas pelayanan= 3,670 dengan tingkat signifikan untuk variabel kualitas pelayanan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, artinya variabel agama secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengusaha.

b. Pada Uji Simultan (Uji F) berdasarkan hasil pengujian sebagai berikut:

Uji simultan (Uji F), diketahui  $F_{hitung}$  sebesar 26.647 dengan tingkat nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Karena nilai Probabilitas (Sig.) pengujian yang lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas, bagi hasil dan kualitas pelayanan bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pengusaha.

c. Pada uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) berdasarkan hasil pengujian sebagai berikut:

Pada uji koefisien determinasi, menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,509. Hal ini berarti seluruh variabel religiusitas, bagi hasil, kualitas pelayanan mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 50,2%, sedangkan sisanya sebesar 49,1% di pengaruhi variabel lain diluar penelitian.



## BAB V

### PENUTUP

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya serta hasil analisis data yang diolah dengan menggunakan *SPSS For Windows versi 16*, maka penulis menarik kesimpulan bahwa:

1. Berdasarkan hasil uji variabel *religiusitas* mempunyai nilai signifikan  $t_{hitung} 0,526 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *religiusitas* tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pengusaha menjadi nasabah di bank syariah.

2. Berdasarkan hasil uji variabel *bagi hasil* mempunyai nilai signifikan  $t_{hitung} 0,435 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *bagi hasil* tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pengusaha menjadi nasabah di bank syariah.

3. Berdasarkan hasil uji variabel *kualitas pelayanan* mempunyai nilai signifikan  $t_{hitung} 0,000 < 0,005$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *kualitas pelayanan* berpengaruh positif terhadap keputusan pengusaha menjadi nasabah di bank syariah.

#### **B. Saran**

Berdasarkan dari penelitian, maka penulis menyampaikan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan dalam skripsi ini:

1. Perlu adanya sosialisai khusus yang dilakukan yang dilakukan secara sinergi oleh pihak-pihak terkait diantaranya:

a. Pihak bank syariah hendaknya memperkenalkan tentang bagi hasil yang diterapkan pada bank syariah kepada masyarakat luas, sehingga pengetahuan masyarakat bertambah dan hal tersebut bisa mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih menggunakan jasa bank syariah.

b. Bagi pengusaha muslim, hal ini perlu dilakukan peningkatan pemahaman tentang usaha yang dilakukan disesuaikan dengan agama dan cara memperoleh keuntungan dalam usaha sesuai dengan syari'at islam, dengan sistem bagi hasil.

## 2. Bagi peneliti selanjutnya

a. Menambahkan variabel bebas selain religiusitas, bagi hasil, kualitas pelayanan yang mungkin berpengaruh terhadap keputusan pengusaha.

b. Bagi peneliti-peneliti berikutnya ingin mengadakan penelitian serupa agar dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan objek penelitian pada objek lainnya dengan studi kasus yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

### Al-Qur'an:

Agama Departemen, *Al-Quran dan Terjemahnya: Kitab Suci Al-Quran Departemen Agama Republik Indonesia*, (Jakarta: Lubuk Agung Bandung, 1989)

Soenarjo, *Al-Quran dan Terjemahannya*, Jakarta; 1 Maret 1979

### Buku:

Antonio, Muhammad Syafi'i, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2002

Burhan, Bungin, *Metode Kuantitatif*, Jakarta; Kencana, 2005

Hermawan, Agus, *Komunikasi Pemasaran*, Malang; Gelora Aksara Pratama, 2012

Ismail, *Perbankan Syariah*, Cet I; Jakarta: Kencana, 2011

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Ed XII; Indeks, 2007

Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah*, Cet, I; Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2014

Nasution, S, *Metode Research: Penelitian Ilmiah*, Cet, XII; Jakarta: Bumi Aksara, 2011

Siregar, Sofyan, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, Cet. II; Jakarta: Bumi Aksara, 2014

Priyatno, Duwi, *Cara Kilat Belajar SPSS analisis Data Dengan SPSS 20*, Yogyakarta; Andi Offset, 2012

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cet XII; Bandung: Alfabeta, 2008

\_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Kombinasi; Mixed Methods*, Bandung; Alfabeta, 2013

Wibowo, Edy dan Untung Hendy Widodo, *Mengapa Memilih Bank Syariah*, Cet, I; Ghalia Indonesia, 2005

Zuhri, Muh, *Riba dalam Al-Quran dan Masalah Perbankan: Sebuah Titikan Antisipatif*, Cet, II; Jakarta: RajaGrafindo Persada, 1997

### **Karya Ilmiah:**

Daulay, Raihanah, *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Terhadap Di Kota Medan* [jurnal.umsu.ac.id/index.php/akuntan/article/view/91](http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/akuntan/article/view/91)

Fachriansyah, *Persepsi masyarakat terhadap bank syariah di kota palopo*, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2015

Fatmawati, Desy, *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Dan Informasi Terhadap Intensi Menabung Di Bank Syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa PP. Wahid Hasyim Di Sleman*, Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta <http://eprints.uny.ac.id/27752/>

Fitriah, Epi. Setyawan, Susilo, *Pengaruh Preferensi Mahasiswa Program Stuid Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Bandung (UNISBA) Terhadap Loyalitas di Bank Syariah Bandung*. Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan Vol 7, no 1 2013 <http://inferensi.iainsalatiga.ac.id/index.php/inferensi/article/view/212>

Harma, *Sikap dan preferensi Masyarakat Kota palopo terhadap Bank Muamalat Cabang Pembantu Palopo*, Skripsi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Palopo: 2014. h. 423

Istiqomah, Rahayu, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Syariah STAIN Salatiga untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah*, Skripsi: 2015. <http://perpus.iainsalatiga.ac.id/docfiles/fulltext/5859004966.pdf>

Junaidi, *Persepsi Masyarakat Untuk Memilih dan Tidak Memilih Bank Syariah (Studi Kota Palopo)*, Jurnal Fokus Bisnis, STIEM Muhammadiyah Palopo. Vol2,No14,2015,h.1.<http://journal.stieputrabangsa.ac.id/index.php/fokbis/article/view/44/35>

Majid, Lutfi, “*Pengaruh Relegiusitas dan Promosi Terhadap Prefersni Anggota Dalam Memilih Produk Simpanan Ya-d-Dhamanah Di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (KJKS) Baitul Tamwil Muhammadiyah (BTM) Surya Umbul Harjo Yogyakarta*”, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.Th2016.[http://digilib.uin-suka.ac.id/20087/2/11240008\\_BAB-I\\_IV-atau-V\\_DAFTAR-PUSTAKA.pdf](http://digilib.uin-suka.ac.id/20087/2/11240008_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf)

Miratusolina, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepuasan Konsumen Di Mini Market Alfamidi Ratulangi Palopo*, (Skripsi: STAIN Palopo) 2014

Masruroh, Atik, *Analisis pengaruh Tingkat Religiusitas Dan Disposible Income Bank Syariah Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia*, Graha Ilmu: 2005 *Terhadap Minat Menabung mahasiswa Di Perbankan Syariah* (Studi Kasus Mahasiswa STAIN Salatiga; 2015) [perpus.iain salatiga.ac.id](http://perpus.iain salatiga.ac.id)

MSI, Mursyid, *Preferensi Masyarakat Kota Samarinda terhadap Bank Syariah Nalar Fiqih*, vol 4, no 1 2011.  
<http://e-journal.iainjambi.ac.id/index.php/nalarfiqh/article/view/192/174>

Mustofa, *Preferensi Dosen IAIN Sultan Amai Gorontalo terhadap Perbankan Syariah di Gorontalo*, Jurnal Al-Buhuts, IAIN Sultan Amai Gorontalo. vol 1 no.1 Juni 2015. <http://www.journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/ab/article/view/325>

Prihatsa, Lailatus Sembrada, *Persepsi, Perilaku dan Preferensi masyarakat Tulungagung terhadap Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung, 2015  
<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/1745/>

Sumantri, Bagja, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Yogyakarta*, Skripsi Jurusan pendidikan Ekonomi : Universitas negeri Yogyakarta, <http://eprints.uny.ac.id/17204/>

**Website:**

[https://jurnalmuamalahstainpalopo.wordpress.com/2014/09/24/preferensi-guru-dan-dosen-dalam-menyimpan-dana-pada-bank-syariah-di-kota-palopo\\_kajian-pada-lembaga-pendidikan-islam/](https://jurnalmuamalahstainpalopo.wordpress.com/2014/09/24/preferensi-guru-dan-dosen-dalam-menyimpan-dana-pada-bank-syariah-di-kota-palopo_kajian-pada-lembaga-pendidikan-islam/)

Undang-undang Republik Indonesia No.21 Tahun 2008 pasal 3 [http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU\\_21\\_08\\_Syariah.Pdf](http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU_21_08_Syariah.Pdf)

Badan Pusat Statistik. Kota Palopo dalam angka 2016. [https://palopokota.bps.go.id/backend/pdf\\_publicasi/Kota-Palopo-Dalam-Angka-2016.pdf](https://palopokota.bps.go.id/backend/pdf_publicasi/Kota-Palopo-Dalam-Angka-2016.pdf)

Perry Roy Hilton dan Charlotte Brownlow, SPSS Explained, dalam Seta Basri, *Uji Validitas Dan Reabilitas*, <http://setabasri01.blogspot.com/2012/04/uji-validitas-dan-reabilitas-item.html>



## *MOTTO*

*Bermimpilah yang besar, karena bermimpi itu gratis  
Kerjakanlah yang ada dihadapanmu dalam  
menggapai mimpi-mimpi besarmu  
(Bagus Rusidanto)*

*Pendidikan merupakan perlengkapan  
paling baik untuk hari tua  
(Aristoteles)*

*Tidak ada ketenangan selain dengan kedekatan  
Bersama ALLAH SWT.  
(Aa Gym)*

*Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan  
Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan  
Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan)  
Tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)  
Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap  
(QS. Al-Insyirah: 6-8)*

*Learn from the mistakes in the past, try by usin a different way and  
always hope for a successful future*

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Data Pribadi

1. Nama Lengkap : St. Nur Aisyah
2. Tempat/Tanggal Lahir: Ujung Pandang, 26 Mei 1995
3. Agama : Islam
4. Pekerjaan : Mahasiswa
5. Alamat Rumah : Jl. Sungai Pikung No. 16 Rampoang, Kota Palopo
6. Nomor Hp : 082240179159
7. Alamat E-mail : [sitinuraisyahainplp25@gmail.com](mailto:sitinuraisyahainplp25@gmail.com)

### B. Nama Orang Tua

1. Nama Ayah : H. Gama Machmud S.K.M (Alm)
2. Nama Ibu : Dra. Murlina

### C. Pendidikan

1. TK : NEGERI PEMBINA, TAHUN 2001
2. SD : SD NEGERI 444 BULU DATU, TAHUN 2007
3. SMP : SMP NEGERI 8 PALOPO, TAHUN 2010
4. SMU/SMK : SMK NEGERI 1 PALOPO, TAHUN 2013
5. KAMPUS : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PALOPO, TAHUN 2017