

**PENGARUH RELIGIUSITAS, PRODUK DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN
JASA BSI (BANK SYARIAH INDONESIA)
KCP MASAMBA**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh :

Muh. Asdar
NIM. 16 0402 0207

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO**

2022

**PENGARUH RELIGIUSITAS, PRODUK DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN
JASA BSI (BANK SYARIAH INDONESIA)
KCP MASAMBA**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Oleh :

MUH.ASDAR
16 0402 0207

Pembimbing:

1. **Dr. Takdir, SH., M.H.**
2. **Ilham, S.Ag., M.A.**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muh. Asdar
NIM : 16 0402 0207
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 24 Februari 2022

Yang membuat pernyataan,

Muh. Asdar
NIM 16 0402 0207

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Produk dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba” yang ditulis oleh Muh. Asdar, dengan Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0402 0207, Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunajasyahkan pada hari Selasa, tanggal 08 Februari 2022 Miladiyah, bertepatan dengan 7 Rajab 1443 Hijriyah, telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan tim-penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 24 Februari 2022

TIM PENGUJI

- | | |
|--|---------------------------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M. M.M. | Ketua Sidang (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.El., M.A. | Sekretaris Sidang (.....) |
| 3. Dr. Mahadih Shaleh, M.Si. | Penguji I (.....) |
| 4. Megasari, S.Pd., M.Sc. | Penguji II (.....) |
| 5. Dr. Takdir, S.H., M.H. | Pembimbing I (.....) |
| 6. Ilham, S.Ag., M.A. | Pembimbing II (.....) |

Mengetahui,

a.n Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah


Dr. Hj. Ramlah M. M.M.
NIP.19610208 199403 2 001


Hendra Svafri, S.E., M.M.
NIP 19861020 204503 1 001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي أَنْعَمَنَا بِنِعْمَةِ الْإِيمَانِ وَالْإِسْلَامِ وَتُصَلِّيَ وَتُسَلِّمْ عَلَى خَيْرِ
الْأَنْبَاءِ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur kehadiran Allah SWT., karena berkat Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini. Shalawat serta salam atas Nabi Muhammad saw., beserta keluarga dan para sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman. Dalam penelitian skripsi ini, peneliti yakin bahwa tidak akan menyelesaikannya tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, khususnya kedua orang tua peneliti yang tercinta ayahanda Darmawan dan Ibunda Hasna yang telah mengasuh dan mendidik peneliti dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, yang telah diberikan kepada peneliti baik secara moril maupun secara materil dan juga melalui kesempatan yang baik ini peneliti memberikan apresiasi sekaligus ucapan terima kasih kepada:

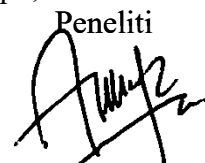
1. Rektor (IAIN) Palopo, Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Dr. H. Muammar Arafat, SH., MH., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M. dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Dr. Muhaemin, M.A., yang telah memberikan dukungan moril dan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama peneliti menjadi mahasiswa di kampus ini.
2. Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, M.M., selaku Dekan Ekonomi dan Bisnis Islam., Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.E.I., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik., Tadjuddin, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan., dan Dr. Takdir, S.H., M.H selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama beserta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

3. Ketua Prodi Perbankan Syariah Bapak Hendra Safri, S.E., M.M. dan sekretaris Prodi Ibu Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc beserta seluruh dosen yang telah memberikan ilmu dan waktu selama penulis menempuh pendidikan di IAIN Palopo.
4. Pembimbing I Dr. Takdir, S.H., M.HdanPembimbing II Ilham S.Ag., M.A yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi.
5. Penguji I Dr. Mahadih Saleh, M.Si. dan Penguji II Ibu Megasari, S.Pd., M.Sc. yang telah memberikan kritikan dan masukan dalam rangka penyelesaian skripsi.
6. Kepala Perpustakaan Madehang, S.Ag., M.Pd., dan seluruh Staf Perpustakaan yang selama ini banyak membantu dalam memfasilitasi referensi yang dibutuhkan baik dalam proses penyelesaian tugas perkuliahan maupun penyelesaian skripsi.
7. Kepala Cabang Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba beserta karyawan dan staf yang telah banyak membantu atas waktu dan informasi yang telah diberikan selama masa penelitian.
8. Teman-teman seperjuanganku, Ari Budyanto Anjas, Rahmayanti dan teman-teman posko KKN-KS Angkatan XXXVIII Desa Rante Balla, Kecamatan Latimojong, Kabupaten Luwu.
9. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terkhusus kelas PBS/C 2016 yang telah banyak memberikan dorongan, motivasi dan inspirasi serta semangat dalam penyusunan skripsi.

Akhirnya peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh peneliti yang telah membantu menyelesaikan tugas akhir ini. Mudah-mudahan bernilai ibadah mendapatkan pahala dari Allah SWT., Aamiin Ya Rabbal 'Alamiin.

Palopo, 25 Februari 2022

Peneliti



Muh. Asdar

NIM. 16.0402.0207

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. *Konsonan*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha	ha	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik atas)
ر	Ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	šin	š	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ی	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	A	a
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>damamah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيّ	<i>fathah dan yā'</i>	Ai	a dan i
اَوّ	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلَ : *hauila*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اُ...	<i>fatha dan alif atau yā</i>	Ā	a dan garis di atas

ي	<i>kasra dan yā'</i>	Ī	i dan garis di atas
و	<i>dammah dan wau</i>	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Tā' marbūṭah*

Transliterasi untuk tā' marbūṭah ada dua, yaitu: *tā marbūṭah* yang hidup atau mendapat harakat *fatḥah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā' marbūṭah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

5. *Syaddah (Tasydīd)*

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh :

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
الْحَجُّ	: <i>al-hajj</i>
نُعِمُّ	: <i>nu“ima</i>
عَدُوُّ	: <i>‘aduwwun</i>

Jika huruf *kasrah* (ـِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Seperti :

عَلِيٌّ	: ‘Ali (bukan ‘Aliyy atau ‘Aly)
عَرَبِيٌّ	: ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *al* (*alif lam ma‘arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّامْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> (<i>az-zalزالah</i>)
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : ta'murūna

النَّوْءُ : al-nau'

شَيْءٌ : syai'un

أَمِرْتُ : umirtu

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi diatas. Misalnya kata *al-Qur'ān* (dari *al-Qur'ān*), *Sunnah*, *khusus* dan *umum*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

FīZilāl al-Qur'ān

Al-Sunnah qabl al-tadwīn

Al-'Ibārāt bi 'umūm al-lafẓ lābi khusūṣ al-sabab

9. Lafẓ al-Jalālah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frase nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : dīnullāh

بِاللَّهِ : billāh

Adapun *tā' marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fī raḥmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya: digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang *al-*, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wuḍi‘a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fih al-Qur‘ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Abū Naṣr al-Farābi

Al-Gazālī

Al-Munqīẓ min al-Ḍalāl

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contohnya:

Abū al-Walīd Muḥammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd

Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)

Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd, Naṣr Ḥamīd Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT.	<i>subhānahū wa ta'ālā</i>	bukan Swt.
saw.	<i>Ṣallallāhu 'alayhi wa sallam</i>	saw.
as.	<i>'alaihi al-salām</i>	bukan As.
H.	Hijrah	
M.	Masehi	
SM	Sebelum Masehi	Bukan sM, atau S.M
l.	Lahir tahun	Bagi tokoh yang masih hidup saja
w.	Wafa ttahun	Bukan W.
Q.S..../:...:1	Qur'an surah	Bukan QS.
H.R.	Hadīts riwayat	Bukan HR.
BSI	Bank Syariah Indonesia	
KCP	Kantor Cabang Pembantu	
IAIN	Institut Agama Islam Negeri	
Capem	Cabang Pembantu	
UPS	<i>Uninterruptible Power Supply</i>	
SDI	Static Data Investor	
SOP	<i>Standard Operating Procedures</i>	
RTGS	<i>Real Time Gross Settlement</i>	
PMS	Penyertaan Modal Sementara	

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	vii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR AYAT	xvi
DAFTAR HADITS.....	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
DAFTAR ISTILAH	xxi
ABSTRAK	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN TEORI	5
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	5
B. Kajian Teori.....	7
C. Kerangka Pikir	36
D. Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Jenis Penelitian	38
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38

C. Sumber Data	38
D. Definisi Operasional Variabel dan Ruang Lingkup Penelitian.....	39
E. Populasi dan Sampel.....	41
F. Teknik Pengumpulan Data	41
G. Instrumen Penelitian	43
H. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen.....	44
I. Teknik Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Hasil Penelitian.....	52
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
2. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen	63
3. Analisis Data	66
B. Pembahasan	76
BAB V PENUTUP	82
A. Kesimpulan	82
B. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85

DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 1 Q.S. Ali Imron (3) : 130	1
Kutipan Ayat 2 Q.S. Yusuf (12) :47-48	23
Kutipan Ayat 3 Q.S. Asy-Syu'ara (26) : 181-183.....	28



DAFTAR HADITS

Kutipan Hadits 1 H.R. Bukhari, Kitab. Al-Adab, Juz 7, No. 1354.....	10
Kutipan Hadits 2 H.R. Muslim, Kitab. Adz-Dzikr, Juz 2, No. 2699	30



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Defenisi Operasional Variabel dan Ruang Lingkup Penelitian	39
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas variabel Religiusitas (X_1)	63
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas variabel Produk (X_2).....	64
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas variabel Pelayanan (X_3).....	64
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas variabel Pengambilan Keputusan (Y)	65
Tabel 4.8	Hasil Uji Releabilitas variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Y	66
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas.....	67
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolineritas.....	68
Tabel 4.11	Hasil Uji Parsial (Uji T)	70
Tabel 4.12	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	72
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R).....	73
Tabel 4.14	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	73
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Linier berganda.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Pikir.....	36
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT. BSI KCP Masamba.....	58
Gambar 4.2	Grafik P-Plot.....	67
Gambar 4.3	Grafik Scatter Plot.....	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner
Lampiran 2	: Dokumentasi Penelitian
Lampiran 3	: Surat Izin Penelitian dari DPMPTSP
Lampiran 4	: Surat Keterangan telah melakukan penelitian di BSI KCP Masamba
Lampiran 5	: Nota Dinas Tim Verifikasi Naskah Skripsi
Lampiran 6	: Tabulasi Hasil Kuesioner Penelitian
Lampiran 7	: Hasil Uji SPSS
Lampiran 8	: Nota Dinas Pembimbing
Lampiran 9	: Persetujuan Pembimbing
Lampiran 10	: Nota Dinas Penguji
Lampiran 11	: Persetujuan Penguji
Lampiran 12	: Halaman Persetujuan Tim Penguji
Lampiran 13	: Berita Acara Ujian <i>Munaqasyah</i>
Lampiran 14	: Riwayat Hidup

DAFTAR ISTILAH



BSI	: Bank Syariah Indonesia
IAIN	: Institut Agama Islam Negeri
PRODI	: Program Studi
KCP	: Kantor Cabang Pembantu
SPSS	: <i>Statistical Package For Sosial Science</i>
Q.S	: Qur'an Surah
H_0	: Hipotesis Nol
H_1	: Hipotesis Satu
(X)	: Variabel Independen
(Y)	: Variabel Dependen
x	: Kali
<	: Kurang Dari
>	: Lebih Dari
=	: Sama Dengan
+	: Tambah
%	: Persen

ABSTRAK

Muh. Asdar, 2022. “Pengaruh Religiusitas, Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba”, Skripsi Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, dibimbing oleh Takdir dan Ilham.

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Religiusitas, Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Religiusitas, Produk dan Pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan Jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba secara parsial dan simultan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dimana penelitian yang berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan suatu penafsiran. Populasi penelitian ini yaitu nasabah BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba. Teknik pengambilan sampel dilakukan melalui teknik *Accidental sampling* dan tehnik pengumpulan data melalui observasi dan pembagian kuesioner yang akan diolah agar menghasilkan suatu informasi dengan menggunakan skala likert. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sekunder. Adapun teknik analisis data pada penelitian ini yaitu Analisis Regresi Linier berganda. Variabel bebas pada penelitian ini yaitu Religiusitas (X_1), Produk (X_2), Pelayanan (X_3) dan variabel terikat yaitu Pengambilan Keputusan (Y).

Hasil Uji Statistik yang telah dilakukan dengan beberapa tahap menunjukkan hasil Uji-T, variabel Religiusitas (X_1) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,426 > 0,679$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan nilai signifikansi ($0,003 < 0,05$). variabel Produk (X_2) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,283 > 0,679$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan nilai signifikansi ($0,002 < 0,05$), dan pada variabel Pelayanan (X_3) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,794 > 0,679$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 , X_2 dan X_3 berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) secara parsial. Berdasarkan hasil Uji-F menunjukkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($12,367 > 2,807$) dan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$). Sehingga hasil hipotesisnya yaitu H_1 diterima dan H_0 ditolak dapat diartikan variabel X_1 , X_2 dan X_3 berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y) secara simultan. Sedangkan nilai koefisien determinasi R *Square* (R^2) 0,446 atau 44,6% terdapat pengaruh variabel Religiusitas, Produk dan Pelayanan. Sedangkan sisanya $100\% - 44,6\% = 55,4\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Religiusitas, Produk, Pelayanan dan Keputusan Nasabah.

ABSTRACT

Moh. Asdar, 2022. “*The Influence of Religiosity, Products and Services on Customer Decisions to use the services of BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba*”, Thesis of the Islamic Banking Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic Institute (IAIN) Palopo, guided by Takdir and Ilham.

This thesis discusses the influence of religiosity, products and services on the customer's decision to use the services of BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba. This study aims to determine whether there is an influence of religiosity, products, and services on the customer's decision to use the services of BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba partially and simultaneously.

The method used in this study is a quantitative method, where research is based on data that can be calculated to produce an interpretation. The population of this research is the customers of BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba. The sampling technique was carried out through *accidental sampling* and data collection techniques through observation and distributing questionnaires to be processed to produce information using a Likert scale. The data sources used are primary and secondary data sources. The data analysis techniques in this study are Multiple Linear Regression. The independent variables in this study are Religiosity (X_1), Product (X_2), Service (X_3) and the dependent variable is Decision Making (Y).

The results of the Statistical Test that have been carried out in several stages show the results of the T-Test, the religiosity (X_1) variable is obtained by the value of $t_{\text{count}} > t_{\text{table}}$ ($3.426 > 0.679$) then H_0 is rejected and H_1 is accepted with a significance value ($0.003 < 0.05$). Product (X_2) variable obtained the value of $t_{\text{count}} > t_{\text{table}}$ ($3.283 > 0.679$) then H_0 is rejected and H_1 is accepted with a significance value ($0.002 < 0.05$). and in the service (X_3) variable, the value of $t_{\text{count}} > t_{\text{table}}$ ($3.794 > 0.679$) means that H_0 is rejected and H_1 is accepted with a significance value ($0.000 < 0.05$). So it can be concluded that the variables X_1 , X_2 and X_3 have a significant effect on the variable (Y) partially. Based on the results of the F-test shows the calculated $F_{\text{value}} > F_{\text{table}}$ ($12.367 > 2.807$) and a significant value ($0.000 < 0.05$). So that the results of the hypothesis, namely H_1 is accepted and H_0 is rejected, it can be interpreted that the variables X_1 , X_2 and X_3 simultaneously have a significant effect on the variable (Y). While the value of the coefficient of determination *R Square* (R^2) 0.446 or 44.6% there is the influence of the variable Religiosity, Products and Services. While the remaining $100\% - 44.6\% = 55.4\%$ Decision-making variables are influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Religiosity, Products, Services and Customer Decisions.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Institusi keuangan merupakan setiap perusahaan yang berkiprah dibidang keuangan dimana kegiatannya apakah hanya mengumpulkan dana, menyalurkan dana, atau kedua-duanya mengumpulkan serta menyalurkan dan.¹ Bank ialah instansi keuangan yang fungsi utamanya mengumpulkan dana masyarakat, menyalurkan dana pada masyarakat, serta menyediakan pelayanan berupa jasa-jasa perbankan. Penghimpun dana pihak ketiga berupa bentuk simpanan ialah asal dana bank yang terbesar. Sesuai fungsi bank menjadi forum intermediasi, bank bisa mengumpulkan dana secara eksklusif yang berasal dari masyarakat.²

Bank syariah atau bank Islam yaitu bank yang melaksanakan aktivitas usahanya sesuai prinsip Islam, yaitu perjanjian/kesepekatan antara nasabah dengan pihak bank sesuai dengan aturan Islam. Bank Islam melaksanakan praktik perbankan berpedoman pada prinsip syariah Islam, yaitu menghindari sistem bunga atau riba.³ Hal tersebut tercantum dalam surat Ali Imron (3) : 130

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

Terjemahnya:

*“Hai orang-orang yg beriman, janganlah engkau mejadikan riba yang berlipat ganda lalu bertakwalah engkau pada Allah agar engkau menerima keberuntungan”.*⁴

¹ Kasmir, “Pemasaran Bank”, (Jakarta: Kencana, 2018), h.8

² Ismail, “Akuntansi Bank (Teori Dan Aplikasi Jdalam Rupiah)”, (Jakarta: Kencana, 2016), h.12

³ Yani Sri Nurani, “Pengaruh Faktor Keagamaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah”, IAIN Syekh Nurjati Cirebon (Juni 24, 2019), h.17, Repository.Syekhnurjati.Ac.Id/693/1/Yani Sri Nurani_59320166_Ok.Pdf

⁴ Kementerian Agama RI, “Al-Qur’an Dan Terjemahnya”, (Semarang, Pt. Karya Toha Putra, 2020)

Dalam konsep Keuangan Islam mendukung aktivitas usaha yang berorientasi pada laba yang mencontoh kriteria positif menurut etika syariah. Institusi Keuangan Islamiah berkomitmen untuk berperan dalam perkembangan ekonomi, sosial, serta memperoleh laba ekonomi sewajarnya, dengan menjalankan atas dasar prinsip Syari'ah Islam.⁵

Dengan semakin bertambahnya jumlah Bank Syariah mengakibatkan pangsa pasar semakin tajam. Nasabah dalam menentukan menabung di Bank Syariah disebabkan beberapa faktor yaitu religiusitas, produk serta pelayanan. Agar calon nasabah tertarik pada produk yang ditawarkan, jadi pihak Bank Syariah melakukan skema penjemputan bola (mempromosikan produk secara eksklusif ke nasabah serta menawarkan jumlah tabungan dari periode tertentu) melalui pendekatan semacam itu muncullah minat nasabah berkunjung ke Bank Syariah lantaran adanya produk baru ditawarkan yang sinkron dengan kebutuhan nasabah dan beban administrasi yang rendah.⁶

Apabila produk yang ditawarkan menarik nasabah akan memakai jasa Bank Syariah tanpa berpikir lama yang harus diperhatikan pihak Bank Syariah memastikan bahwa produk yang ditawarkan atas dasar prinsip syariah dan kondusif pada penggunaannya. Hal ini sebagai faktor penentu keputusan nasabah dalam memakai jasa keuangan disana.

Keputusan sebagai nasabah dapat dipengaruhi faktor religiusitas yang berada pada diri. Glock dan Stark menjelaskan terdapat 5 dimensi keberagamaan

⁵ Rivai Dkk, *"Islamic Banking & Finance(Dari Teori Ke Praktik Bank Dan Keuangan Syariah Sebagai Solusi Dan Bukan Alternatif)"*, (Yogyakarta: Bpfe, 2020), h.45

⁶ Bhimantra Dkk, *"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah"*, (Bandung: Proceeding Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur Dan Teknik Sipil (Pesat), 2017), h.12

seseorang yaitu keyakinan, praktek agama, penghayatan, pengalaman serta pengetahuan agama. Kelima dimensi itu meliputi taraf kereligiusan seseorang misalnya nasabah meninjau kehalalan produk yang ditawarkan pihak Bank Syariah. Hal ini termasuk kategori dimensi keagamaan lantaran menghubungkan antara pengalaman keagamaan beserta prakteknya pada institusi keuangan.⁷

Pelayanan yang baik dan atas dasar keinginan nasabah akan berpengaruh kepada nasabah untuk bertransaksi kembali juga dapat menawarkan pada orang sekelilingnya agar bertransaksi pada bank yang bersangkutan. Dari uraian yang sudah peneliti paparkan, peneliti tertarik mengadakan sebuah penelitian mengenai **“Pengaruh Religiusitas, Produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba.**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh Religiusitas dalam keputusan nasabah menggunakan Jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba?
2. Bagaimana pengaruh Produk dalam keputusan nasabah menggunakan Jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba?
3. Bagaimana pengaruh Pelayanan dalam keputusan nasabah menggunakan Jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba?
4. Bagaimana pengaruh Variabel Independen terhadap Variabel Dependen Secara Simultan ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh Religiusitas dalam keputusan nasabah menggunakan Jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba.

⁷ Yenik Pujik Astutik, “Pengaruh Religiusitas, Lokasi, Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Di Bmt Mitra Usaha Mulia Tempel”, Yogyakarta: Universitas ALMA ATA (2017), h.21, [Core.Ac.Uk/Download/Pdf/326756676.Pdf](https://core.ac.uk/download/pdf/326756676.pdf)

2. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh Produk dalam keputusan nasabah menggunakan Jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba.
3. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh Pelayanan dalam keputusan nasabah menggunakan Jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba.
4. Untuk mengetahui Bagaimana pengaruh Variabel Independen terhadap Variabel Dependen Secara Simultan ?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini penulis berharap dapat menjadi pengembangan ilmu bagi pengetahuan mengenai Religiusitas, Produk dan Pelayanan didalam suatu organisasi atau instansi, agar dapat dipergunakan sebagai salah satu tolak ukur kepuasan nasabah ketika memanfaatkan jasa bank syariah.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini penulis berharap bisa dipergunakan untuk bahan bacaan ilmiah pada perpustakaan dan sebagai bahan rujukan bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian dengan kasus yang serupa.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tujuan dari pembahasan ini ialah untuk mempertahankan posisi penelitian yang terkait dengan penelitian sebelumnya, serta serupa dan telah diteliti oleh peneliti yang berbeda. Hal ini dilakukan untuk menghindari kesamaan objek penelitian. Kemudian untuk menentukan letak perbedaannya melalui penelitian terlebih dahulu.

Abdul Rozak (2016) yang berjudul *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Gadai (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Cabang Cikarang)”*. Metode yang dipakai dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dan jenis penelitian yang dipakai ialah penelitian deskriptif. Sampel yang diambil yaitu nasabah Bank Pegadaian Syariah Cabang Cikarang. Teknik pengambilan sampel yang dipakai ialah teknik *purposive sampling*. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan pada keputusan nasabah.⁸ Perbedaannya dengan peneliti sebelumnya, dimana peneliti sebelumnya dalam teknik pengelolaan dan analisis data menggunakan uji regresi linier sederhana, sedangkan peneliti saat ini menggunakan uji regresi linier berganda dalam teknik pengelolaan dan analisis datanya. Kesamaan antara peneliti saat ini dan peneliti sebelumnya adalah sama-sama meneliti kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa dari lembaga keuangan Syariah.

⁸ Abdul Rozak, *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Gadai Syariah”*, (Cikarang: Iain Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2016), h.51, Repository.Uinbanten.Ac.Id/1379/1/Skripsi.Pdf

Rina Fitriani (2018) dengan judul *“Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kualitas pelayanan dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan jasa Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung)”*. Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian asosiatif dan Metode yang dipakai dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Sampel terdiri dari 100 nasabah bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Sumber data yang dipakai dalam penelitian ini ialah data primer. Metode pengambilan sampel yang dipakai yaitu metode *simple random sampling*. Hasil penelitiannya menjelaskan bahwa variabel pengetahuan pelanggan, kualitas pelayanan dan religiusitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan Nasabah.⁹ Perbedaannya dengan peneliti sebelumnya, dimana peneliti sebelumnya meneliti pengaruh Pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan, dan religiusitas, sedangkan peneliti saat ini meneliti pengaruh religiusitas, produk, dan pelayanan. Kesamaan antara peneliti saat ini dan sebelumnya adalah keduanya meneliti kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah.

Nila Nadhiroh (2016) melakukan penelitian yang berjudul *“Pengaruh Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat di Indonesia kantor cabang pembantu Tulungagung”*. Hasil penelitian menjelaskan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan di Bank Muamalat Tulungagung, kemudian variabel penerapan nilai-nilai Islam mempunyai pengaruh yang signifikan pada kepuasan pelanggan di Bank Muamalat Tulungagung.¹⁰ Perbedaan dengan peneliti sebelumnya, dimana peneliti sebelumnya membahas kepuasan nasabah sedangkan

⁹ Rina Fitriani, *“Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah”*, (Tulungagung: Iain Tulungagung, 2018), h.161

¹⁰ Nila Nadhiroh, *“Pengaruh Kualitas Produk Dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Muamalat Di Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung”*, (Tulungagung: Iain Tulungagung, 2016), h.1

peneliti saat ini membahas pengambilan keputusan nasabah. Kesamaan antara peneliti sebelumnya dan saat ini membahas penerapan nilai-nilai syariah dan kualitas produk di bank syariah.

B. Kajian Teori

1. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Secara bahasa Religiusitas berasal dari kata region (agama). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Religiusitas merupakan ketakwaan pada agama, ketaatan, orang kuat bisa jadi tidak terlalu kuat, tetapi mereka sangat sadar.¹¹ Religiusitas adalah keberagamaan, yaitu kondisi yang ada pada diri seseorang dan yang mendorongnya untuk berperilaku sesuai dengan kualitas ketaatan pada agama.¹²

Pengertian Religiusitas secara umum yaitu sistem kompleks yang berasal dari kepercayaan, keyakinan, sikap dan upacara yang mengaitkan individu dengan keberadaan sang ilahi. Religiusitas yaitu seperangkat elemen lengkap yang menunjuk seseorang sebagai orang yang religius (beragama) dan bukan sekadar mengaku beragama (*having religion*). Religiusitas mencakup ilmu agama, dogma agama, pelaksanaan upacara keagamaan, pengetahuan beragama, akhlak keagamaan (moralitas), dan tindakan sosial keagamaan. Dalam Islam, religiusitas sebagian besar tercermin dalam praktik aqidah, syariah, dan akhlak, atau dengan kata lain: iman, Islam, dan ihsan. Ketika seseorang mempunyai

¹¹ Ika Septiana Wulandari, “*Analisis Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*”, (Salatiga: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2018), h.35

¹² Jalaludin Rahmat, “*Psikologi Agama*”, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2019), h.88

semua komponen ini, dialah orang yang benar-benar religius. Dalam buku tentang psikologi agama, Dradjat menetapkan istilah kesadaran beragama dan pengalaman beragama. Kesadaran beragama yaitu aspek beragama yang dirasakan dalam pikiran dan dapat diuji melalui introspeksi atau dapat dikatakan aspek mental dari kegiatan keagamaan. Pengalaman beragama merupakan unsur perasaan dalam kesadaran beragama, yaitu perasaan yang mengarah pada keyakinan yang dihasilkan oleh tindakan.¹³

Definisi lain menetapkan bahwa religiusitas merupakan perilaku pada agama berupa penghayatan nilai-nilai agama yang tidak hanya tercermin dalam ketaatan dalam praktik ibadah ritual, tetapi juga dengan adanya keyakinan, pengalaman dan pengetahuan tentang agama yang mereka yakini. Mangun Widjaya (1986) menjelaskan bahwa religiusitas dan agama tidak dapat dipisahkan. Agama berupa institusi yang mengatur tata cara beribadah kepada Tuhan, sedangkan religiusitas berupa kualitas umat beragama.¹⁴

Menurut Mokhlis yang dikutip oleh Asraf, *Religiosity is the degree to which an individual is committed to his or her religion*. Religiusitas adalah sejauh mana seseorang beriman kepada agamanya. Sedangkan menurut Magill, dikutip Asraf, religiusitas yaitu sikap seseorang pada agama secara umum, bukan hanya satu aspek atau wilayah agama, melainkan sikap seseorang untuk membuktikan intensitasnya agar menjadi orang religius.¹⁵

¹³ Jalaludin Rahmat, “*Psikologi Agama*”, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2019), h.15

¹⁴ Vidya Tweriza Nuandri dan Iwan Wahyu Widayat, “*Hubungan Antara Sikap terhadap Religiusitas dengan Sikap terhadap Kecenderungan Perilaku Seks Pranikah pada Remaja Akhir yang Sedang Berpacaran di Universitas Airlangga Surabaya*”, Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya, (Vol. 3, No. 2 agustus 2018), h.14

¹⁵ Alfi Mulikhah Lestari, “*Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah*”, Jurnal Ilmiah Malang, (Vol.3 No.1, 2016), h.8

Selanjutnya Masri juga beranggapan bahwa religiusitas juga tidak terbatas pada kegiatan yang terlihat seperti ibadah, muamalah (kegiatan ekonomi), muasyaroh (kegiatan sosial), belajar agama, dakwah (mencintai ma'ruf nahi mungkar) dan jihad (membela agama), tetapi juga kegiatan yang tidak terlihat atau hanya terjadi dalam pikiran seseorang, seperti keyakinan dan zikir bathiniah kepada Allah.¹⁶ Sedangkan Pruyser menjelaskan bahwa religiusitas lebih bersifat personal dan mengatas namakan agama. Agama termasuk ajaran yang berhubungan dengan Tuhan, sedangkan tingkat religiusitas ialah perilaku manusia yang memberikan kesesuaian dengan ajaran agamanya. Jadi atas dasar agama yang dianut, individu dianggap religius.¹⁷

Apapun istilah yang dipakai para ahli untuk menyebut aspek keagamaan manusia, itu merujuk pada suatu fakta bahwa kegiatan keagamaan tidak dapat dipisahkan dari aktivitas manusia yang beragam dan berkaitan dengan etika atau moralitas, serta keyakinan dan ketakwaannya.¹⁸

Religiusitas merupakan ketetapan Tuhan Yang Maha Esa dengan dimensi vertikal dan horizontal yang dapat mendorong jiwa yang cerdas untuk mengikuti aturan Tuhan dengan kehendaknya sendiri, tanpa terpengaruh untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan kebahagiaan di hari kemudian. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa Religiusitas adalah kekuatan keyakinan seseorang akan suatu agama, disertai dengan kualitas pengetahuan tentang agamanya.¹⁹

¹⁶ Asraf, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menyimpan Dana di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasaman Barat dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderator", e-Jurnal Apresiasi Ekonomi, (Vol.2, No.1, Januari 2016), h.64

¹⁷ Jalaludin Rahmat, "Psikologi Agama", (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2019), h.89

¹⁸ Spinks G. S., "Psychology and Religion" (London: Methuen and Company Ltd, 2017), h.11

¹⁹ Putri Hartini, "Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Santri Memilih produk Perbankan Syariah", Banda Aceh: Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry (2019), h.21-22

Berdasarkan hal tersebut mengenai religiusitas terdapat sebuah hadits yang membahas mengenai tingkat ketakwaan keagamaan seseorang, Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو قَالَ دَخَلَ عَلَيَّ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالَ أَلَمْ أُخْبِرْ أَنَّكَ تَقُومُ اللَّيْلَ وَتَصُومُ النَّهَارَ قُلْتُ بَلَى قَالَ فَلَا تَفْعَلْ قُمْ وَنَمْ وَصُمْ وَأَفْطِرْ فَإِنَّ لِحَسَدِكَ عَلَيْكَ حَقًّا وَإِنَّ لِعَيْنِكَ عَلَيْكَ حَقًّا وَإِنَّ لِرِزْقِكَ عَلَيْكَ حَقًّا وَإِنَّ لِرِزْقِكَ عَلَيْكَ حَقًّا. (رواه البخاري).

Terjemahnya: “Dari Abdullah bin 'Amru dia berkata; "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam menemuiku, lalu beliau bersabda: "Aku memperoleh berita bahwa kamu bangun di malam hari dan berpuasa di siang hari, benarkah itu?" Aku menjawab; "Benar." Beliau bersabda: "Jangan kamu lakukannya; namun tidur dan bangunlah, berpuasa dan berbukalah. Karena tubuhmu memiliki hak atas dirimu, kedua matamu memiliki hak atas dirimu, tamumu memiliki hak atas dirimu, istrimu memiliki hak atas dirimu.” (HR. Bukhari).²⁰

b. Aspek – aspek Religiusitas

Glock dan Stark menjelaskan religiusitas merupakan rumusan yang luar biasa. Konsep ini berupaya memperhitungkan semua dimensi, bukan hanya satu atau dua dimensi keanekaragaman manusia. Keragaman Islam tidak hanya terwujud dalam bentuk ibadah ritual, tetapi juga dalam kegiatan lainnya. Ada lima dimensi yang bisadiukur antara lain:²¹

1) Dimensi Ritual

²⁰ Abu Abdullah Muhammad bin Ismail bin Ibrahim ibn Mughirah bin Bardizbah Al-Bukhari Al-Ja'fi, “*Shahih Bukhari*”, Kitab. Al-Adab, Juz 7, No. 1354 (Darul Fikri: Beirut-Libanon, 1981 M), h. 103.

²¹ Wahyudin, S.Ag, Dkk, “*Dimensi Religiusitas Dan Pengaruhnya Terhadap Organizational Citizenship Behavior*”, Purwokerto: Dosen Fakultas Ekonomi Univ. Jendral Soedirman (2018),h.6-7, Jp.Feb.Unsoed.Ac.Id/Index.Php/Sca-1/Article/Viewfile/177/182

Dimensi ritual adalah aspek yang mengukur sejauh mana seseorang memenuhi kewajiban ritualnya dalam agama yang dianutnya. Misalnya pergi ke tempat ibadah, sholat subuh, puasa. Dimensi ritual ini ialah perilaku keagamaan dalam bentuk ibadah berupa ritual keagamaan.

2) Dimensi Ideologis

Dimensi Ideologis adalah mengukur sejauh mana seseorang menerima dogmatisme dalam agamanya. Misalnya, menerima keberadaan Tuhan, malaikat dan setan, surga atau neraka. Dalam konteks ajaran Islam, aspek idealisme ini berkaitan dengan keyakinan seseorang akan kebenaran agamanya. Semua ajaran yang bermuara pada Al-Qur'an dan hadits harus menjadi pedoman dalam segala bidang kehidupan.

3) Dimensi Intelektual

Dimensi Intelektual adalah kegiatan untuk lebih memperdalam pemahaman tentang seberapa jauh seseorang mengetahui dan memahami ajaran agamanya, juga masalah-masalah keagamaan yang terkait dengan agamanya. Secara lebih umum, dimensi intelektual ini membuktikan tingkat pemahaman seseorang pada ajaran agama melalui kedalaman ajaran agama yang diterimanya. Pengetahuan yang dimiliki seseorang akan memperluas pemikirannya dan lebih fokus pada perilaku keagamaan.

4) Dimensi Pengalaman

Dimensi Pengalaman berkaitan dengan seberapa banyak perasaan dan pengalaman keagamaan yang dirasakan dan dialami oleh umat Islam. Dalam Islam, dimensi ini ialah perasaan dekat dengan Allah, perasaan doa yang sering dijawab, perasaan damai dan bahagia untuk beribadah kepada Allah, perasaan amanah, perasaan khushyuk ketika berdoa, kegembiraan ketika mendengarkan

adzan atau ayat-ayat Al-Qur'an, rasa syukur kepada Allah, perasaan diberi teguran atau pertolongan dari Allah SWT.

5) Dimensi Konsekuensi

Dalam hal inidimensi konsekuensi meupakan sejauh mana seseorang bersedia untuk mengamalkan ajaran agamanya dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya, membantu orang lain, jujur, bersedia untuk berbagi dan tidak mengambil yang bukan haknya.

Dari kelima dimensi diatas tidak dapat dipisahkan dan sudah termasuk kumpulan dari beberapa dimensi. Ini terkait dengan lima dimensi Religiusitas Glock dan Stark yaitu dimensi iman (idealisme), dimensi praktik keagamaan (ritual), dimensi pengetahuan agama (intelektual), dimensi pengalaman dan konsekuensi. Kelima dimensi tersebut termasuk bagian integral dari religiusitas seseorang karena merupakan aspek yang tidak dapat dipisahkan.²²

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Dalam perkembangan jiwa keagamaan seseorang dalam kehidupan dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu berupa pengaruh dari dalam (faktor internal) dan berupa pengaruh dari luar (faktor eksternal).²³

1) Faktor dari dalam (Internal)

a) Faktor Keturunan

Maksudnya adalah bahwa agama bukanlah faktor bawaan secara langsung yang diturunkan dari generasi ke generasi, tetapi terbentuk dari unsur-unsur lain.

b) Tingkat Usia

²² Baharuddin dan Mulyono, "*Psikologi Agama dalam Perspektif Islam*", Malang: UIN Malang Press, (2018), h.35

²³ Jalaludin Rahmat, "*Psikologi Agama*", (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2019), h.279-287

Perkembangan agama pada masa kanak-kanak ditentukan oleh tingkat usia mereka, perkembangan ini dipengaruhi oleh berbagai aspek psikologis, termasuk keyakinan, kemajuan berfikir, ternyata anak-anak yang berada di usia berpikir kritis juga lebih kritis dalam memahami ajaran agama. Pada masa remaja, ketika mereka mencapai kematangan seksual pengaruh ini menyertai perkembangan jiwa keagamaan mereka.

c) Kepribadian

Kepribadian menurut para ahli psikologi terdiri dari dua unsur yaitu, hereditas dan lingkungan, dari kedua unsur tersebut para psikolog cenderung berpendapat bahwa tipologi tersebut membuktikan bahwa harus mempunyai kepribadian yang berbeda dan unik. Di sisi lain, karakter membuktikan bahwa kepribadian manusia terbentuk atas dasar pengalaman dan lingkungan.

d) Keadaan Pikiran

Keadaan pikiran ini berhubungan dengan beberapa faktor internal. Menurut Sigmund Freud, gangguan jiwa disebabkan oleh konflik-konflik yang ditekan dalam alam bawah sadar manusia dan konflik menjadi sumber gejala-gejala psikologis yang berat.

2) Faktor dari Luar(Eksternal)

a) Faktor Keluarga

Keluarga adalah unit sosial yang paling sederhana dalam kehidupan manusia, terutama orang tua yang mempunyai pengaruh besar pada perkembangan jiwa keagamaan anak, apabila orang tua berperilaku baik pasti anak cenderung berperilaku baik, sebaliknya apabila orang tua berperilaku buruk pasti anak-anak juga demikian.

b) Lingkungan Institusional

Lingkungan ini juga mempengaruhi perkembangan jiwa keagamaan, baik di institusi formal maupun nonformal seperti perkumpulan dan organisasi.

c) Lingkungan Masyarakat

Lingkungan masyarakat bukanlah lingkungan yang mengandung unsur tanggung jawab, melainkan hanya unsur pengaruh, namun norma dan nilai yang terkadang lebih otoriter bahkan terkadang lebih besar pengaruhnya pada perkembangan agama dalam hal positif dan negatif.

d. Indikator Religiusitas

1) Keyakinan kepada Tuhan

Keyakinan kepada Tuhan merupakan proses lama yang terjadi dalam setiap kehidupan manusia dan konsep dasar berkeyakinan kepada Tuhan ialah percaya kepada Tuhan yang berarti bahwa kita sebagai manusia percaya atas keberadaan Tuhan.²⁴

2) Keyakinan kepada Hari Akhir

keyakinan kepada akhirat termasuk beriman kepada segala sesuatu yang telah diberitakan oleh Allah dan Rasul-Nya tentang hari akhir, misalnya berita tentang apa yang akan terjadi setelah kematian, seperti fitnah dalam kubur, adzab atau nikmat. Percaya pada hari kemudian juga termasuk mempercayai berita tentang apa yang akan terjadi setelah hari akhir.²⁵

3) Pengamalan Ajaran Agama

Pengamalan ajaran agama merupakan perilaku setiap orang yang di motivasi oleh ajaran agamanya pada pemahaman moral seseorang dan

²⁴ Debora Agustina, "*Makna Beriman Pada Tuhan*", Jakarta Barat: Universitas Bina Nusantara (2020), h.1

²⁵ Abdul Basit Bin Abdul Rahman, "*Rukun Iman*", Arab Saudi: Universiti Islam Madina (2016), h.58.

hubungannya dengan orang lain atau secara sosial. Dalam Islam, pengamalan ajaran agama yaitu proses (perbuatan) menjalankan atau menunaikan kewajiban berupa pengamalan ajaran Islam yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW sebagai utusannya, seperti puasa di bulan Ramadhan, ibadah haji ke tanah suci Makkah bagi yang mampu dan yang utama perintah shalat lima waktu.²⁶

Religiusitas ialah bentuk aspek religius yang telah dihayati oleh individu dalam hati. Pentingnya religiusitas dijelaskan dalam beberapa aspek yang harus dipenuhi sebagai pedoman hidup yang shaleh agar manusia dapat bahagia di dunia maupun di akhirat.

Agama Islami merupakan agama yang dipeluk oleh sebagian besar masyarakat di Indonesia dan dianggap sebagai agama mayoritas. Sebagai sebuah agama, Islami memberikan corak kepada setiap aspek kehidupan pemeluknya. Dimulai dari segi ibadah, politik, sampai kepada sosial dan ekonomi meskipun Indonesia tidak menggunakan agama sebagai dasar negara. Konsep-konsep ajaran agama ini dijalankan secara individual oleh pemeluknya. Masyarakat muslim percaya apabila keselamatan dan keberuntungan akan dicapai maka seharusnya kaum muslim mengamalkan dan menerapkan ajaran agama dalam segala aspek kehidupannya. Dengan kata lain bahwa ketika kita ingin mencapai tingkat keunggulan itu harus dimulai dengan menerapkan nilai-nilai agama didalam segala aspek kehidupan kita, apakah itu yang berhubungan langsung dengan Tuhan Allah SWT maupun dengan sesama makhluk.²⁷ Termasuk dalam hal religiusitas terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah, sebagaimana yang akan dibahas dalam penelitian ini.

²⁶ Fannanah Al Firdausi, *"Pengamalan Nilai-Nilai Agama Islam Pada Remaja Masjid Sabilillah Malang"*, Malang: Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim (2016), h.17

²⁷ Muzayyanah Jabani, Tadjuddin, *"Implikasi Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Nilai Nilai Islami (Studi Pada Bank Muamalat Palopo)"*, Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, Journal of Social-Religion Research (Vol 3, No.1, April 2018), h.15

2. Produk

a. Definisi Produk

Pengertian Produk Menurut Kotler dan Armstrong ialah segala hal yang dapat ditawarkan kepasar untuk diperhatikan, diperoleh, dipakai atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau keperluan.²⁸ Bambang juga menjelaskan bahwa produk yang sukses akan terus mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.²⁹

Tjiptono juga menjelaskan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk dirasakan diminta, dicari, dibeli, dipakai atau dikonsumsi oleh pasar sebagai pemenuh kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan, manfaat yang berwujud (*tangible*) atau manfaat yang tidak berwujud (*intangible*) yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Produk yang dapat dilihat, disentuh dan dirasakan sesaat sebelum dibeli disebut produk berwujud. Sedangkan produk tidak berwujud ialah produk yang tidak dapat dilihat, dipegang atau dirasakan sebelum dibeli.³⁰ Sementara itu menurut Wahjono, produk perbankan ialah jasa yang ditawarkan bank kepada nasabah untuk menarik perhatian, mempunyai, menggunakan atau mengkonsumsinya, untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.³¹

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa produk merupakan sesuatu yang menawarkan kegunaan dan manfaat sehari-hari bagi konsumen.

²⁸ Philip Kotler dan Gary Armstrong, "*Dasar-Dasar Pemasaran*", Jilid 1, (Jakarta: Prehalindo, 2016), h.224

²⁹ Jill Bambang, "*Mencapai Skala Mengembangkan Bisnis Tanpa Menjual*", (San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, 2018), h.77-78

³⁰ Kasmir, "*Pemasaran Bank*", (Jakarta: Prenada Media, 2016), h.135

³¹ Sentot Imam Wahjono, "*Manajemen Pemasaran Bank*", (Yogyakarta: Pt. Graha Ilmu, 2020), h.15-16

Produk tersebut biasanya dipakai untuk di konsumsi baik untuk kebutuhan fisik maupun mental. Untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan akan produk konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya misalnya dengan membeli produk tersebut.

b. Ciri-ciri Produk

Produk mempunyai ciri-ciri tersendiri agar dapat dianggap sebagai barang atau jasa di lingkup perbankan yang mana produk manufakturnya dibuat dalam bentuk jasa, ciri-ciri produk tersebut yaitu:³²

- 1) *Intangible* (tidak berwujud) artinya belum dapat dinikmati atau dirasakan sebelum jasa tersebut dimiliki atau dikonsumsi. Oleh karena itu, jasa tidak mempunyai bentuk tertentu maka harus dibeli terlebih dahulu.
- 2) *Inspeparable* (Tidak dapat dipisahkan) artinya pembeli jasa dan penjual jasa saling berkaitan satu sama lain, tidak dapat dititipkan kepada orang lain. Misalnya pemegang kartu kredit dengan hotel.
- 3) *Variabilitas* (beraneka ragam) berarti bahwa jasa dapat dipasarkan dalam berbagai bentuk atau fasilitas, seperti tempat, waktu atau jenis.
- 4) *Perishable* (tidak tahan lama) artinya jasa tidak disimpan setelah pembelian tetapi langsung dikonsumsi.

Kotler mengatakan bahwa jasa yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang tidak berbentuk dan tidak mengakibatkan kepemilikan mengenai sesuatu hal. Penerapannya mungkin atau tidak terkait dengan produk fisik.

³² Kasmir, "Pemasaran Bank", (Jakarta: Prenada Media, 2016), h.135

Produk yang diinginkan pelanggan, baik berwujud maupun tidak berwujud ialah produk berkualitas tinggi. Artinya produk yang ditawarkan bank kepada nasabahnya mempunyai nilai yang lebih baik dibandingkan produk pesaing. Produk berkualitas tinggi ini juga dikenal sebagai produk plus. Produk-produk berkualitas tinggi yang berhasil diciptakan oleh bank akan menawarkan sejumlah manfaat baik dalam jangka pendek maupun jangka lama. Keunggulan produk plus diantaranya:³³

- 1) Dapat meningkatkan penjualan, mengingat pelanggan tertarik untuk membeli dan mempertahankan produk yang bernilai lebih tinggi akan terus melanjutkan transaksi.
- 2) Membangkitkan kebanggaan bagi pelanggan yang mempunyai produk plus di tengah-tengah masyarakat.
- 3) Membangun kepercayaan yang besar untuk mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru.
- 4) Menghasilkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan.

Dalam prakteknya tidak gampang untuk menghasilkan produk plus, banyak aspek yang wajib diperhitungkan ataupun dengan kata lain kehadiran sesuatu produk pelayanan sangat bergantung pada bagian yang terkait dengan produk plus. Adapun produk plus secara umum sangat bergantung pada:

- 1) Jasa prima, ialah pelayanan pada produk yang dijual wajib dicoba dengan benar, agar nasabah bisa dengan cepat menguasai serta paham produk itu dibandingkan yang lain.

³³ Kasmir, "*Manajemen Perbankan*", (Jakarta: Rajawali Pers, 2017), h.195

- 2) Karyawan yang handal, maksudnya mempunyai keahlian buat menarangkan serta pengaruhi nasabah supaya membeli produk yang ditawarkan.
- 3) Alat serta infrastruktur yang dipunyai wajib bisa mensupport kelebihan produknya, semacam kecanggihan serta integritas teknologi agar dapat melayani nasabah dengan maksimum.
- 4) Posisi serta penyusunan gedung serta ruangan. Perihal ini berakibat besar pada kenyamanan serta keamanan pelanggan dikala berbisnis dengan bank. Posisi yang tidak strategis membuat pelanggan berat kaki ke bank. Tidak hanya itu, aturan posisi yang kurang bagus membuat nasabah jenuh mempunyai ikatan yang baik.
- 5) Nama baik bank. Jadi penanggung untuk pelanggan dalam membeli produk bank. Oleh sebab itu, bank wajib melindungi reputasi, mengingat pelayanan perbankan yang ditawarkan adalah bidang usaha yang terpercaya.

c. Jenis Produk Syariah

Sesuai dengan ketentuan Peraturan Bank Indonesia No. 7/46/PBI/2005 tentang kesepekatan penghimpunan dan memberikan dana bagi Bank yang melakukan kegiatan usaha Syariah, produk perbankan Syariah secara umum ialah:³⁴

- 1) Produk perbankan syariah atas dasar kesepekatan jual beli
 - a) *Murabahah*

³⁴ Abdul Ghofur Anshori, “Perbankan Syariah Di Indonesia”, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2018), h.65-68

Murabahah yaitu penjualan barang sebesar harga pokok penjualan kemudian ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati antara kedua belah pihak.

b) *Istishna*

Istishna yaitu jual beli barang berupa pesanan pembuatan barang dengan patokan dan persyaratan tertentu yang disepakati dengan pembayaran yang telah disetujui antara kedua belah pihak.

c) *Salam*

Salam yaitu Penjualan barang dengan pesanan menurut aturan tertentu dan harus dibayar tunai di muka.

2) Produk perbankan syariah atas dasar kesepakatan bagi hasil

a) *Mudharabah*

Mudharabah yaitu investasi pemilik dana (*shahibul maal*) kepada pengelola dana (*mudharib*) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu melalui penyertaan rencana pembagian laba dan kerugian atau pembagian pendapatan antara kedua pihak atas dasar hubungan yang sebelumnya telah disetujui.

(1) *Mudharabah mutlaqah* yaitu perjanjian *Mudharabah* antara *Mudharib* dan *Shahibul Maal*, dimana *mudharib* bebas untuk mengelola sarana yang diberikan. Bank syariah melakukan *mudharabah mutlaqah* untuk mengumpulkan dana dari masyarakat.

(2) *Mudharabah Muqayadah* yaitu kesepakatan *mudharabah*, dimana dana yang diberikan kepada *mudharib* hanya dapat dipakai untuk kegiatan komersial tertentu dari ruang lingkup dan jenisnya. *Mudharabah muqayadah* dioperasikan oleh bank syariah untuk mendistribusikan

dana kepada masyarakat sehingga bank dapat melakukan aktivitasnya dengan cara yang nyaman kepada nasabah dalam menjalankan usahanya.

b) *Musyarakah*

Musyarakah adalah investasi oleh pemilik dana untuk mencampur modal pada suatu perusahaan tertentu, dengan pembagian keuntungan atas dasar nisbah yang telah disepakati sebelumnya, sedangkan kerugian ditanggung oleh semua pemilik modal atas dasar bagian masing-masing modal. *Musyarakah* ini dioperasikan oleh bank syariah untuk membiayai suatu proyek (*project finance*) atau dalam bentuk modal ventura (*venture capital*).

3) Produk perbankan syariah atas dasar kesepekatan sewa menyewa.

a) *Ijarah/sewa murni*

Ijarah adalah transaksi penyewaan barang dan/atau upah atas jasa pada waktu tertentu dengan menggunakan biaya jasa atau pembayaran sewa.

b) *Ijarah wa iqtina / ijarah muntahiya bi tamlik (IMBT)*

Ijarah wa iqtina / ijarah muntahiya bi tamlik (IMBT) yaitu hubungan antara dua kesepekatan, yaitu kesepekatan *al-bai`* dan kesepekatan *ijarah muntahiya bi tamlik (IMBT)*. *Al-Bai`* yaitu kesepekatan jual beli, sedangkan IMBT adalah gabungan antara sewa menyewa dan jual beli atau hibah pada akhir masa sewa.

4) Produk perbankan syariah atas dasar kesepekatan pelengkap

a) *Qardh*

Qardh adalah pinjam meminjam tanpa pertimbangan tanggung jawab peminjam untuk segera mengembalikan jumlah pinjaman baik secara sekaligus maupun mencicil selama jangka waktu tertentu. Ada juga *qard al hasan*, yang

pada dasarnya ialah pihak yang mendapat hutang. Apabila tidak dapat membayar hutang tidak apa-apa karena *qard al hasan* ini ialah mekanisme pembiayaan yang diperuntukkan bagi pihak yang tidak mampu membayarnya.

b) *Hiwalah*

Hiwalah adalah pemindahan hutang dari debitur yang satu ke debitur yang lain. Secara teknis ada tiga pihak yaitu bank sebagai faktor penggugat/pembeli, nasabah sebagai penggugat dan nasabah yang satu sebagai debitur nasabah. Melalui mekanisme *hiwalah*, nasabah menerima uang tunai atas produk yang dijualnya kepada nasabah secara kredit. Sedangkan bank menerima *fee*/biaya dari nasabah atas jasa yang diberikan.

c) *Wakalah*

Wakalah adalah perjanjian yang memberi wewenang kepada pihak yang satu kepada pihak yang lain untuk melakukan usaha, baik kekuasaan pada khususnya maupun kekuasaan pada umumnya.

d) *Kafalah*

Kafalah adalah jaminan yang diberikan tertanggung kepada pihak ketiga untuk melunasi kewajiban pihak kedua. *Kafalah* juga dapat diartikan sebagai menggantikan tanggung jawab orang yang dijamin dengan berpedoman pada tanggung jawab orang lain sebagai penanggung. Praktek bank mengambil bentuk obligasi bank.

e) *Wadiah*

Wadiah adalah menitipkan dana atau harta kekayaan dari pemilik dana/harta kepada penyimpan dana/harta, pihak yang menerima titipan bertanggung jawab mengembalikan titipan uang/harta pada waktunya.

Dari uraian tersebut terlihat bahwa setiap nasabah mempunyai keinginan yang berbeda untuk menikmati produk yang ada dan dalam ajaran Islam, umat Islam dianjurkan untuk menabung sesuai dengan surah Yusuf, menabung merupakan suatu hal yang dapat dicontoh dari kisah Nabi Yusuf AS. Hal ini terdapat dalam QS. Yusuf (12): 47-48 yang mengatakan:³⁵

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَابًّا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ ﴿٤٧﴾

ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعُ شِدَادٍ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تُحْصِنُونَ ﴿٤٨﴾

Terjemahnya:

“Yusuf berkata: “Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa: Jadi apa yang kamu tuai hendalah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu jadin (47) Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan (48).”

d. Tingkatan Produk

Pemasar harus mempertimbangkan lima tingkat produk ketika merencanakan penawaran pasar mereka, yaitu:³⁶

- 1) Manfaat utama (*Core Benefits*), merupakan layanan atau manfaat yang benar-benar akan dibeli oleh pelanggan.
- 2) Produk dasar (*Basic Product*), seorang pemasar harus mampu mengubah layanan utama menjadi layanan atau produk dasar.
- 3) Produk yang diharapkan (*Expected Product*), yaitu suatu kondisi atau sekelompok atribut yang diharapkan pembeli ketika mereka membeli produk tersebut.

³⁵ Kementerian Agama RI, *“Al-Qur’an Dan Terjemahnya”*, (Semarang: Pt. Karya Toha Putra, 1995)

³⁶ Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *“Manajemen Pemasaran”*, Edisi 13, Jilid 2, (Terj. Bob Sabran, 2016), h.4

4) Peningkatan produk (*Augmented Product*), Produk sendiri dapat melebihi harapan pelanggan.

5) Produk potensial (*Potensial Product*), merupakan kemungkinan dan transformasi tambahan yang mungkin dialami produk atau penawaran di masa depan.

e. Indikator Produk

Dalam kasus dunia perbankan, dimana produk yang dihasilkan berupa jasa. Indikator produk ialah:

1) Produk Inovatif

Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata “inovasi” berarti penemuan baru yang berbeda dengan yang sudah ada atau yang sudah dikenal (metode, gagasan, atau alat). Sedangkan kata “inovatif” berarti memperkenalkan sesuatu yang baru.

Inovatif adalah kata yang dipakai untuk mencirikan inovasi itu sendiri. Artinya, hasil kreasi dari inovasi disebut kreasi yang inovatif. Inovasi berguna untuk menyempurnakan atau meningkatkan fungsi penggunaan suatu produk atau sumber daya. Tujuannya agar masyarakat bisa lebih merasakan manfaatnya. Inovasi ini sudah merambah ke berbagai bidang seperti pendidikan bisnis, komunikasi dan lain-lain.³⁷

2) Daya tarik bagi hasil

Menurut Fandi Tjiptono, daya tarik suatu produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan penjual untuk dirasakan, dipertanyakan dicari, dibeli, dikonsumsi oleh pasar dalam rangka memuaskan keinginan atau kebutuhan

³⁷ Putra, “Kreatif dan Inovatif : Pengertian, Ciri-ciri, dan Contoh Kreatifitas”, dipublish November 6, 2019, <https://salamadian.com/pengertian-kreatif-dan-inovatif/> , diakses 15 september 2021

pembeli yang berkepentingan di pasar.³⁸ Oleh karena itu, perbankan syariah menerapkan skema bagi hasil di mana keseluruhan hasil operasi dibagi antara kreditur dan debitur baik dalam pengelolaan dana maupun peminjaman. Apabila dalam perbankan konvensional dikenal dengan istilah bunga simpanan atau pinjaman dalam perbankan syariah dikenal dengan istilah bagi hasil bukan bunga. Bagi hasil ialah jawaban bagi orang yang berpedoman pada syariat dan ingin menghindari riba bunga bank.³⁹

3) Keringanan biaya administrasi

Biaya administrasi umumnya disebut biaya admin bank atau biaya yang dibebankan kepada pemegang rekening bank untuk biaya-biaya yang timbul dalam kegiatan usaha seperti proses produksi atau pemasaran barang dan jasa.⁴⁰ Oleh karena itu adanya keringanan biaya administrasi dapat menimbulkan minat nasabah untuk melakukan transaksi jasa dengan bank.

3. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Menurut Ismanato pelayanan merupakan suatu kegiatan atau rangkaian kegiatan yang tampak (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai hasil interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal lain yang disediakan oleh penyedia jasa yang dirancang untuk mengatasi masalah konsumen atau pelanggan untuk menyelesaikannya. Dalam hal pelayanan, besar kecilnya tidak hanya ditentukan oleh bagian yang melayani (perusahaan), melainkan oleh bagian yang dilayani

³⁸ Rahadyan Tajuddien, “Analisis Pengaruh Daya Tarik Produk dan Mutu Pelayanan Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen”, dipublish 13 November 2016, <https://contohmarketingplan.blogspot.com/2016/11/>, diakses 16 september 2021

³⁹ Akutansi, “Sistem Bagi Hasil: Pengertian, Hukum, dan Cara Kerjanya,” dipublish 24 September 2019, <https://lifepal.co.id/media/bagi-hasil/>, diakses 16 september 2021

⁴⁰ Harmony, “Contoh Biaya Administrasi dan Cara Mudah Mencatatnya Dalam Akuntansi”, dipublish 11Maret 2021, <https://www.harmony.co.id/blog/contoh-biaya-administrasi-dan-cara-mudah-mencatatnya-dalam-akuntansi>, di akses 16 september 2021

karena merekalah yang menikmati jasa perusahaan untuk menjamin mutu pelayanan sesuai dengan keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Kotler, pelayanan merupakan sesuatu yang tidak berwujud yang maksudnya ialah suatu kinerja atau tindakan yang diberikan dari satu pihak kepada pihak lain yang tanpa menyebabkan perpindahan kepemilikan.⁴¹

Pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh satu pihak kepada pihak lain yang saling berkaitan yang hasil akhirnya berupa keputusan pihak yang berkepentingan tentang barang atau jasa yang telah disediakan. Untuk keperluan pengambilan keputusan, akan dievaluasi kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pihak terkait. Menurut Irwan Misbach kualitas pelayanan hanyalah kemampuan untuk merencanakan, mengembangkan dan menyampaikan produk yang bermanfaat bagi konsumen karena sebagai pembeli dan yang merasakan pelayanan maka dari itu konsumen berhak menilai kualitas pelayanan perusahaan.

Ukuran keberhasilan pelayanan tidak hanya berasal dari manajemen, tetapi juga dapat dilihat dari konsumen itu sendiri. Untuk mengukur apakah kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan konsumen diperlukan suatu dimensi yang kemudian dapat dipakai sebagai bahan evaluasi untuk mengukur persepsi nilai pelayanan tersebut. Kualitas pelayanan sering dikonseptualisasikan sebagai perbandingan harapan dengan kinerja aktual yang dirasakan dari pelayanan.⁴²

⁴¹ Ismanato, "Pengaruh kinerja keuangan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility) pada perusahaan tambang yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2015-2016", Jurnal Administrasi Bisnis, (Vol.6 No.2, Desember 2020), h.22, www.lisbdnetwork.com/e-journal

⁴² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, "Manajemen Pemasaran", Edisi 13, Jilid 2, (Terj. Bob Sabran, 2016), h.10

b. Standar Kualitas Pelayanan

Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk memenuhi standar kualitas pelayanan kepada pelanggan, antara lain :⁴³

1) Keadaan Darurat

Keadaan darurat adalah pelayanan minimal yang harus diterima konsumen karena konsumen membutuhkan pelayanan tersebut untuk sementara waktu dan dapat meningkatkan kepekaan konsumen pada pelayanan tersebut.

2) Ketersediaan Alternatif

Ketersediaan alternatif adalah kinerja minimum yang diharapkan konsumen, yang dihasilkan dari persepsi konsumen tentang tingkat atau derajat kinerja perusahaan lain yang serupa. Semakin banyak alternatif juga semakin penting kinerjanya.

3) Tingkat Partisipasi Konsumen

Tingkat partisipasi konsumen adalah manfaat minimal yang masih diterima konsumen karena konsumen terlibat dalam pengadaan jasa tersebut. Semakin banyak konsumen yang terlibat jadi akan semakin sulit bagi konsumen untuk mengajukan keluhan dan semakin konsumen merasa harus menerima hasil pelayanan tersebut.

4) Faktor yang bergantung pada situasi

Faktor yang bergantung pada situasi adalah pelayanan minimal yang masih dapat diterima oleh nasabah karena adanya kejadian yang dapat mengganggu pemberian pelayanan dan berada diluar kemauan penyedia layanan.

⁴³ Tjiptono Fandy dan Diana Anastasia, *"Total Quality Manajement"*, Edisi Revisi (2016), h.39-40, oneseach.id/Record/IOS3358.OBATM-05120000000048

5) Estimasi Pelayanan

Estimasi Pelayanan adalah pelayanan minimal yang dapat diterima karena konsumen telah memperkirakan akan menerima pelayanan yang kurang memuaskan. Pelayanan yang diperkirakan biasanya ialah perkiraan konsumen atas transaksi individual dan bukan transaksi sepenuhnya dengan penyedia layanan.

c. Ciri-Ciri Pelayanan dalam Pandangan Islam

Mengenai ciri-ciri pelayanan menurut pandangan Islam, ada enam ciri-ciri yang dapat dijadikan pedoman antara lain:⁴⁴

1) Kejujuran adalah sikap yang bukan berbohong, sesuatu tidak menipu, tidak mengarang fakta, tidak mengkhianati dan selalu menepati janji. Hal ini sesuai dengan Al-Qur'an surat Asy-Syu'ara (26) ayat 181-183 :

﴿أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ﴾ - ﴿١٨١﴾
 ﴿وَزِنُوا بِالْقِسْطِ أَلْمُسْتَقِيمِ﴾ - ﴿١٨٢﴾
 ﴿وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ﴾ - ﴿١٨٣﴾

Terjemahnya:

*“Sempurnakan takarannya dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugi, dan timbanglah dengan timbangan yang lurus dan janganlah kamu merugikan manusia dalam hak-haknya dan tidak berkembang biak di muka bumi yang menimbulkan malapetaka.”*⁴⁵

2) Bertanggung jawab dan amanah (*Al-Amanah*) adalah sikap manajemen perusahaan yang selalu bertanggung jawab dan amanah.

⁴⁴Fandi Tjiptono, “Pemasaran Jasa”, (Bayumedia, Yogyakarta, 2016), h.433

⁴⁵Kementerian Agama RI, “Al-Qur'an Dan Terjemahnya”, (Semarang: Pt. Karya Toha Putra, 2020).

3) Tidak bermain curang (*Al-Kazib*) adalah sikap yang sangat mulia dalam berbisnis dia tidak pernah menipu, seperti halnya bisnis dan praktik jual beli yang di ajarkan Nabi Muhammad SAW yaitu tidak bermain curang.

4) Menepati janji dan tidak licik adalah sikap pengusaha yang selalu menepati janji baik dengan pembeli maupun rekan kerja.

5) Melayani dengan sikap rendah hati (*khidmah*) adalah sikap baik hati, sopan santun, murah senyum, relah mengalah tetapi penuh tanggung jawab.

6) Tidak melalaikan akhirat artinya dalam menjalankan usahanya tidak perlu terlalu memikirkan mencari keuntungan materi saja lalu meninggalkan keuntungan akhirat, sehingga ketika tiba waktunya shalat mereka harus melakukannya sebelum waktunya berakhir.

Dari sudut pandang Islam, hal yang dipakai sebagai kriteria untuk menilai kualitas layanan pelanggan, yaitu standarisasi Syariah Islam. Islam mesyari'atkan untuk manusia supaya selalu tunduk pada aturan syara' ketika melakukan aktivitas atau menyelesaikan masalah. Dalam Islam tidak dikenal kebebasan berkeyakinan atau beragama, apabila seseorang telah menerima Islam sebagai keyakinannya jadi wajib baginya untuk terikat dengan seluruh syariat Islam dan wajib beribadah kepada Allah SWT menurut tata cara yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, variabel yang diujitidak hanya menggunakan teori konvensional, tetapi menjadikan Syariah sebagai standar penilaian teori.

d. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Kualitas pelayanan perusahaan tentunya tidak hanya berorientasi pada kepuasan. Sebagai seorang muslim pemberian pelayanan harus dilandasi nilai-nilai Syariah guna mewujudkan nilai-nilai ketakwaan sekaligus menunjukkan konsistensi keimanan dalam menunaikan misi Syariah dalam agama Islam. Hal ini tentunya tidak hanya didasarkan pada komitmen material tetapi sebagai

bagian dari nilai ibadah. Kepuasan pelanggan ialah evaluasi pasca pembelian dimana alternatif yang dipilih paling tidak sama atau lebih tinggi dari harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan muncul ketika layanan tidak memenuhi harapan pelanggan.

Berdasarkan kualitas pelayanan, dalam agama Islam terdapat hadits yang membahas hal tersebut. Rasulullah SAW bersabda:

حَدَّثَنَا أَبُو مُعَاوِيَةَ عَنْ الْأَعْمَشِ عَنْ أَبِي صَالِحٍ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ نَفَسَ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ يَسِّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا سَتَرَهُ اللَّهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ. (رواه مسلم).

Terjemahnya: “Telah menceritakan kepada kami Abu Mu'awiyah dari Al A'masy dari Abu Shalih dari Abu Hurairah dia berkata; Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam telah bersabda: 'Barang siapa membebaskan seorang mukmin dari suatu kesulitan dunia, maka Allah akan membebaskannya dari suatu kesulitan pada hari kiamat. Barang siapa memberi kemudahan kepada orang yang berada dalam kesulitan, maka Allah akan memberikan kemudahan di dunia dan akhirat. Barang siapa menutupi aib seorang muslim, maka Allah akan menutup aibnya di dunia dan akhirat. Allah akan selalu menolong hamba-Nya selama hamba tersebut menolong saudaranya sesama muslim”. (HR. Muslim).⁴⁶

e. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Cara agar pemasaran pelayanan perusahaan melampaui para pesaingnya yaitu dengan membagikan jasa bermutu besar yang melayani kebutuhan pelanggannya. Tingkatan kebutuhan pelanggan pada layanan yang mereka dapat

⁴⁶ Abu Husain Muslim bin Hajjaj Al-Qusyairi An-Naisaburi, “*Shahih Muslim*”, Kitab. Adz-Dzikr, Wad-Du'a, Wat-Taubah, Wal-Istighfar, Juz. 2, No. 2699, (Darul Fikri: Beirut-Libanon, 1993 M), h. 574.

bisa ditetapkan atas dasar pengalaman serta anjuran yang mereka dapat. Pelanggan memilih menawarkan layanan atas dasar tingkatan kebutuhan serta sehabis memakai layanan, cenderung membandingkannya dengan apa yang mereka inginkan. Tujuan dari manajemen jasa yakni untuk menggapai mutu pelayanan. Sebab erat kaitannya dengan nasabah. Mengatur mutu layanan tidak sesederhana mengatur mutu produk. Terdapatnya faktor-faktor rancangan manajemen jasa, sebagian perihal yang wajib dicermati, ialah:⁴⁷

1) Formulasi strategi pelayanan

Strategi jasa dimulai dengan formulasi sesuatu perihal yang di janjikan pada pelanggan. Pada dasarnya perancangan strategi jasa ini dicoba dengan merumuskan siapa pelanggan perusahaan serta apa yang berharga untuk pelanggan.

2) Komunikasi mutu pelayanan pada konsumen

Strategi yang dirumuskan dikomunikasikan pada pelanggan. Ini menolong pelanggan supaya tidak salah memaknakan tingkatan kebutuhan yang didapatkan. Pelanggan butuh mengetahui dengan benar apa tingkatan layanan yang mereka hendak dapat.

3) Memutuskan standar kualitas layanan yang jelas

Walaupun tidak gampang memutuskan standar kualitas jasa di aspek pelayanan, tetapi butuh diupayakan agar setiap orang mengetahui dengan benar tingkatan kualitas yang wajib didapatkan.

f . Dimensi Kualitas Pelayanan

Pendapat Parasuraman yang dikutip Fandy Tjiptono upaya perusahaan dapat diukur melalui dimensi kualitas pelayanan dalam mewujudkan kualitas

⁴⁷ Fandi Tjiptono, “Pemasaran Jasa”, (Bayumedia, Yogyakarta, 2016), h.20

pelayanan yang baik. Terdapat lima dimensi yang digunakan dalam mengukur kualitas layanan perbankan syariah, antara lain:⁴⁸

1) Keandalan (*Reliability*)

Reliabilitas merupakan keahlian perusahaan dalam memberikan layanan yang tepat semenjak pertama kali tanpa melakukan kekeliruan serta membagikan layanannya pada durasi yang disetujui.

2) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya Tanggap merujuk pada keinginan serta keahlian pegawai agar menolong pelanggan serta menjawab kemauan mereka, dan memberikan informasi kapan saja akan diberikan serta melayani dengan secepat mungkin.

3) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan merujuk pada sikap pegawai yang bisa memunculkan keyakinan nasabah pada perusahaan serta memunculkan rasa nyaman untuk perusahaan pada pelanggannya. Hal ini berarti para pegawai senantiasa santun serta mempunyai wawasan serta keahlian yang dibutuhkan untuk menanggapi persoalan ataupun permasalahan nasabah.

4) Empati (*Empathy*)

Empati yaitu perusahaan menguasai permasalahan pelanggannya serta berperan untuk kebutuhan konsumennya, juga memberikan perhatian secara individu pada pelanggan serta mempunyai durasi kegiatan yang nyaman.

5) Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti Fisik berkaitan dengan daya tarik fasilitas fisik, seluruh perlengkapan yang utuh, serta materi yang digunakan oleh perusahaan bersih, serta penampilan pegawai yang pantas.

⁴⁸ Fandi Tjiptono, “Pemasaran Jasa”, (Bayumedia, Yogyakarta, 2016), h.284

4. Pengambilan Keputusan

a. Defenisi Pengambilan Keputusan

Keputusan adalah hasil jalan keluar dari permasalahan yang harus dilakukan dengan tegas. Dalam *Great Dictionary of Sciences*, penentuan keputusan diartikan bahwa “penentuan sesuatu kebijaksanaan ataupun keputusan atas dasar patokan khusus”. Cara ini mengaitkan dua alternatif ataupun lebih karena jika cuma terdapat satu alternatif, tidak terdapat satu keputusan yang dapat diambil.⁴⁹ Pendapat Suharnan pengambilan keputusan merupakan cara determinasi bermacam opsi dalam situasi yang tidak tentu. Pengambilan keputusan berjalan di dasar situasi yang membutuhkan perkiraan kedepan serta membuat keputusan salah satu dari 2 opsi ataupun lebih, serta melaksanakan perkiraan mengenai frekuensi perencanaan.⁵⁰

Oleh sebab itu, dapat disimpulkan pengambilan keputusan adalah tata cara berasumsi yang memastikan pengganti yang diperoleh dalam kaitannya dengan perkiraan kedepan.

b. Dasar-dasar Pengambilan Keputusan

Dasar-dasar pengambilan keputusan yaitu :⁵¹

1) Pengalaman

Pengambilan keputusan atas dasar pengalaman mempunyai kelebihan wawasan efisien, sebab dengan pengalaman yang dipunyai seseorang bisa memperhitungkan kondisi sesuatu, serta pula memikirkan profit serta kehilangan, dan akibat dari keputusan yang hendak diperoleh.

⁴⁹ Dagun, “*Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*”, (Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara, 2017), h.185

⁵⁰ Suharnan, “*Psikologi Kognitif*”, (Surabaya: Srikandi, 2017), h.194

⁵¹ Muhammad Busro, “*Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia*”, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), h.200

2) Intuisi

Pengambilan keputusan atas dasar Intuisi/insting yakni keputusan yang didasarkan pada perasaan serta pikiran yang amat individual. Dalam pengambilan keputusan atas dasar insting, durasi buat mengambil keputusan relatif pendek, maka dari itu keputusan yang diperoleh umumnya relatif kurang baik sebab amat individual, sering melalaikan ketentuan pengambilan keputusan, kurang adil serta tidak mencermati keputusan yang lain.

3) Fakta

Pengambilan keputusan atas dasar informasi serta kenyataan empiris dapat menciptakan keputusan yang memuaskan, solid serta sehat. Dengan kenyataan, keyakinan diri dalam pengambilan keputusan bisa ditingkatkan, sehingga dapat menerima keputusan yang dibuat dengan lapang dada. Dengan informasi, resiko kegagalan menurun serta prediktabilitas keputusan jadi bagus. Keputusan yang amat prediktif yakni keputusan yang amat bagus dalam sesuatu lembaga atau organisasi.

4) Wewenang

Pengambilan keputusan atas dasar wewenang umumnya dilakukan oleh atasan di depan bawahannya ataupun oleh orang yang jabatannya lebih besar pada orang yang jabatannya lebih kecil. Hasil keputusan bisa bertahan lama serta sungguh- sungguh, namun bisa menimbulkan pada tradisi, berhubungan dengan sekehendak hati serta kerap kali melewati permasalahan yang wajib dipecahkan yang dapat menimbulkan ketidakjelasan.

Pengambilan keputusan atas dasar wewenang amat tidak tepat apabila diaplikasikan dalam badan yang kepemimpinannya bertabiat kolegial. Cara

Pengambilan keputusan berdasarkan kewenangan hanya sesuai untuk badan keluarga. Badan semacam ini kerap kali kurang handal sebab badan senantiasa dipengaruhi oleh faktor kesenioritas, kekeluargaan, patriarki, serta otoritarianisme.

c. Proses Pengambilan Keputusan

Terdapat beberapa cara pengambilan keputusan, antara lain:⁵²

1) Mengidentifikasi permasalahan.

Permasalahan penting yang dialami para atasan yakni menciptakan diri mereka dalam kondisi serta situasi khusus. Atasan yang baik wajib mempunyai keahlian buat mengidentifikasi permasalahan. Tahap ini adalah jenjang yang sulit. Kerap kali ditemui antara permasalahan serta pertanda yang sesungguhnya sering terjadi permasalahan. Misalnya, kita memandang salah satu profit yang kecil, namun profit yang kecil hanya dampak dari sistem penyaluran yang tidak efisien serta bayaran yang besar. Bila permasalahan sudah dapat dirumuskan dengan benar serta nyata kita bisa dengan gampang menyelesaikannya.

2) Merumuskan alternatif yang berbeda

Manager wajib dapat memilah pengganti pemecahan yang berlainan mengenai permasalahan yang tangani. Sebagian alternatif bisa benahi dengan memikirkan pengalaman sebelumnya.

3) Analisa alternatif

Langkah ini pula membutuhkan percobaan yang sulit, ialah menganalisa profit serta kerugian di tiap alternatif. Hal ini berhubungan dengan tujuan jangka panjang dan pendek dalam suatu perusahaan. meski analisa wajib dilakukan dengan cara adil, cara pemilahan akhir pula wajib memiliki faktor penilaian yang bersifat personal.

⁵² Febrina Sari, “Metode Dalam Pengambilan Keputusan,” (Yogyakarta: Cv. Budi Utama, 2018), h.172

- 4) Mengusulkan penyelesaian serta menganjurkan rencana tindakan.

Setelah melewati tahapan-tahapan, manager bisa mengajukan pemecahan yang masuk akal tetapi realistis.

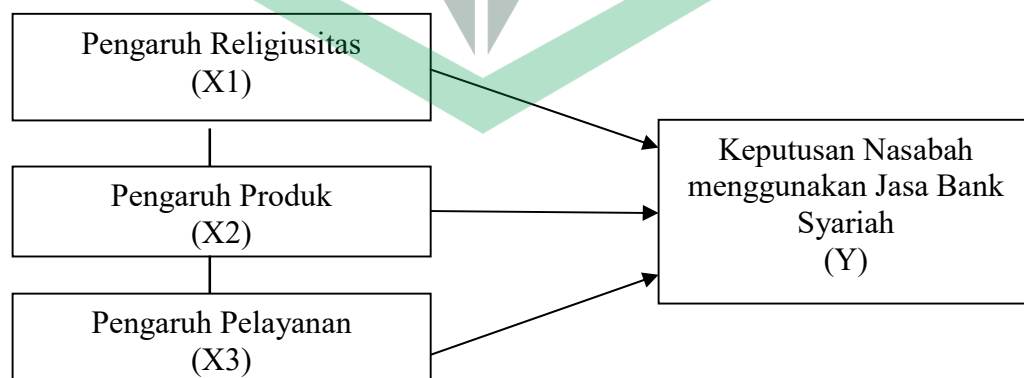
d. Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengambilan Keputusan

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan menurut Kotler, yaitu :⁵³

- 1) Aspek individu, mencakup umur serta jenjang kehidupan, kondisi ekonomi, profesi, style hidup, karakter serta konsep diri.
- 2) Aspek sosial, seperti keluarga, golongan rujukan, kedudukan serta status.
- 3) Aspek budaya, seperti subkultur, kedudukan adat serta kategori sosial.
- 4) Aspek intelektual, seperti dorongan, anggapan, wawasan, pendirian serta keyakinan.

C. Kerangka Pikir

Kerangka fikir merupakan model konseptual tentang bagaimana sebuah teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.



Gambar 1.1 Kerangka pikir

⁵³ Philip Kotler, “*Manajemen Pemasaran*”, Cet. 11, (Jakarta: Pt. Indeks, 2016), h.98

D. Hipotesis

Hipotesis adalah asumsi awal yang belum teruji.⁵⁴ Adapun hipotesis dalam penelitian ini yang dipakai yaitu :

1. H_0 : Religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba.

H_1 : Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba.

2. H_0 : Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba.

H_1 : Produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba.

3. H_0 : Pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba.

H_1 : Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba.

4. H_0 : Variabel Independen yaitu X_1 , X_2 dan X_3 tidak berpengaruh terhadap Variabel Dependen Secara Simultan.

H_1 : Variabel Independen yaitu X_1 , X_2 dan X_3 berpengaruh terhadap Variabel Dependen Secara Simultan.

⁵⁴ Iwan Hermawan, "Teknik Menulis Karya Ilmiah Berbasis Aplikasi Dan Metodologi", (Karawang: Hidayatul Qur'an, 2019), h.27

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menonjolkan fenomena objektif yang dipelajari secara kuantitatif. Memaksimalkan objektivitas desain penelitian ini melalui angka, pengolahan statistik, struktur, dan eksperimen terkontrol.⁵⁵

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah daerah atau objek dimana unit analisis penelitian berada. Sesuai dengan pertanyaan yang diajukan pada bab sebelumnya penentuan lokasi penelitian merupakan langkah yang sangat penting dalam suatu penelitian untuk memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan.⁵⁶ Lokasi penelitian ini dilakukan di BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 19 Juli 2021 sampai dengan 30 Juli 2021.

C. Sumber Data

Arikunto menjelaskan data yaitu hasil pencatatan penelitian yang berupa angka-angka atau fakta.⁵⁷ Sumber data penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Sumber Data Primer

⁵⁵ Asep Saepul Hamdi dan E. Bahruddin, “*Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*”, (Yogyakarta: Cv Budy Utama, 2016), h.5

⁵⁶ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, Cet: 7, (Jakarta: KENCANA, 2017), h.31

⁵⁷ Suharsimi Arikunto, “*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*”, (Jakarta: RinekaCipta, 2019), h.102

Data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung dari sumber pertama oleh peneliti.⁵⁸ Data primer dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba.

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data kedua setelah sumber data primer. Data yang dihasilkan dari sumber data ini ialah data sekunder. Sumber data sekunder diharapkan dapat membantu mengungkap data yang diharapkan. Sumber data sekunder dapat membantu memberikan informasi atau data tambahan sebagai bahan referensi.⁵⁹ Data ini berasal dari dokumen biasanya berupa bukti catatan atau laporan sejarah yang disusun dalam arsip (data dokumentasi) di BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba.

D. Defenisi Operasional Variabel dan Ruang Lingkup Penelitian

Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel dan Ruang Lingkup Penelitian

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Variabel X ₁ (Religiusitas)	Religiusitas merupakan keberagamaan, yaitu suatu kondisi yang ada pada diri seseorang yang mendorongnya untuk berperilaku sesuai dengan derajat ketaatannya pada agama. ⁶⁰	- Keyakinan Kepada Tuhan ⁶¹ - Keyakinan Kepada Hari Kemudian ⁶² - Pengamalan Ajaran Agama ⁶³

⁵⁸Sumadi Suryabrata, “*Metodologi Penelitian*”, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018), h.109

⁵⁹ Burhan Bungin, “*Metodologi Penelitian Sosial Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif*”, (Surabaya: Airlangga University Press, 2016), h.129

⁶⁰ Jalaludin Rahmat, “*Psikologi Agama*”, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2019), h.88

⁶¹ Debora Agustina, “*Makna Beriman Pada Tuhan*”, Jakarta Barat: Universitas Bina Nusantara (2020), h.1

⁶² Abdul Basit Bin Abdul Rahman, “*Rukun Iman*”, Arab Saudi: Universiti Islam Madina (2016), h.58

		Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan diperoleh, dipakai atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. ⁶⁴	- Produk Yang Inovatif⁶⁵ - Daya Tarik Bagi Hasil⁶⁶ - Keringanan Biaya Administrasi⁶⁷
2.	Variabel X ₂ (Produk)		
3	Variabel X ₃ (Pelayanan)	Suatu kegiatan atau serangkaian aktivitas yang tampak (tidak dapat disentuh) yang terjadi sebagai akibat interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh penyedia layanan yang dirancang untuk memecahkan masalah konsumen atau pelanggan. ⁶⁸	- Reliabilitas - Daya Tanggap - Jaminan - Empati - Bukti Fisik⁶⁹
4	Variabel Y (Pengambilan)	Cara berpikir dari menentukan alternatif yang akan dihasilkan	- Pengalaman - Intuisi

⁶³ Fannanah Al Firdausi, "Pengamalan Nilai-Nilai Agama Islam Pada Remaja Masjid Sabilillah Malang", Malang: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim (2016), h.17

⁶⁴ Philip kotler dan Gary Armstrong, "Prinsip –Prinsip Pemasaran", Terj. Arum, (Jakarta: Prehalindo, 2016), h.224

⁶⁵ Putra, "Kreatif dan Inovatif : Pengertian, Ciri-ciri, dan Contoh Kreativitas", dipublish 6 November 2019, <https://salamadian.com/pengertian-kreatif-dan-inovatif/>, diakses 16 september 2021

⁶⁶ Rahadyan Tajuddin, "Analisis Pengaruh Daya Tarik Produk dan Mutu Pelayanan Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen," dipublish 13 November 2016, <https://contohmarketingplan.blogspot.com/2016/11/>, diakses 16 september 2021

⁶⁷ Harmony, "Contoh Biaya Administrasi dan Cara Mudah Mencatatnya Dalam Akuntansi", dipublish 11Maret 2021, <https://www.harmony.co.id/blog/contoh-biaya-administrasi-dan-cara-mudah-mencatatnya-dalam-akuntansi>, diakses 16 september 2021

⁶⁸ Ismanato, "Pengaruh kinerja keuangan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility) pada perusahaan tambang yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2015-2016", Jurnal Administrasi Bisnis,(Vol.6 No.2, Desember 2020),www.lisbdnetwork.com/e-journal

⁶⁹ Fandi Tjiptono, "Pemasaran Jasa", (Bayumedia, Yogyakarta, 2016), h.284.

Keputusan)	dalam kaitannya dengan prediksi masa depan. ⁷⁰	- Fakta - Wewenang - Rasional ⁷¹
------------	---	---

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yaitu subjek penelitian secara keseluruhan. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang berada di lokasi penelitian, maka penelitian tersebut adalah studi populasi atau studi sensus.⁷² Populasi penelitian ini yaitu nasabah BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi. Oleh karena itu, sampel selalu bagian yang lebih kecil dari populasi. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan melalui teknik *Accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah tehnik penentuan sampel atas dasar kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dipakai sebagai sampel, bila di pandang orang yang bersangkutan layak dipakai sebagai sumber data.⁷³ Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 50 responden atau 10% dari jumlah keseluruhan nasabah BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba.

F. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Pengamatan atau observasi merupakan kegiatan sehari-hari manusia dimana pancaindra mata dipakai sebagai alat utama, di samping indera lainnya

⁷⁰ Suharnan, “*Psikologi Kognitif*”, (Surabaya: Srikandi, 2017), h.194

⁷¹ Muhammad Busro, “*Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia*”, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), h.200

⁷² Ismail Nurdin Dan Sri Hartati, “*Metodologi Penelitian Sosial*”, (Surabaya: Media Sahabat Cendekia, 2019), h.91

⁷³ Enny Keristiana Sinaga, Dkk, “*Statistika*”, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2019), h.89

seperti telinga, kulit, mulut dan penciuman. Oleh karena itu observasi ialah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui proses kerja pancaindra mata dan dengan bantuan pancaindra lainnya. Ketika menggunakan metode observasi untuk mengumpulkan data peneliti harus melakukan pengamatan langsung dan mencatat fenomena yang informasinya sementara dikumpulkan.⁷⁴

Metode observasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan data terkait Religiusitas, Produk dan Pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba.

2. Kuesioner

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan ialah kuesioner. Kuesioner merupakan alat pengumpulan data dengan cara membuat pernyataan yang diajukan kepada responden untuk memperoleh informasi. Informasi data tersebut kemudian diolah dalam penelitian dengan menggunakan skala Likert (sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju).

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang, sekelompok orang atau fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini secara khusus ditentukan oleh peneliti yang selanjutnya disebut dengan variabel penelitian. Oleh karena itu dengan skala ini variabel kemudian dijabarkan dan diukur ke dalam indikator variabel yang diurutkan dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata antara lain:

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

⁷⁴Lexy J. Moleong, “Metodologi Penelitian Sosial, Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif”, (Surabaya: Airlangga University Press, 2016), h.188

- b. Tidak Setuju (TS) = 2
- c. Cukup Setuju (CS) = 3
- d. Setuju (S) = 4
- e. Sangat Setuju (SS) = 5

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan suatu unsur yang amat penting dalam suatu penelitian, karena fungsinya sebagai sarana pengumpul data yang banyak menentukan keberhasilan suatu penelitian yang dituju. Oleh karena itu, instrumen penelitian yang digunakan harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi dari penelitian itu sendiri. Adapun alat-alat penelitian yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian sebagai berikut:

1. Kamera

Kamera digunakan sebagai alat bantu pada saat penelitian. Kamera ini berguna sebagai alat dokumentasi berupa foto.

2. ATK (Alat Tulis Kantor)

ATK digunakan sebagai alat bantu pada saat penelitian. ATK ini berguna untuk mengisi jawaban responden terhadap pernyataan yang diberikan yang terdapat di dalam draf kuesioner.

3. Draf Kuesioner

Draf Kuesioner merupakan alat pengumpulan data dengan cara membuat pernyataan. Pernyataan tersebut dibuat oleh peneliti yang merujuk pada variabel judul penelitian, kemudian pernyataan tersebut diajukan kepada responden untuk memperoleh informasi. Informasi data tersebut kemudian diolah dalam

penelitian dengan menggunakan skala Likert (sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju).

H. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Apabila peneliti menggunakan kuesioner saat mengumpulkan data, kuesioner yang dibuat harus mengukur apa yang akan diukur.⁷⁵ Uji validitas penelitian ini menggunakan analisis *item* yang mengkorelasikan skor setiap *item* dengan skor total yang merupakan penjumlahan skor untuk setiap *item*. Apabila ada *item* yang tidak memenuhi persyaratan *item* tersebut tidak akan diselidiki lebih lanjut. Menurut Sugiyono, persyaratan tersebut harus dipenuhi, yakni memenuhi kriteria antara lain:⁷⁶

- a. Apabila koefisien korelasi r yaitu 0,30, item tersebut dinyatakan valid.
- b. Apabila koefisien korelasi r yaitu 0,30, item tersebut dinyatakan tidak valid.

Untuk menghitung korelasi dalam uji validitas menggunakan Korelasi *Pearson Product Moment* yang dirumuskan sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\}\{n\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi *product moment*

X_i = Variabel independen (variabel bebas)

⁷⁵ Husein umar, “*Metode Riset Bisnis*”, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2019), h.103-115

⁷⁶ Sugiyono, “*Metode Penelitian Pendidikan Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*”, (Bandung: Alfabeta, 2016), h.178

Y_i = Variabel dependen (variabel terikat)

n = Jumlah responden (sampel)

$\sum X_i Y_i$ = Jumlah perkalian variabel bebas dan variabel terikat

2. Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui reliabilitas suatu alat ukur dengan pengukuran ulang, kita harus menanyakan subjek yang sama untuk menjawab semua pertanyaan/pernyataan pada alat ukur tersebut sebanyak dua kali.⁷⁷

Untuk memeriksa reliabilitas dari setiap instrumen yang dipakai, penulis menggunakan koefisien *cronbach alpha* (α) dengan *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 24 untuk jenis pengukuran interval. Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach alpha* lebih besar dari batas yang ditetapkan yaitu 0,6 atau nilai korelasi yang dihitung lebih besar dari nilai pada tabel dan dapat dipakai untuk penelitian yang dirumuskan:⁷⁸

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Keterangan:

α = Koefisien Reliabilitas

k = Jumlah *item* pertanyaan yang diuji

$\sum S_i$ = Jumlah varian skor tiap *item*

S_t = Varians total

⁷⁷ Husein umar, “*Metode Riset Bisnis*”, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2019), h.103-115

⁷⁸ Sugiyono, “*Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*”, (Bandung: Alfabeta, 2016), h.178

I. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan metode menganalisis data penelitian, termasuk alat statistik yang relevan, yang dipakai dalam penelitian.⁷⁹ Teknik analisis dan pengelolaan data yang digunakan ialah:

1. Uji Asumsi Klasik

Model regresi dapat disebut baik apabila model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang kemudian disebut dengan asumsi klasik. Terdapat beberapa pengujian yang wajib terlebih dahulu dilalui untuk menguji apakah model yang dipergunakan tersebut mewakili atau mendekati kenyataan yang ada.⁸⁰ Untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan, maka harus terlebih dahulu memenuhi uji asumsi klasik yaitu:⁸¹

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dipakai untuk menguji apakah distribusi variabel terikat untuk setiap nilai variabel bebas tertentu berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Dalam model regresi linier, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai *error* (*e*) yang berdistribusi normal. Model regresi yang mempunyai distribusi normal atau mendekati normal ialah model regresi yang baik sehingga secara statistik layak dilakukan pengujian. Dalam program SPSS *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* yang dipakai dalam pengujian normalitas data.

Dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan atas dasar probabilitas (*Asymtotic Significance*), yaitu :

⁷⁹Juliansyah Noor, “*Metodologi Penelitian*”, (Jakarta: Kencana, 2017), h.163

⁸⁰Duwi Priyanto, “*Cara Kilat Belajar Analisis dengan SPSS 20*”, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016), h.143

⁸¹Sugiyono, “*Metode Penelitian Pendidikan Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*”, (Bandung: Alfabeta, 2016), h.242

- 1) Apabila probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- 2) Apabila probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dirancang untuk menguji ada tidaknya korelasi antar variabel bebas dalam suatu model regresi. Apabila ada korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel independen. Apabila terbukti terjadi multikolinearitas sebaiknya salah satu variabel bebas yang ada dihilangkan dari model, kemudian permodelan regresi diulang kembali.

Untuk mengidentifikasi ada tidaknya multikolinearitas, dapat dibuktikan besarnya *Tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinearitas yaitu mendekati 1 angka *tolerance* yang di miliki. Batas VIF yaitu 10, apabila nilai VIF kurang dari 10 jadi tidak memiliki gejala multikolinearitas. Adapun Rumus yang digunakan yaitu:

$$VIF = \frac{1}{Tolerance} \quad \text{Atau} \quad Tolerance = \frac{1}{VIF}$$

c. Uji Heteroskedastisitas

Situasi heteroskedastisitas berarti estimasi koefisien regresi tidak efisien dan hasil estimasi lebih rendah atau lebih tinggi dari yang sebenarnya. Agar koefisien regresi tidak menyesatkan jadi situasi heteroskedastisitas harus dihilangkan dari model regresi.

Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas digunakan *uji rank spearman* yaitu mengkorelasikan variabel bebas dengan nilai absolut dari

residual hasil regresi. Apabila nilai koefisien korelasi antara variabel bebas dan nilai absolut dari *residual* signifikan jadi terjadi heteroskedastisitas.

2. Uji Hipotesis

a. Uji T (Uji Parsial)

Untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas secara individual pada variabel terikat. Hasil uji t_{hitung} termasuk dalam *output* perangkat lunak, dapat diambil dari tabel taraf signifikansi yang dipakai sebesar 5% atau $(\alpha) = 0,05$. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ jadi H_0 ditolak dan H_a diterima, maksudnya yaitu variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan pada variabel terikat.

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ jadi H_0 diterima dan H_a ditolak, maksudnya variabel bebas secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada variabel terikat. Analisis ini juga dapat memberikan informasi mengenai kontribusi masing-masing variabel independen pada variabel dependen dengan melihat r^2 nya. Variabel yang sesuai dengan r^2 terbesar yaitu variabel independen yang mempunyai pengaruh dominan. Rumus untuk menentukan nilai t_{hitung} yaitu:

$$t_{hitung} = \frac{b - Se}{Sb}$$

$$Sb = \frac{Se}{\sqrt{\sum Y^2 - \left(\frac{\sum X}{n}\right)^2}}$$

$$Se = \frac{\sqrt{\sum Y^2 - \alpha \sum Y - \beta \sum XY}}{(n-2)}$$

Keterangan :

a = konstanta

b = koefisien korelasi

n = jumlah sampel

S_b = kesalahan baku koefisien korelasi

S_e = kesalahan baku estimasi

b. Uji F (Uji Simultan)

Pengujian dilakukan dengan menguji parameter β (uji korelasi) dengan uji *F-statistik*. Untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan pada variabel dependen dipakai uji F yaitu dapat rumuskan sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2 / K}{(1 - R^2) / (n - 1 - k)}$$

Keterangan:

F_h = Nilai uji F

R^2 = Koefisien korelasi berganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Distribusi F ini ditentukan oleh derajat kebebasan pembilang dan penyebut yaitu k dan $n - k - 1$ dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,05. Untuk uji F, kriteria yang digunakan yaitu sebagai berikut:

1) H_0 diterima bila $F_{hitung} < F_{tabel}$

2) H_0 ditolak bila $F_{hitung} > F_{tabel}$

Apabila H_0 diterima maka pengaruh signifikan variabel bebas secara bersama-sama pada variabel terikat dan penolakan pada H_0 dapat diartikan adanya pengaruh signifikan dari variabel independen secara bersama-sama pada variabel terikat.⁸²

⁸² Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019), h.37 - 45

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat. Pada *output* SPSS, koefisien determinasi ditemukan pada tabel *Model Summary*^b dan ditulis sebagai *R Square*.

Koefisien determinan bervariasi dari nol hingga satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Artinya apabila $R^2 = 0$ berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, apabila R^2 yang disesuaikan lebih besar mendekati 1 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas pada variabel terikat lebih kuat dan apabila demikian *Adjusted R2* menjadi lebih kecil bahkan mendekati nol, dapat dikatakan lebih kecil pula pengaruh variabel bebas pada variabel terikat. Adapun rumus untuk koefisien determinasi yaitu:

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

Keterangan:

Kd = Besar atau jumlah koefisien determinasi

R^2 = Nilai koefisien korelasi

Sedangkan kriteria untuk menganalisis koefisien determinasi yaitu:

- 1) Apabila Kd mendekati nol (0), berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat lemah, dan
- 2) Apabila Kd mendekati satu (1), berarti pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat kuat.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Imam Gozali analisis regresi dipakai untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, selain itu juga menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*).

Analisis regresi linier berganda merupakan hubungan linier antara dua atau lebih variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Tujuan dari analisis ini yaitu untuk memprediksi nilai variabel dependen ketika nilai variabel independen naik atau turun dan untuk menentukan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan negatif atau positif.⁸³ Adapun perhitungan regresi linier berganda dapat dihitung yaitu:

$$\text{Rumus : } Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat atau variabel Dependen

X = Variabel bebas atau variabel Independen

a = Nilai konstanta

b = Nilai koefisien regresi

e = Standar Error (Nilai dari variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam persamaan).

⁸³Ghozali, “*Objek dan Metode Penelitian*”, (2018): 54-56, repository.ekuitas.ac.id/bitstrea

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI)

Indonesia adalah negara dengan mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia, sehingga dalam industri keuangan syariah mempunyai potensi. Di bentuk oleh dukungan pemangku kepentingan (*Stakeholder*) yang kuat, masyarakat mulai memahami isu halal yang menjadi faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal Indonesia termasuk yaitu bank syariah.

Di Indonesia sendiri bank syariah juga berperan penting sebagai mediator ekosistem industri halal dalam semua kegiatan ekonomi. Keberadaan perbankan syariah di Indonesia selama tiga dekade terakhir telah menyaksikan banyak kemajuan dan perbaikan penting termasuk peningkatan layanan, inovasi produk, dan pengembangan jaringan. Hal ini bahkan tercermin dari banyaknya bank syariah yang melakukan aksi korporasi, seperti bank syariah milik bank pemerintah (BUMN), yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah.⁸⁴

Pada tanggal 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan Jumadil 19 akhir 1442 H, menandai sejarah penggabungan Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah dan BRI Syariah menjadi satu, yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Pada saat itu telah menerima bukti penandatanganan merger atau akta penggabungan, penyampaian keterangan dan persetujuan OJK yang berjalan dengan baik dan sesuai dengan

⁸⁴ Bank Syariah Indonesia, “*Sejarah Perseroan*”, https://www.ir-bankbsi.com/corporate_history.html, diakses 18 september 2021

ketetapan yang berlaku. Terbentuknya BSI sendiri melalui beberapa tahapan antara lain:⁸⁵

- 1) Pada tahun 2016, dimana OJK telah menyiapkan roadmap atau peta jalan pada pengembangan keuangan syariah.
- 2) Pada tahun 2019, dimana OJK mendorong unit usaha syariah milik pemerintah untuk merger perbankan atausaling berkonsolidasi. Bank tersebut diantaranya PT. Bank Syariah Mandiri, PT. Bank BNI Syariah, PT. Bank BRI Syariah, serta Unit Usaha Syariah dan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.
- 3) Pada 2 Juli 2020, Erick Thohir selaku menteri BUMN berencana akan menggabungkan bank syariah BUMN menjadi satu, yakni BRI Syariah, BNI Syariah, BTN Syariah, dan Mandiri Syariah.
- 4) Oktober 2020, secara resmi pemerintah telah mengumumkan rencana merger dari tiga bank syariah tersebut yaitu Mandiri Syariah, BNI Syariah dan BRI Syariah.
- 5) Pada 11 Desember 2020, Konsolidasi bank syariah telah merumuskan dan menetapkan nama hasil merger menjadi PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Tbk.
- 6) Pada 27 Januari 2021, dikeluarkanlah izin merger usaha dari tiga bank syariah tersebut oleh OJK secara resmi. Sebagaimana penerbitan surat dengan Nomor SR3/PB.1/2021.
- 7) Pada 1 Februari 2021, PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) Tbk, telah diresmikan secara publik oleh Presiden Jokowi.

⁸⁵ Rasi Oktari dan M. Ishaq, “*Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia*”, (Februari, 2021): <https://indonesiabaik.id/infografis/berdirinya-bank-syariah-indonesia>, diakses 18 september 2021

Melalui hal tersebut, Kementerian BUMN menetapkan struktur, nama, dan logo dari bank merger atau bank baru tersebut, publikasi mengenai perubahan ringkasan rencana penggabungan usaha akan dilakukan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan telah disetujui oleh pengawas otoritas. Oleh karena itu, sesuai dengan perubahan ringkasan rencana penggabungan, bank hasil penggabungan akan diberi nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk.

Nama ini akan digunakan secara efektif oleh PT Bank BRI syariah Tbk (BRIS) selaku bank yang menerima penggabungan. Perubahan nama tersebut juga diikuti dengan pergantian logo. Sehingga lokasi yang ditetapkan sebagai kantor pusat bank setelah hasil merger, berada di Jl. Abdul Muis No. 24, Jakarta Pusat. Sementara itu, lokasi yang akan dijadikan sebagai kegiatan usaha pasca merger, tetap berada di tiap-tiap cabang dan unit eksisting yang sebelumnya dimiliki oleh BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah.⁸⁶

Penggabungan ini diharapkan bisa menggabungkan keunggulan dari ketiga bank syariah yang melakukan merger, sehingga menawarkan layanan yang lebih komprehensif, cakupan yang lebih luas, dan kapasitas permodalan yang lebih baik. Untuk bisa bersaing secara global, Bank Syariah Indonesia mengandalkan sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI), serta keterlibatan pemerintah melalui Kementerian Badan Usaha Milik Negara. Disamping itu, Penggabungan ketiga bank syariah tersebut merupakan upaya untuk menciptakan kegiatan ekonomi halal yang dibanggakan masyarakat,

⁸⁶Maizal Wal Fajri dan Wahyu T. Rahmawati, "Merger Bank BUMN Syariah di Beri Nama Bank Syariah Indonesia (BSI)", (Desember 11, 2020): <https://keuangan.kontan.co.id/news/merger-bank-bumn-syariah-diberi-nama-bank-syariah-indonesia-bris>, diakses 18 september 2021

sekaligus menjadi energi baru bagi pembangunan ekonomi nasional untuk kemaslahatan masyarakat luas.⁸⁷

b. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba

Setiap lembaga khususnya perbankan pasti mempunyai visi dan misi masing-masing dalam menjalankan kegiatan usahanya agar bisa berkembang dan berlangsung dengan baik di wilayah usahanya, serta mampu bersaing dengan lembaga yang sejenis denganya. Adapun visi dan misi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba adalah sebagai berikut :

- 1) Visi BSI KCP Masamba yakni, “Top 10 Global Islamic Bank”
- 2) Misi BSI KCP Masamba ada 3, yakni :
 - a) Memberikan akses Solusi keuangan syariah di Indonesia.
 - b) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
 - c) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

c. Profil singkat Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba

Berdasarkan hasil observasi di lokasi penelitian, Berikut profil singkat dari Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba sebagai berikut:

- 1) Nama Instansi : PT. BSI KCP Masamba
- 2) Alamat : Komp. Ruko Pasar Sentral Masamba No. A13–A14
Luwu Utara Sulawesi Selatan
- 3) Telp : (0473) 21247
- 4) Fax : (0473) 21254

⁸⁷ Bank Syariah Indonesia, “*Sejarah Perseroan*”, https://www.ir-bankbsi.com/corporate_history.html, diakses 18 september 2021

5) Jam kerja pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba sebagai berikut:

- 1) Jam Kerja : Jam 08:00 - 15:00 WITA (Senin- Jumat).
- 2) Breafing : Jam 07:30-07:45 WITA.
- 3) Istirahat : Jam 12:00- 13:00 WITA.

d. Deskripsi Karakteristik Responden

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi ini menegaskan hipotesis penelitian yang diajukan bahwa penelitian dilakukan dengan jumlah 50 orang berdasarkan usia nasabah BSI KCP Masamba. Untuk mengetahui data usia responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (tahun)	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	20 – 30	8	16 %
2	31 – 40	15	30 %
3	41 – 50	20	40 %
4	> 50	7	14 %
	Total	50	100 %

Sumber: Hasil Temuan Observasi

Dari tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan usia, diketahui bahwa usia beberapa nasabah BSI KCP Masamba yang dijadikan sampel bervariasi. Namun, didominasi oleh kelompok usia 41-50 tahun.

2) Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi ini dimaksudkan untuk menguji hipotesis penelitian yang diajukan, bahwasanya telah dilakukan penelitian berdasarkan jenis kelamin pada 50 nasabah BSI KCP Masamba. Untuk mengetahui data jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Laki – Laki	31	62 %
2.	Perempuan	19	38 %
Total		50	100 %

Sumber: Hasil Temuan Observasi

Berdasarkan tabel 4.2 karakteristik responden menurut jenis kelamin, diketahui jumlah terbesar adalah laki-laki, artinya nasabah BSI KCP Masamba didominasi sebanyak 31 orang jenis kelamin laki-laki dibandingkan dengan jenis kelamin perempuan hanya 19 orang.

3) Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Deskripsi ini menegaskan hipotesis penelitian yang diajukan, mengenai pekerjaan masing-masing dari 50 nasabah BSI KCP Masamba. Dapat dilihat pada tabel berikut untuk mengetahui data pekerjaan responden:

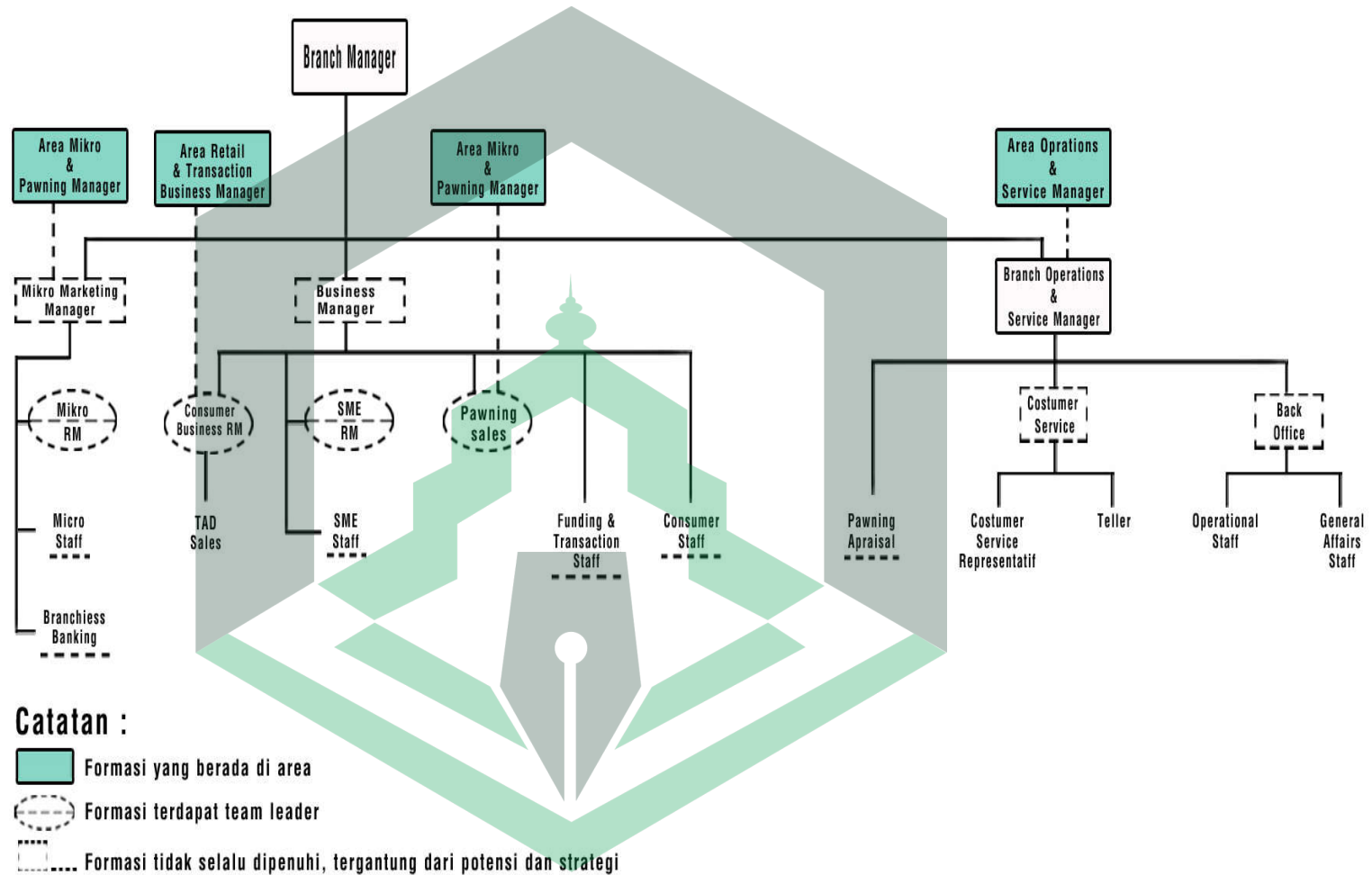
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Banyaknya Responden	Persentase
Pegawai Swasta	10	20%
PNS	14	28%
Wiraswasta	21	42%
Lainnya	5	10%
Total	50	100%

Sumber: Hasil Temuan Observasi

e. Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah suatu susunan atau hubungan antara departemen dengan jabatan yang ada dalam perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya guna mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan.



Untuk Cabang yang memiliki KLP Prioritas dimungkinkan disediakan CS dan Teller dedicated

Sumber: Hasil Temuan Observasi
Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. BSI KCP Masamba

Pada Gambar 4.1 tugas masing-masing divisi di BSI KCP Masamba yaitu sebagai berikut:

1) Kepala Cabang

- a) Mengkoordinasikan dan menetapkan rencana kerja tahunan Capem/UPS agar sejalan dengan visi, misi dan strategi BSI.
- b) Menentukan kebutuhan dan strategi SDI dengan pengelola Capem/UPS untuk memastikan nomor SDI dan peringkat sesuai dengan strategi bank.
- c) Memantau dan mengevaluasi pelaksanaan rencana kerja pengelola Capem/pengelola UPS untuk memastikan bahwa tujuan yang ditetapkan oleh pengelola kecamatan/UPS tercapai sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
- d) Melakukan analisis SWOT kondisi Capem/pengelola UPS setiap bulan untuk menentukan posisi Capem/pengelola UPS dibandingkan dengan posisi pesaing di wilayah kerja yang sama.
- e) Mengevaluasi, memutuskan dan mengesahkan kegiatan non operasional Capem/UPS.
- f) Mengkoordinasikan segala sarana dan kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan disepakati sesuai dengan visi, misi dan tujuan kegiatan kerja.

2) Operational Officer

- a) Buat rencana kerja mingguan/bulanan di departemennya, untuk memastikan sejalan dengan rencana kerja Capem.

- b) Mengkoordinasikan, menetapkan dan mengevaluasi tujuan kerja seluruh pegawai bawahan secara langsung.
 - c) Menyiapkan dan meninjau pelaksanaan rencana kerja departemen untuk memastikan bahwa data yang akurat dan tepat waktu tersedia sebagai pengambilan keputusan dan bahan untuk evaluasi manajerial.
 - d) Mengawasi proses kerja di bawah koordinasinya, untuk memastikan bahwa semua pekerjaan dilakukan sesuai dengan rencana/tujuan kerja dan SOP yang berlaku.
 - e) Meninjau dan mengusulkan permintaan untuk barang atau peralatan tenaga kerja untuk memastikan penggunaan yang paling efisien dari semua barang dan peralatan tenaga kerja.
 - f) Mengembangkan keterampilan dan pengetahuan bawahan, untuk memenuhi persyaratan minimal jabatan sehingga dapat melaksanakan pekerjaannya sesuai dengan Standar Operating Procedure.
- 3) Analysis Officer, Micro Account Officer, Officer Gadai
- a) Terus berupaya meningkatkan keterampilan dan pemahaman tentang produk dan persyaratan setiap jenis produk, termasuk prosedur layanan Bank Syariah Mandiri.
 - b) Pengumpulan data/informasi perkembangan ekonomi, perkembangan, dan dunia usaha setempat untuk dijadikan indikator perkembangan usaha Capem.
 - c) Penerapan budaya kerja BSI.
 - d) Menjaga sikap sesuai dengan Kode Etik BSI.
 - e) Melakukan pekerjaan lain yang diberikan oleh manajer.
- 4) Admin Pembiayaan/Back Office Mikro

- a) Memasukkan data nasabah pembiayaan dan melakukan verifikasi BI.
- b) Tindak lanjut dari jadwal pembayaran/pelunasan pelanggan.
- c) Menyimpan file pendanaan.
- d) Pengurusan perpanjangan BPKB dan permohonan penjaminan.

5) Back Office / Umum SDI

- a) Mengelola kepegawaian dan pemeliharaan kantor juga perekrutan personel.
- b) Pelaksanaan transfer cashless, kompensasi dan RTGS.
- c) Membuat laporan bulanan.

6) Customer Service

- a) Memberikan penjelasan tentang produk, syarat dan prosedur kepada pelanggan.
- b) Melakukan pelayanan untuk membuka rekening giro dan tabungan.
- c) Memproses permintaan pemblokiran nasabah.
- d) Penanganan buku cek / Bilyet-Giro.

7) Teller Bank

- a) Menerima setoran tunai dan nontunai.
- b) Penarikan/penyetoran dana ke/dari Bank Indonesia, kantor pusat, cabang lain atau lokasi lain yang ditugaskan.
- c) Mengamankan dan memelihara uang tunai, surat berharga dan pembuatan laporan sesuai dengan bidangnya masing-masing.

8) PMS, PMM dan pelaksanaan Gadai.

- a) Pemasaran produk.
- b) Penyajian/kelengkapan data yang diminta dan penilaian kelayakan.
- c) Pelaksanaan kontrak pembiayaan.

d) Pemeliharaan / pemantauan pelanggan.

f. Divisi Korporasi atau Departemen Keuangan

Secara umum kegiatan yang dilakukan oleh BSI KCP Masamba yaitu sebagai berikut:

- 1) Mengumpulkan dana dalam bentuk tabungan berupa Giro, tabungan atau ekuivalennya, atas dasar kesepekatan *Wadi'ah* atau kesepekatan lainnya yang sesuai dengan aturan Islam.
- 2) Mengumpulkan dana dalam bentuk investasi berupa deposito, tabungan atau bentuk lain yang dipersamakan dengan itu atas dasar kesepekatan *Mudharabah* atau kesepekatan lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip aturan Islam.
- 3) Pembagian pendapatan atas dasar kesepekatan *mudharabah*, *musyarakah* atau perjanjian lain yang tidak melanggar prinsip syariah.
- 4) Memberikan dana atas dasar kesepekatan *murabahah*, kesepekatan salam, kesepekatan *istishna* atau kesepekatan lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- 5) Memberikan dana atas dasar kesepekatan *Qardh* atau kesepekatan lainnya yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.
- 6) Memberikan pembiayaan untuk penyewaan barang bergerak atau tidak bergerak kepada nasabah atas dasar kesepekatan *ijarah* dan/atau pembelian angsuran dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlikatau* kesepekatan lain yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip aturan Islam.
- 7) Melakukan transaksi dengan kartu debit dan/atau kartu keuangan atas dasar prinsip Syariah.

2. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

Berikut ini dijelaskan hasil uji validitas dan reliabilitas masing-masing instrumen yaitu Religiusitas (X_1), Produk (X_2), Pelayanan (X_3) dan Pengambilan Keputusan (Y). Uji validitas dan reliabilitas dalam penelitian ini diolah dengan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) Versi 24, yaitu:

a. Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukurnya.⁸⁸ Uji validitas menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yang dipakai untuk mendeteksi sesuatu yang menjadi sasaran utama pengukuran.⁸⁹ Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ berada pada taraf signifikan 5% (0,05), jadi item kuesioner dapat dinyatakan valid.

1) Variabel Religiusitas (X_1)

Tabel 4.4 Uji validitas variabel Religiusitas

Item Soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,799	0,284	Valid
Pernyataan 2	0,633	0,284	Valid
Pernyataan 3	0,633	0,284	Valid
Pernyataan 4	0,676	0,284	Valid
Pernyataan 5	0,693	0,284	Valid
Pernyataan 6	0,608	0,284	Valid

Sumber: Data olahan SPSS 24

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa semua hasil pengujian $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan

⁸⁸ Sofyan Siregar, "Statistika Deskriptif untuk Penelitian", (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2019), h.162

⁸⁹ R. Gunawan Sudarmanto, "Statistik Terapan Berbasis Komputer dengan Program IMB SPSS Statistik 19", (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), h.56

spesifikasi $r_{\text{tabel}} = 0,284$. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam variabel Religiusitas yaitu valid untuk pengambilan keputusan.

2) Variabel Produk (X_2)

Tabel 4.5 Uji validitas variabel Produk

Item Soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,641	0,284	Valid
Pernyataan 2	0,641	0,284	Valid
Pernyataan 3	0,731	0,284	Valid
Pernyataan 4	0,714	0,284	Valid
Pernyataan 5	0,712	0,284	Valid
Pernyataan 6	0,785	0,284	Valid

Sumber: data olahan SPSS 24

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa semua hasil pengujian $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan spesifikasi $r_{\text{tabel}} = 0,284$. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan pada variabel Produk yaitu valid untuk pengambilan keputusan.

3) Variabel Pelayanan (X_3)

Tabel 4.6 Uji validitas variabel Pelayanan

Item Soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,709	0,284	Valid
Pernyataan 2	0,772	0,284	Valid
Pernyataan 3	0,788	0,284	Valid
Pernyataan 4	0,847	0,284	Valid
Pernyataan 5	0,767	0,284	Valid
Pernyataan 6	0,843	0,284	Valid
Pernyataan 7	0,907	0,284	Valid
Pernyataan 8	0,806	0,284	Valid

Pernyataan 9	0,877	0,284	Valid
Pernyataan 10	0,814	0,284	Valid

Sumber: data olahan SPSS 24

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa semua hasil pengujian $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan spesifikasi $r_{tabel} = 0,284$. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan pada variabel Pelayanan yaitu valid untuk pengambilan keputusan.

4) Variabel Pengambilan Keputusan(Y)

Tabel 4.7 Uji validitas variabel Pengambilan Keputusan

Item soal	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pernyataan 1	0,840	0,284	Valid
Pernyataan 2	0,642	0,284	Valid
Pernyataan 3	0,787	0,284	Valid
Pernyataan 4	0,802	0,284	Valid
Pernyataan 5	0,702	0,284	Valid
Pernyataan 6	0,813	0,284	Valid
Pernyataan 7	0,801	0,284	Valid
Pernyataan 8	0,827	0,284	Valid

Sumber: Data olahan SPSS 24

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa semua hasil pengujian $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan spesifikasi $r_{tabel} = 0,284$. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan dalam variabel Pengambilan Keputusan yaitu valid untuk dijadikan pengambilan keputusan.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu lanjutan dari uji validitas dimana hanya item valid yang dimasukkan dalam pengujian. Kriteria instrumen dapat dikatakan reliabel

dengan menggunakan *Alpha Cronbach*, apabila nilai *Alpha Cronbach* $> 0,6$ jadi kuesioner dianggap reliabel dengan taraf signifikansi 5%.

Tabel 4.8 Uji Reliabilitas variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Y

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
1	Religiusitas (X_1)	0,766	Reliabel
2	Produk (X_2)	0,796	Reliabel
3	Pelayanan (X_3)	0,942	Reliabel
4	Pengambilan Keputusan (Y)	0,907	Reliabel

Sumber: Data olahan SPSS 24

3. Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik

Suatu model regresi dapat dikatakan baik apabila model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang kemudian disebut asumsi klasik. Untuk membuktikannya terlebih dahulu harus lulus uji asumsi klasik yang ada, yang meliputi:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel terikat memiliki distribusi normal atau tidak. Sedangkan data normal adalah data yang terdistribusi secara merata dan polanya tidak menyimpang ke kiri atau ke kanan.⁹⁰ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) untuk menguji normalitas.⁹¹ Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, jadi residual berdistribusi normal.

⁹⁰ Singgih Santoso, “*Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*”, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2017), h.43

⁹¹ Imam Ghozali, “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019), h.91

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas

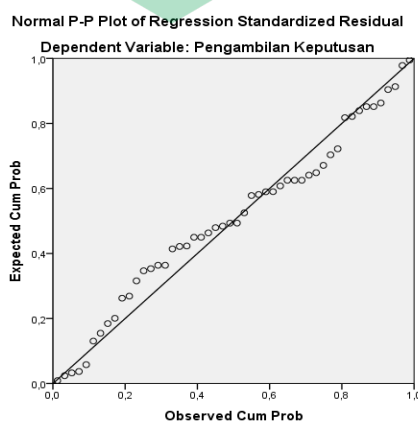
One- Sample Kolmogorov- Smirnov test		
Unstandardized Residual		
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean Std. Deviation	OE-7 2,36442589
	Absolute	,102
Most Extreme Differences	Positive	,087
	Negative	-,102
Tes Statistic		,102
Asymp. Sig. (2- Tailed)		,200

Sumber: Data olahan SPSS 24

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* berdistribusi normal. Dari nilai (*Asymp. Sig. 2-tailed*) pada religiusitas, produk, pelayanan dan pengambilan keputusan yang lebih besar dari 0,05 yaitu 0,200 > 0,05 jadi dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Selain itu pada saat menggunakan uji normalitas juga diperlukan grafik *P-Plot* yang bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak. Suatu data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila data atau titik-titik tersebut terdistribusi disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut.

Gambar 4.2
Grafik P-Plot



Sumber: Data olahan SPSS 24

Gambar 4.2 menunjukkan bahwa titik-titik tersebut tidak jauh dari garis diagonal. Oleh karena itu, model regresi dikatakan berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dipakai untuk menguji apakah model regresi menemukan korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik tidak mempunyai korelasi antara variabel bebas (independen).⁹² Oleh karena itu, untuk mengetahui adanya gejala multikolinearitas menggunakan nilai *Variance Infaction Factor* (VIF) dan *tolerance* dengan SPSS. Apabila nilai VIF lebih kecil dari 10 dan *tolerance* lebih besar dari 0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas.⁹³

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolineritas

Collinearity Statistic		
Model	Tolerance	VIF
Religiusitas (X ₁)	,971	1,030
Produk (X ₂)	,906	1,104
Pelayanan (X ₃)	,885	1,130

Sumber: Data olahan SPSS 24

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa hasil uji multikolinearitas untuk variabel X₁ (Religiusitas) menghasilkan nilai VIF 1,030 dan *tolerance* 0,971, untuk variabel X₂ (Produk) nilai VIF 1,104 dan nilai *tolerance* 0,906 dan untuk variabel X₃ (Pelayanan) nilai VIF sebesar 1,130 dan nilai *tolerance* sebesar 0,885 artinya ketiga variabel tersebut kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1. Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari multikolinearitas.

⁹² Sumitro Warkum, "Asas-asas Perbankan Syariah", (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2017), h.105

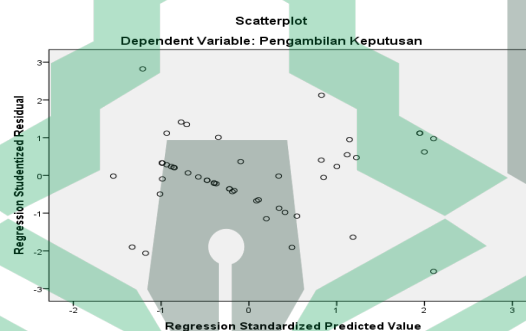
⁹³ Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS", (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2019), h.105

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi heterokedasitas artinya adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Model regresi yang baik adalah tidak adanya gejala-gejala heterokedastisitas.⁹⁴

Untuk menguji adanya heteroskedastisitas dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji *Glejser* dengan regresi nilai *absolute* residual dari variabel bebas. Apabila nilai signifikan lebih besar dari 5% *alpha*, jadi tidak terjadi heterodetastisitas. Namun apabila nilai signifikansinya kurang dari 5% *alpha* jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi terjadi heteroskedastis.⁹⁵

Gambar 4.3
Grafik Scatter Plot



Sumber: Data olahan SPSS 24

Berdasarkan gambar 4.3 grafik *scatter plot* menunjukkan titik-titik yang terdistribusi secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas dan terdistribusi baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Oleh karena itu, tidak terjadi heteroskedastisitas model regresi maka model regresi dapat dipakai untuk melihat pengaruh variabel bebas pada variabel terikat.

⁹⁴ Dwi Priyanto, “Mandiri Belajar SPSS (statistical Product and Service Solution) untuk Analisis Data & Uji Statistik”, (Yogyakarta: Mediakom, 2019), h.41-42.

⁹⁵ Imam Ghazali, “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS...”, 105

b. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian berfungsi sebagai proses pengambilan keputusan tentang suatu pernyataan terhadap populasi. Artinya pada uji hipotesis, peneliti menguji apakah dugaan sementara dibuktikan dengan data peneliti atau tidak. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai pengujian antara lain:

1) Uji T (Uji Parsial)

Uji T (Uji parsial) dipakai untuk menguji pengaruh Religiusitas (X_1), Produk (X_2) dan Pelayanan (X_3) terhadap variabel Keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba (Y).

Apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$, jadi standar yang dipakai tidak berpengaruh signifikan atau menerima H_0 dan menolak H_1 . Apabila tabel probabilitas signifikansi $< 0,05$, jadi terdapat pengaruh signifikan atau menolak H_0 dan menerima H_1 , dan juga dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} . Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka memiliki pengaruh signifikan atau menolak H_0 dan menerima H_1 . Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ jadi tidak berpengaruh signifikan atau menerima H_0 dan menolak H_1 . Tabel berikut mencantumkan hasil parsial pengujian.

Tabel 4.11 Uji T (Uji Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficient		Unstandardized Coefficient	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,962	5,975		1,333	,189
Religiusitas	,056	,130	,047	3,426	,003
Produk	,543	,165	,378	3,283	,002
Pelayanan	,297	,078	,442	3,794	,000

Sumber: Data olahan SPSS 24

Hasil pengujian di atas dapat dilihat pada Tabel 4.14 dengan Uji Parsial (Uji T), yang dapat disimpulkan dan diuraikan sebagai berikut:

- a) Pada Tabel 4.14 dapat diketahui bahwa variabel Religiusitas dapat memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,426, sedangkan nilai t_{tabel} 0,679, dapat disimpulkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,426 > 0,679$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan nilai signifikansi ($0,003 < 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Religiusitas (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba (Y).
- b) Pada Tabel 4.14 juga terlihat bahwa variabel Produk dapat diperoleh dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,283 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 0,679 dapat disimpulkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,283 > 0,679$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan nilai signifikansi ($0,002 < 0,05$). Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel Produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba (Y).
- c) Pada Tabel 4.14 juga dapat diketahui bahwa variabel Pelayanan dapat diperoleh dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,794, sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 0,679 dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,794 > 0,679$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$). Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Pelayanan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba (Y).

2) Uji F (Uji Simultan)

Uji simultan (Uji F) dipakai untuk menguji bersama apakah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat disebut uji F. Apabila probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,05. Artinya standar tidak berpengaruh signifikan dan menerima H_0 dan H_1 ditolak. Probabilitas signifikansi 0,05 mempengaruhi signifikansi atau menolak H_0 dan H_1 diterima. Pada tabel berikut hasilnya yaitu:

Tabel 4.12 Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	220,945	3	73,648	12,367	,000 ^b
	Residual	273,935	46	5,955		
	Total	494,880	49			

Sumber : Data olahan SPSS 24

Tabel 4.15 menunjukkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai $12,367 > 2,807$ dan nilai probabilitas value atau taraf signifikan ialah $0,000 < 0,05$. Sehingga hasil hipotesisnya yaitu H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel Religiusitas (X_1), Produk (X_2) dan Pelayanan (X_3) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba (Y).

3) Koefisien Determinasi (R) dan (R^2)

a) Koefisien Determinasi (R)

Analisis koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen.⁹⁶ Koefisien korelasi digunakan untuk melihat kekuatan indikator dalam hubungan

⁹⁶ Duwi Priyatno, "SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis", (Yogyakarta: Andi Offset 2016), h.155

antara variabel dependen dengan variabel independen suatu penelitian. Berikut ringkasan koefisien korelasi yang dilakukan dengan alat SPSS 24, yaitu:

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Korelasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	,668 ^a	,446	,410	2,440

Sumber: Data olahan SPSS 24

Tabel 4.11 memperoleh nilai koefisien (R) sebesar 0,668 yang menunjukkan bahwa variabel Religiusitas, Produk dan Pelayanan memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba.

b) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi mempunyai tujuan mengukur seberapa besar persentase perubahan variabel terikat dapat dijelaskan oleh perubahan variabel bebas. Oleh karena itu, semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin baik kapasitas variabel dependen. Berikut ringkasan koefisien determinasi yang dilakukan dengan SPSS 24:

Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	,668 ^a	,446	,410	2,440

Sumber : Data olahan SPSS 24

Tabel 4.12 menghasilkan koefisien determinasi R Square (R^2) sebesar 0,446 atau 44,6% yang menunjukkan adanya pengaruh variabel Religiusitas,

Produk dan variabel Pelayanan. Sedangkan sisanya $100\% - 44,6\% = 55,4\%$, variabel Pengambilan keputusan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

c. Regresi Linier Berganda

Tujuan dari analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel Religiusitas, Produk dan Pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba. Berikut ringkasan koefisien determinasi yang dilakukan dengan alat SPSS 24:

Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a			T	Sig
	Unstandardized Coefficient		Unstandardized coeffiRient		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,962	5,975		1,333	,189
Religiusitas	,056	,130	,047	3,426	,003
Produk	,543	,165	,378	3,283	,002
Pelayanan	,297	,078	,442	3,794	,000

Sumber: Data olahan SPSS 24

Model persamaan regresi dapat dituliskan yakni:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat atau variabel Dependen

X = Variabel bebas atau variabel Independen

α = Nilai konstanta

b = Nilai koefisien regresi

e = Standar Error (Nilai dari variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam persamaan).

Adapun deskripsi persamaan regresi linier berganda, yaitu:

$$Y = 7,962 + 0,056X_1 + 0,543X_2 + 0,297X_3 + e$$

- 1) Nilai a sebesar 7,962 ialah suatu konstanta atau kondisi apabila variabel keputusan (Y) tidak dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel Religiusitas (X_1), Produk (X_2) dan Pelayanan (X_3). Apabila variabel bebas tidak ada, maka variabel keputusan (Y) tidak berubah atau akan tetap sebesar 7,962.
- 2) b_1 atau nilai koefisien regresi variabel X_1 (Religiusitas) sebesar 0,056 berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan variabel X_1 (Religiusitas) sebesar satu satuan akan menaikkan variabel Y (Pengambilan Keputusan) sebesar 0,056 satuan atau 5,6% dengan asumsi X_2 dan X_3 tetap. Nilai probabilitas yang lebih kecil dari 5% yaitu $0,000 < 0,05$ mengindikasikan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan.
- 3) b_2 atau nilai koefisien regresi variabel X_2 (Produk) sebesar 0,543 berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan variabel X_2 (Produk) sebesar satu satuan akan menaikkan variabel Y (Pengambilan Keputusan) sebesar 0,543 satuan atau 54,3% dengan asumsi X_1 dan X_3 tetap. Nilai probabilitas yang lebih kecil dari 5% yaitu $0,000 < 0,05$ mengindikasikan bahwa produk berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan.
- 4) b_3 atau nilai koefisien regresi variabel X_3 (Pelayanan) sebesar 0,297 berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan. Hal tersebut

menunjukkan bahwa setiap kenaikan variabel X_3 (Pelayanan) sebesar satu satuan akan menaikkan variabel Y (Pengambilan Keputusan) sebesar 0,297 satuan atau 29,7% dengan asumsi X_1 dan X_2 tetap. Nilai probabilitas yang lebih kecil dari 5% yaitu $0,000 < 0,05$ mengindikasikan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap pengambilan keputusan.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba

Setelah dilakukan perhitungan uji parsial menggunakan uji T pada variabel religiusitas dalam penelitian ini, menunjukkan hasil uji regresi bahwa hipotesis pertama, Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba atau menolak H_0 dan menerima H_1 . Hal tersebut dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,426 > 0,679$) dengan nilai signifikansi ($0,003 < 0,05$) yang artinya variabel religiusitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen. Hal ini berarti semakin besar tingkat ke religiusan seseorang, maka semakin besar keinginan menggunakan jasa bank tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa dengan semakin besarnya tingkat dan perilaku ketaatan seseorang berdasarkan keyakinan yang di anutnya, maka semakin besar pula peluang atau keinginan orang tersebut menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba. Religiusitas disini juga mampu menghindarkan seseorang agar tidak terjebak dalam transaksi yang dapat menimbulkan unsur riba yang dilarang dalam umat beragama.

Hasil dari analisis penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan dan arah koefisiennya konsisten yaitu berpengaruh positif. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Rina Fitriani (2018) yang berjudul *“Pengaruh pengetahuan nasabah, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam penggunaan jasa bank syariah (studi kasus pada Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung)”*. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pada variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Nasabah menggunakan jasa bank tersebut.

2. Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba

Setelah dilakukan perhitungan uji parsial menggunakan uji T pada variabel produk dalam penelitian ini, menunjukkan hasil uji regresi bahwa hipotesis kedua, Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba atau menolak H_0 dan menerima H_1 . Hal tersebut dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,283 > 0,679$) dengan nilai signifikansi ($0,002 < 0,05$) yang artinya variabel produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen. Hal ini berarti produk yang ditawarkan pihak BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba, baik berwujud maupun tidak berwujud ialah produk berkualitas tinggi maka dari itu nasabah memutuskan menggunakan jasa bank tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa Produk-produk berkualitas tinggi yang berhasil diciptakan oleh BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba yang ditawarkan mempunyai sejumlah manfaat terhadap nasabah baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, sehingga nasabah memutuskan untuk menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba.

Hasil dari analisis penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan dan arah koefisiennya konsisten yaitu berpengaruh positif. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Nila Nadhiroh (2016) yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Indonesia Cabang Tulungagung*”. Penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel bebas (kualitas produk) berpengaruh signifikan pada variabel terikat (kepuasan nasabah) di Bank Muamalat Tulungagung.

3. Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba

Setelah dilakukan perhitungan uji parsial menggunakan uji T pada variabel pelayanan dalam penelitian ini, menunjukkan hasil uji regresi bahwa hipotesis ketiga, Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba atau menolak H_0 dan menerima H_1 . Hal tersebut dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,794 > 0,679$) dengan nilai signifikansi ($0,000 < 0,05$) yang artinya variabel produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen. Hal ini berarti pelayanan yang diberikan pihak bank telah memenuhi harapan pelanggan atau nasabah sehingga nasabah memutuskan menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelayanan yang disediakan pihak bank merupakan evaluasi pasca pembelian oleh nasabah dimana alternatif yang dipilih paling tidak sama atau lebih tinggi dari harapan pelanggan, sehingga akibat dari pelayanan yang diberikan tersebut nasabah memutuskan untuk menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba secara berulang.

Hasil dari analisis penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan dan arah koefisiennya konsisten yaitu berpengaruh positif. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Abdul Rozak (2016) yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Gadai (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Cabang Cikarang)*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Jasa Gadai pada Pegadaian Syariah cabang Cikarang.

4. Pengaruh Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen Secara Simultan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen pada penelitian ini. Setelah dilakukan uji signifikansi simultan dengan uji F diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($12,367 > 2,807$) dan nilai probabilitas value atau taraf signifikan ($0,000 < 0,05$) yang artinya Religiusitas, Produk dan Pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ke empat, variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara simultan atau menolak H_0 dan menerima H_1 . Hal ini berarti semakin besar tingkat ke religiusan nasabah dan produk-produk berkualitas tinggi yang berhasil diciptakan dan ditawarkan oleh BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba kepada nasabah serta pelayanan yang diberikan pihak BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba dapat

memenuhi harapan nasabah dari ketiga hal tersebut secara bersama-sama mempengaruhi nasabah dalam memutuskan menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba

Pada penelitian ini juga diperoleh nilai koefisien determinasi R^2 (X_1 , X_2 dan X_3) sebesar 0,446 atau 44,6%. Hal ini berarti besarnya pengaruh religiusitas, produk dan pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba yaitu sebesar 44,6% dan sisanya 55,4% di pengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi. Angka 44,6% memiliki arti bahwa keputusan nasabah menggunakan jasa BSI di pengaruhi oleh religiusitas, produk dan pelayanan secara simultan sebesar 44,6%. Hal ini terjadi karena persepsi nasabah menjadi faktor penting dalam meningkatkan keputusan nasabah menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba disamping religiusitas, produk dan pelayanan.

Adapun dari analisis regresi berganda di peroleh nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,056, nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0,543 dan nilai koefisien regresi X_3 sebesar 0,297 dengan bilangan konstantanya 7,962. Jadi persamaan regresinya $Y = 7,962 + 0,056 X_1 + 0,543 X_2 + 0,297 X_3$. Persamaan tersebut memiliki arti jika nilai X_1 , X_2 dan X_3 dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan maka Y akan tetap sebesar 7,962. Kemudian nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,056 memiliki arti bahwa setiap kenaikan variabel religiusitas sebesar satu satuan akan menaikkan variabel keputusan nasabah menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba sebesar 0,056 satuan atau 5,6% dengan asumsi X_2 dan X_3 tetap. Kemudian nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0,543 memiliki arti bahwa

setiap kenaikan variabel produk sebesar satu satuan akan menaikkan variabel keputusan nasabah menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba sebesar 0,543 satuan atau 54,3% dengan asumsi X_1 dan X_3 tetap. Kemudian nilai koefisien regresi X_3 sebesar 0,297 memiliki arti bahwa setiap kenaikan variabel pelayanan sebesar satu satuan akan menaikkan variabel keputusan nasabah menggunakan jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba sebesar 0,297 satuan atau 29,7% dengan asumsi X_1 dan X_2 tetap. Hal ini berarti arah model tersebut adalah positif.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Erdin Syamsudin (2020) yang berjudul *“Pengaruh Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah Mandiri”*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk dan pelayanan secara bersama-sama (simultan atau uji F) memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah. Juga sejalan dengan penelitian Nanda Intan Annisa (2016) yang berjudul *“Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Produk Perbankan dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah”*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan (X_1), Religiusitas (X_2), Produk Perbankan (X_3) dan Pelayanan (X_4) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa untuk menabung di Bank Syariah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah dapat disimpulkan yaitu :

1. Hasil uji-T (parsial) variabel Religiusitas (X_1) terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba dengan hasil t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu ($3,426 > 0,679$) dan nilai signifikansi yang diperoleh ($0,003 < 0,05$), sehingga variabel Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba.

2. Hasil uji-T (parsial) variabel Produk (X_2) terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba, nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu ($3,283 > 0,679$) dan nilai signifikansi yang diperoleh ($0,002 < 0,05$), sehingga produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba.

3. Hasil uji-T (parsial) variabel Pelayanan (X_3) terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba, dengan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu ($3,794 > 0,679$) dan nilai signifikansi yang diperoleh ($0,000 < 0,05$), sehingga pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba.

4. Hasil uji F (simultan) variabel independen terhadap variabel dependen, dengan F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu ($12,367 > 2,807$) dan nilai probabilitas value atau tingkat signifikansinya yaitu ($0,000 < 0,05$), sehingga variabel independen yaitu Religiusitas (X_1), Produk (X_2) dan Pelayanan (X_3) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Pengambilan Keputusan (Y) secara simultan.

B. Saran

Adapun beberapa hal yang disarankan berdasarkan hasil penelitian yaitu:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia KCP Masamba:

a. Faktor Religiusitas

Mayoritas nasabah BSI KCP Masamba adalah umat Islam, sehingga perlu upaya lebih untuk membuat nasabah lebih mengenal sifat-sifat produk perbankan syariah. Khususnya mengenai pemahaman *fiqih* pada implementasi akad yang ada di perbankan syariah agar lebih meningkatkan keputusan nasabah untuk menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba.

b. Faktor Produk

Mengingat persaingan tidak hanya dengan perbankan syariah itu sendiri, tetapi juga dengan perbankan konvensional, jadi perlu meningkatkan hal yang ditawarkan yaitu kualitas produk. Karena faktor ini mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba. Setelah nasabah mempunyai pengalaman untuk membandingkan kualitas produk yang diberikan dengan yang ditawarkan, ini adalah langkah penting dalam memahami keputusan nasabah untuk menggunakan kembali jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba.

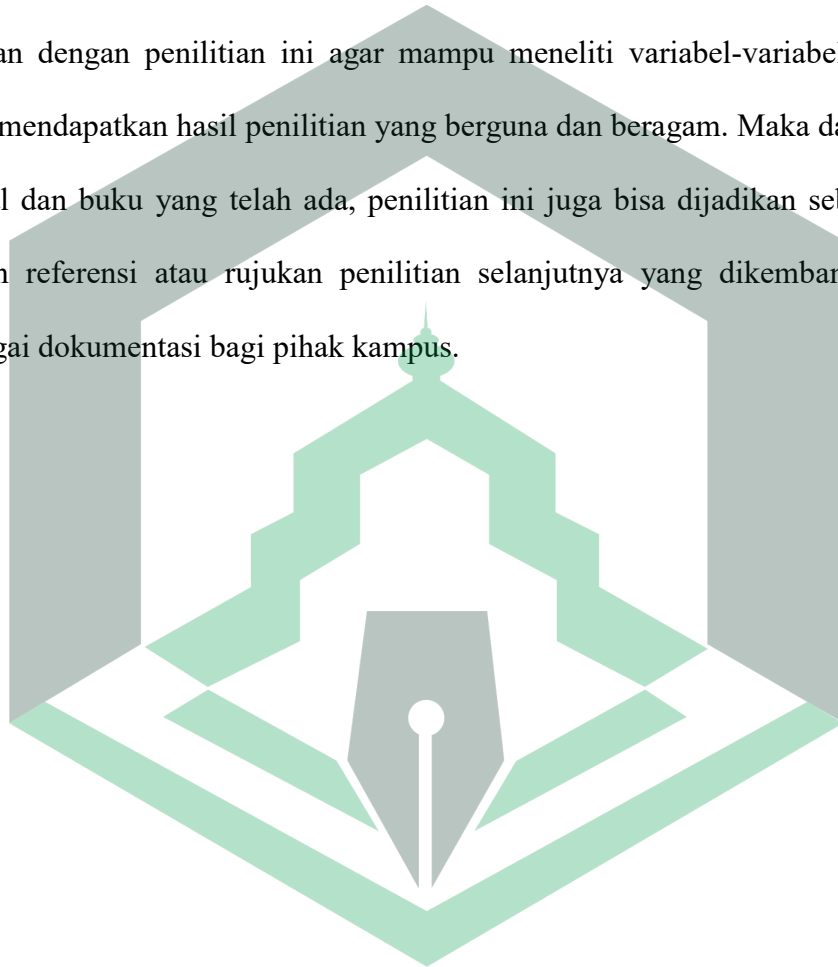
c. Faktor Pelayanan

Peneliti menunjukkan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba. Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba harus mampu menjaga atau meningkatkan kualitas pelayanan untuk

meningkatkan kepercayaan nasabah. Apabila kepercayaan nasabah pada perusahaan terus meningkat maka nasabah tidak berpindah ke bank lain dan tetap menggunakan jasa yang ditawarkan oleh BSI KCP Masamba.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang mempunyai penelitian yang sejalan dengan penelitian ini agar mampu meneliti variabel-variabel yang lain, agar mendapatkan hasil penelitian yang berguna dan beragam. Maka dari itu selain jurnal dan buku yang telah ada, penelitian ini juga bisa dijadikan sebagai bahan acuan referensi atau rujukan penelitian selanjutnya yang dikembangkan, serta sebagai dokumentasi bagi pihak kampus.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman, Abdul Basit Bin. (2016). *Rukun Iman*. Arab Saudi: Universiti Islam Madina
- Abdul, Rozak. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Gadai Syariah*. Cikarang: IAIN Sultan Maulana Hasanauddin Banten
- Abdullah Muhammad, Abu bin Ismail bin Ibrahim ibn Mughirah bin Bardizbah Al-Bukhari Al-Ja'fi.(1981 M). *Shahih Bukhari*, Kitab. Al-Adab, Juz 7, (Darul Fikri: Beirut-Libanon)
- Agustina, Debora. (2020). *Makna Beriman Pada Tuhan*. Jakarta Barat: Universitas Bina Nusantara
- Akutansi. (2019). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Produk dan Mutu Pelayanan Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. Jakarta: Lifepal.Com.
- Al Firdausi, Fannanah.(2016).*Pengamalan Nilai-Nilai Agama Islam Pada Remaja Masjid Sabilillah Malang*. Jawa Timur: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
- Anshori, Abdul Ghofur. (2018). *Perbankan Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press
- Arikunto, Suharsimi. (2019).*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta
- Asraf. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menyimpan Dana di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasaman Barat dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderator*. e-Jurnal Apresiasi Ekonomi. (Vol.2 No.1)
- Astutik Yenik Pujik. (2017). *Pengaruh Religiusitas, Lokasi, Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Keuangan Di Bmt Mitra Usaha Mulia Tempel*. Yogyakarta: Universitas Alma Ata
- Baharuddin. dkk. (2018). *Psikologi Agama dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN Malang Press
- Bamburg Jill. (2018). *Mencapai Skala mengembangkan bisnisimu tanpa menjual*. terj. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers

- Bank Syariah Indonesia. *Sejarah Perseroan*. https://www.ir-bankbsi.com/corporate_history.html , diakses 18 september 2021
- Bhimantra dkk. (2017). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah*. Bandung: Proceeding Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur dan Teknik Sipil (PESAT)
- Bungin, Burhan. (2016). *Metodologi Penelitian Sosial Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press
- Busro, Muhammad. (2018). *Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenada media Group
- Dagun. (2017). *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara
- Fandy, Tjiptono. Dkk. (2016). *Total Quality Manajement*. Edisi Revisi.
- Fitriani Rina. (2018). *Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Bank Syariah*. Tulungagung: IAIN Tulungagung
- G. S. Spinks. (2017). *Psychology and Religion*. London: Methuen and Company Ltd
- Ghozali, Imam. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali. (2018). *Objek dan Metode Penelitian*. repository.ekuitas.ac.id/bitstrea
- Hakim Mokhammad Alimul. (2016). *Pengaruh Religiusitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Pt. Median Realty Indonesia*, Tulungagung: IAIN Tulungagung
- Hamdi Asep, Saepul. dkk. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Cv Budy Utama
- Harmony. (2021). *Contoh Biaya Administrasi dan Cara Mudah Mencatatnya Dalam Akuntansi*. Jakarta: Harmony.co.id
- Hartini Putri. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Santri Memilih produk Perbankan Syariah*. Banda Aceh: Program Studi

Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

- Hermawan Iwan. (2019). *Teknik Menulis Karya Ilmiah Berbasis Aplikasi Dan Metodologi*. Karawang: Hidayatul Qur'an
- Husain Muslim, Abu bin Hajjaj Al-Qusyairi An-Naisaburi. (1993 M). *Shahih Muslim*, Kitab. Adz-Dzikh, Wad-Du'a, Wat-Taubah, Wal-Istighfar, Juz. 2, No. 2699, (Darul Fikri: Beirut-Libanon)
- Ismail. (2016). *Akuntansi Bank (teori dan aplikasi jdalam rupiah)*. Jakarta: Kencana
- Ismanato. *Jurnal Administrasi Bisnis*. (2020, Vol 6, No 2)
- Jabani, Muzayyanah. Tadjuddin. (2018). *Implikasi Manajemen Sumber Daya Manusia Berbasis Nilai Nilai Islami (Studi Pada Bank Muamalat Palopo)*. Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, Journal of Social-Religion Research (Vol 3, No.1)
- Juliansyah, Noor. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana
- Kasmir. (2016). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media
- Kasmir. (2017). *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kasmir. (2018). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana
- Kementerian Agama RI. (2020). *"Al-Qur'an dan Terjemahan"*, Semarang: Pt. Karya Toha Putra
- Kotler, Philip. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Cet. 11. Jakarta: Pt. Indeks
- Kotler, Philip. Dkk. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Prehalindo
- Moleong, Lexy J.(2016). *Metodologi Penuelitian Sosial Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press
- Mulikhah Lestari Alfi. (2016). *Pengaruh Religiusitas. Produk Bank. Kepercayaan. Pengetahuan. dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah*. Malang: Jurnal Ilmiah
- Nadhiroh Nila. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat di Indonesia Kantor Cabank Pembantu Tulungagung*. Tulungagung: IAIN Tulungagung
- Noor, Juliansyah. (2017). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana

- Nurani Yani, Sri. (2019). *Pengaruh Faktor Keagamaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah*. Cirebon: IAIN Syekh Nurjati
- Nurdin, Ismail. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia
- Oktari, Rasi dan M. Ishaq. *Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia*. <https://indonesiabaik.id/infografis/berdirinya-bank-syariah-indonesia> , diakses 18 september 2021
- Philip, kotler dan Gary Armstrong. (2016). *Prinsip –Prinsip Pemasaran*. (Terj. Arum) Jakarta: Prehalindo
- Philip, Kotler dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. (Terj. Bob Sabran)
- Priyanto, Duwi. (2017). *Cara Kilat Belajar Analisis dengan SPSS 20*. Yogyakarta: C.V Andi Offset
- Priyanto, Dwi. (2019). *Mandiri Belajar SPSS (statistical Product and Service Solution) untuk Analisis Data & Uji Statistik*. Yogyakarta: Mediakom
- Priyatno, Duwi. (2016). *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi Offset
- Putra. (2019). *Kreatif dan Inovatif : Pengertian, Ciri-ciri, dan Contoh Kreatifitas*. Yogyakarta: SALAMADIAN.Com.
- Rahmat, Jalaludin. (2019). *Psikologi Agama*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Rivai dkk. (2020). *slamic Banking & Finance” (Dari Teori ke Praktik Bank dan Keuangn Syariah Sebagai Solusi dan Bukan Alternatif)*. Yogyakarta: BPFE
- Santoso, Singgih. (2017). *Statistik Multivariat Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Sari, Febrina. (2018). *Metode Dalam Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: Cv Budi Utama
- Septiana Wulandari, Ika. (2018). *Analisis Pengaruh Religiusitas. Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Bank*

- Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*. Salatiga: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga
- Sinaga Enny, Keristiana. Dkk. *Statistika*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Siregar, Sofyan. (2019). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sudarmanto, R. Gunawan. (2016). *Statistik Terapan Berbasis Komputer dengan Program IMB SPSS Statistik 19*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Suharnan. (2017). *Psikologi Kognitif*. Surabaya: Srikandi
- Suryabrata, Sumadi. (2018). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Tajuddien, Rahadyan. (2016). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Produk dan Mutu Pelayanan Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Tjiptono, Fandi. (2016). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia, Yogyakarta
- Tweriza Nuandri, Vidya. dkk. (2018). *Hubungan Antara Sikap terhadap Religiusitas dengan Sikap terhadap Kecenderungan Perilaku Seks Pranikah pada Remaja Akhir yang Sedang Berpacaran di Universitas Airlangga Surabaya*. Surabaya: Fakultas Psikologi Universitas Airlangga. (vol.3 no.2)
- Umar, Husein. (2019). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Wahjono Sentot, Imam. (2020). *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: PT. Graha Ilmu
- Wahyudin, dkk. (2018). *Dimensi Religiusitas dan Pengaruhnya terhadap organizational citizenship behavior*. Purwokerto: Dosen Fakultas Ekonomi Univ. Jendral Soedirman
- Wal Fajri, Maizal dan Wahyu T. Rahmawati. dipublish 11 Desember 2020. *Merger Bank BUMN Syariah di Beri Nama Bank Syariah Indonesia (BSI)*. <https://keuangan.kontan.co.id/news/merger-bank-bumn-syariah-diberi-nama-bank-syariah-indonesia-bris>, diakses 18 september 2021
- Warkum, Sumitro. (2017). *Asas-asas Perbankan Syariah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada



Lampiran 1

PETUNJUK KUESIONER

Tulislah terlebih dahulu identitas anda pada bagian kolom yang sudah disediakan.

1. Isilah dengan jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda dengan memberikan tanda centang (✓) dari pertanyaan/ Pernyataan dibawah ini:

SS : Sangat setuju
S : Setuju
N : Netral
TS : Tidak setuju
STS : Sangat tidak setuju

2. Usahakan tidak ada jawaban atau tanda centang lebih dari satu dalam satu nomor

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Umur :
Jenis kelamin :
Pekerjaan :

DAFTAR PERNYATAAN

1. RELIGIUSITAS

RELIGIUSITAS (X₁)

RELIGIUSITAS (X ₁)						
NO	Pernyataan	Alternative Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Keyakinan Kepada Tuhan						
1.	Dengan melaksanakan ibadah sesuai ajaran Agama merupakan bentuk keyakinan kepada sang pencipta.					
2.	Bertakwa kepada sang pencipta berarti harus menjalankan dan menjauhi segala perintah maupun larangan-Nya					

5.	Prinsip yang dipedomani oleh Bank Syariah berdasarkan prinsip Syariah					
6.	Bank Syariah Indonesia selalu memberi keputusan yang bijak dalam membantu masalah yang dihadapi nasabah.					
Wewenang						
7.	Pimpinan Bank Syariah Indonesia selalu menaungi dengan sepenuh hati terhadap nasabahnya.					
8.	Pihak Bank Syariah Indonesia tidak semena-mena dalam menentukan keputusan bagi hasil dalam sistem kerja sama.					

TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASINYA



Lampiran 2



Lampiran 3


PEMERINTAH KABUPATEN LUWU UTARA
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
(DPMPTSP)
Jalan Simpursiang Kantor Gabungan Dinas No.27 Telp/Fax 0473-21536 Kode Pos 92961 Masamba

SURAT KETERANGAN PENELITIAN
Nomor : 18128/01158/SKP/DPMPTSP/VII/2021

Membaca	: Permohonan Surat Keterangan Penelitian an. Muh. Asdar beserta lampirannya.
Menimbang	: Rekomendasi Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Luwu Utara Nomor 070/218/VII/Bakesbangpol/2021 Tanggal 27 Juli 2021
Mengingat	: 1. Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementrian Negara; 2. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah; 3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2007 tentang Pembinaan dan Pengawasan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah; 4. Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu; 5. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian; 6. Peraturan Bupati Nomor 17 Tahun 2020 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Bupati Luwu Utara Nomor 11 Tahun 2018 tentang Pelimpahan Kewenangan Perizinan, Non Perizinan dan Penanaman Modal Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

MEMUTUSKAN

Menetapkan	: Memberikan Surat Keterangan Penelitian Kepada : Nama : Muh. Asdar Nomor : / 0 Telepon : Alamat : Des. Topa, Desa Tolada Kecamatan Malangke, Kab. Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan Sekolah / : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo Instansi : Judul : Pengaruh Religiusitas, Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa BSI (Bank Syariah Penelitian Indonesia) Masamba Lokasi : BSI Masamba, Kelurahan Baliase Kecamatan Masamba, Kab. Luwu Utara Provinsi Sulawesi Selatan Penelitian :
------------	--

Dengan ketentuan sebagai berikut

1. Surat Keterangan Penelitian ini mulai berlaku pada tanggal 27 Juli s/d 27 Oktober 2021.
2. Mematuhi semua peraturan Perundang-Undangan yang berlaku.
3. Surat Keterangan Penelitian ini dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila pemegang surat ini tidak mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surat Keterangan Penelitian ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya dan batal dengan sendirinya jika bertentangan dengan tujuan dan atau ketentuan berlaku.

Diterbitkan di : Masamba
Pada Tanggal : 30 Juli 2021


Kepala Dinas
NIP. 196604151098031007
DPMPTSP

Retribusi : Rp. 0,00
No. Seri : 18128

DPMPTSP
www.dpmptsp.luwuutara.go.id

Lampiran 4

BSI BANK SYARIAH INDONESIA
PT. Bank Syariah Indonesia Tbk KCP Masamba
Kemp. Ruko Pasar Sentral Masamba No. A13-A14
Kelurahan Balase, Kecamatan Masamba, Kabupaten
Luwu Utara, Sulawesi Selatan
Telepon : 0473-21254

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN
No. 1/918-03/8306

Assalamuallaikum Warahmatullahi Wabarakatuh ..
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eka Nelsi Handayani
Jabatan : Branch Operational & Service Manager
Perusahaan : PT. Bank Syariah Indonesia KCP Masamba
Alamat : Jl. Muh. Hatta Ruko Pasar Sentral Masamba No. A13-A14 Kab. Luwu Utara
Telp : (0473) 21247.

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Muh. Asdar
Nim : 16-0402-0207
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi Bisnis Islam

Adalah benar telah melakukan penelitian berjudul **PENGARUH RELIGIUSITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI KASUS PADA BANK BSI MASAMBA)** sejak tanggal 19 Juli 2021 sampai dengan 30 Juli 2021.

Demikian surat keterangan ini disampaikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Masamba, 05 Agustus 2021


Eka Nelsi Handayani
Branch Operational & Service Manager

Lampiran 5

HASIL KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH RELIGIUSITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA
BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KCP MASAMBA

Responden	DATA RESPONDEN													
	RELIGIUSITAS							PRODUK						
	(X1)							(X2)						
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Tota l X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Tota l X2
1	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	5	5	5	27
2	5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	4	5	4	26
3	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	4	4	4	26
7	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24
8	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24
9	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24
10	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	5	29
11	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	4	4	5	27
12	5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	4	5	4	26
13	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
14	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24
15	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	4	4	4	25
16	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	4	4	5	27
17	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
18	5	4	5	5	4	3	26	4	4	4	4	4	4	24
19	5	4	4	3	4	5	25	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	5	2	5	5	25	5	5	4	4	5	5	28
21	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	3	3	3	4	21	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	3	5	5	5	26	5	4	5	5	4	5	28
24	2	4	4	4	4	4	22	5	4	5	5	4	5	28
25	4	4	5	3	4	5	25	5	4	5	5	4	5	28
26	3	4	4	5	4	4	24	4	4	5	4	4	4	25
27	5	4	5	4	5	5	28	4	5	4	5	4	5	27
28	4	5	5	4	4	5	27	5	5	5	5	5	5	30
29	5	5	5	5	5	4	29	4	5	4	5	4	4	26
30	4	4	5	4	4	5	26	4	5	4	4	5	4	26
31	5	5	5	5	5	4	29	4	4	4	4	4	5	25
32	4	4	4	5	5	4	26	4	4	4	5	4	4	25
33	5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	4	5	5	27
34	4	5	5	5	4	5	28	4	5	4	5	3	5	26
35	5	5	4	5	5	4	28	4	4	4	4	3	4	23
36	4	4	5	4	5	5	27	4	5	4	4	3	5	25

[illegible]

19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	3	4	3	4	5	5	4	4	32
23	5	4	5	4	5	5	4	5	37
24	5	4	5	4	5	5	4	5	37
25	5	4	5	5	5	4	5	5	38
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	3	4	4	4	4	4	4	4	31
32	5	5	4	4	4	4	5	4	35
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	4	3	4	4	4	4	3	4	30
35	4	5	4	5	4	5	4	4	35
36	5	4	4	5	4	4	4	4	34
37	5	5	4	4	5	5	5	4	37
38	5	5	5	5	4	4	4	4	36
39	4	5	5	4	4	4	3	3	32
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
43	5	5	5	5	4	5	5	5	39
44	4	4	4	4	4	4	4	4	32
45	3	4	3	3	4	3	3	3	26
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	3	4	4	4	4	4	3	4	30
48	4	4	4	4	5	5	5	5	36
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	4	5	5	4	4	4	4	4	34

Lampiran 6

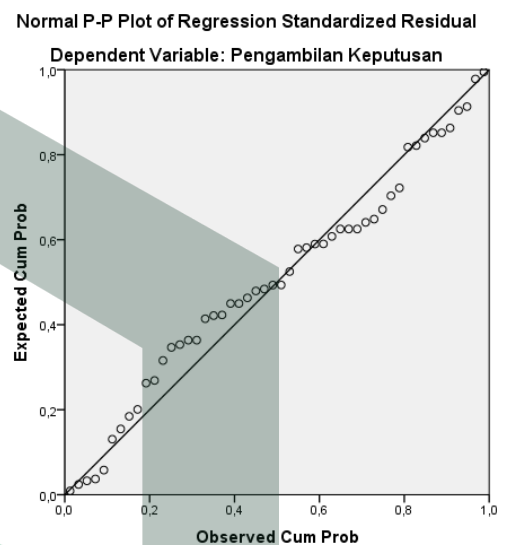
HASIL UJI SPSS PENGARUH RELIGIUSITAS, PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KCP MASAMBA

Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,36442589
Most Extreme Differences	Absolute	,102
	Positive	,087
	Negative	-,102
Test Statistic		,102
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.



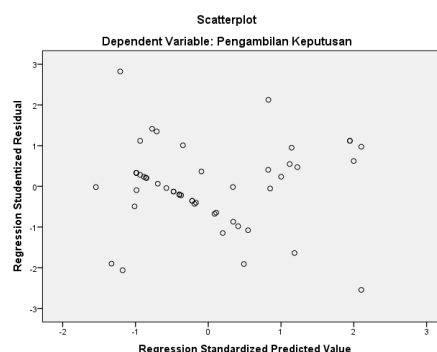
Multikoloniartitas

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,962	5,975		1,333	,189		
	Religiusitas	,056	,130	,047	3,426	,003	,971	1,030
	Produk	,543	,165	,378	3,283	,002	,906	1,104
	Pelayanan	,297	,078	,442	3,794	,000	,885	1,130

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Heterokedastisitas



Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,962	5,975		1,333	,189
	Religiusitas	,056	,130	,047	3,426	,003
	Produk	,543	,165	,378	3,283	,002
	Pelayanan	,297	,078	,442	3,794	,000

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Uji f ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	220,945	3	73,648	12,367	,000 ^b
	Residual	273,935	46	5,955		
	Total	494,880	49			

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Religiusitas, Produk

Determinasi (R square)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,668 ^a	,446	,410	2,44031

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Religiusitas, Produk

Linear Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,962	5,975		1,333	,189
	Religiusitas	,056	,130	,047	3,426	,003
	Produk	,543	,165	,378	3,283	,002
	Pelayanan	,297	,078	,442	3,794	,000

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Validitas Correlations

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	Religiusitas
x1.1	Pearson Correlation	1	,604**	,385**	,379**	,404**	,500**	,799**
	Sig. (2-tailed)		,000	,006	,007	,004	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
x1.2	Pearson Correlation	,604**	1	,204	,354*	,141	,370**	,633**
	Sig. (2-tailed)	,000		,156	,012	,330	,008	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
x1.3	Pearson Correlation	,385**	,204	1	,301*	,483**	,315*	,663**
	Sig. (2-tailed)	,006	,156		,034	,000	,026	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
x1.4	Pearson Correlation	,379**	,354*	,301*	1	,476**	,134	,676**
	Sig. (2-tailed)	,007	,012	,034		,000	,353	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
x1.5	Pearson Correlation	,404**	,141	,483**	,476**	1	,257	,693**
	Sig. (2-tailed)	,004	,330	,000	,000		,072	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
x1.6	Pearson Correlation	,500**	,370**	,315*	,134	,257	1	,608**
	Sig. (2-tailed)	,000	,008	,026	,353	,072		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Religiusitas	Pearson Correlation	,799**	,633**	,663**	,676**	,693**	,608**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

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

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

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	Produk
x2.1	Pearson Correlation	1	,417**	,386**	,254	,293*	,408**	,641**
	Sig. (2-tailed)		,003	,006	,075	,039	,003	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
x2.2	Pearson Correlation	,417**	1	,154	,333*	,293*	,572**	,641**
	Sig. (2-tailed)	,003		,285	,018	,039	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
x2.3	Pearson Correlation	,386**	,154	1	,456**	,594**	,454**	,731**
	Sig. (2-tailed)	,006	,285		,001	,000	,001	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
x2.4	Pearson Correlation	,254	,333*	,456**	1	,394**	,583**	,714**
	Sig. (2-tailed)	,075	,018	,001		,005	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50

x2.5	Pearson Correlation	,293 [*]	,293 [*]	,594 ^{**}	,394 ^{**}	1	,342 [*]	,712 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,039	,039	,000	,005		,015	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
x2.6	Pearson Correlation	,408 ^{**}	,572 ^{**}	,454 ^{**}	,583 ^{**}	,342 [*]	1	,785 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,001	,000	,015		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Produk	Pearson Correlation	,641 ^{**}	,641 ^{**}	,731 ^{**}	,714 ^{**}	,712 ^{**}	,785 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

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

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



Correlations

[illegible]

x3.9	Pearson Correlation	,544**	,662**	,726**	,645**	,556**	,614**	,850**	,756**	1	,747**	,877**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
x3.10	Pearson Correlation	,623**	,512**	,610**	,606**	,457**	,621**	,728**	,721**	,747**	1	,814**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Pelayanan	Pearson Correlation	,709**	,772**	,788**	,847**	,767**	,843**	,907**	,806**	,877**	,814**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

Correlations

		y1.1	y1.2	y1.3	y1.4	y1.5	y1.6	y1.7	y1.8	Keputusan
y1.1	Pearson Correlation	1	,496**	,762**	,678**	,440**	,529**	,634**	,628**	,840**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y1.2	Pearson Correlation	,496**	1	,538**	,586**	,342*	,422**	,447**	,226	,642**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,015	,002	,001	,114	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y1.3	Pearson Correlation	,762**	,538**	1	,661**	,379**	,503**	,428**	,619**	,787**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,007	,000	,002	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y1.4	Pearson Correlation	,678**	,586**	,661**	1	,413**	,548**	,541**	,590**	,802**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,003	,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y1.5	Pearson Correlation	,440**	,342*	,379**	,413**	1	,710**	,554**	,596**	,702**
	Sig. (2-tailed)	,001	,015	,007	,003		,000	,000	,000	,000

	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y1.6	Pearson Correlation	,529**	,422**	,503**	,548**	,710**	1	,612**	,744**	,813**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y1.7	Pearson Correlation	,634**	,447**	,428**	,541**	,554**	,612**	1	,703**	,801**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,002	,000	,000	,000		,000	,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
y1.8	Pearson Correlation	,628**	,226	,619**	,590**	,596**	,744**	,703**	1	,827**
	Sig. (2-tailed)	,000	,114	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Keputusan	Pearson Correlation	,840**	,642**	,787**	,802**	,702**	,813**	,801**	,827**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

X1

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,766	6

X2

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,796	6

Reabilitas

X3

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,942	10

Y

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,907	8

Lampiran 7

TIM VERIFIKASI NASKAH SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PALOPO NOTA DINAS

Lampiran :
Hal : Skripsi an. Muh. Asdar
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di
Palopo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Tim Verifikasi Naskah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo setelah menelaah naskah skripsi sebagai berikut:

Nama : Muh. Asdar
NIM : 16 0402 0207
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Religiusitas Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba

menyatakan bahwa penulisan naskah skripsi tersebut

1. Telah memenuhi ketentuan sebagaimana dalam *Buku Pedoman Penulisan Skripsi, Tesis dan Artikel Ilmiah* yang berlaku pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
2. Telah sesuai dengan kaidah tata bahasa sebagaimana diatur dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

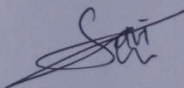
Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Tim Verifikasi

1. Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc
Tanggal : 19 Januari 2022

()

2. Purnamasari, S.E.
Tanggal : 27 Januari 22

()

Lampiran 8

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lamp : -

Hal : Skripsi

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Di-

Palopo

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini :

Nama	:	Muh. Asdar
NIM	:	16 0402 0207
Prodi	:	Perbankan Syariah
Judul Skripsi	:	“Pengaruh Religiusitas, Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba”

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pembimbing I

Dr. Takdir, SH., M.H.

Tanggal :

Pembimbing II

Ilham, S.Ag. M.A

Tanggal :

Lampiran 9

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan saksama skripsi berjudul: Pengaruh Religiusitas, Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba yang ditulis oleh:

Nama : Muh. Asdar
Nim 16 0402 0207
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing I



Dr. Takdir, SH., M.H.

Tanggal:

Pembimbing II



Ilham, S.Ag., M.A.

Tanggal:

Lampiran 10

NOTA DINAS PENGUJI

Lamp : -

Hal : Skripsi

Yth. **Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo**

Di-

Palopo

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa di bawah ini :

Nama	:	Muh. Asdar
NIM	:	16 0402 0207
Prodi	:	Perbankan Syariah
Judul Skripsi	:	“Pengaruh Religiusitas, Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba”

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Penguji I



Dr. Mahadi Shaleh, M.Si.

Tanggal :

Penguji II



Megasari, S.Pd., M.Sc.

Tanggal :

Lampiran 11

PERSETUJUAN PENGUJI

Setelah menelaah dengan saksama skripsi berjudul: Pengaruh Religiusitas, Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba yang ditulis oleh:

Nama : Muh. Asdar
Nim 16 0402 0207
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Penguji I

Penguji II



Dr. Mahadih Shaleh, M.Si.

Tanggal:



Megasari, S.Ed., M.Sc.

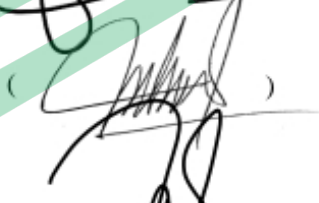
Tanggal:

Lampiran 12

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Pengaruh Religiusitas, Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Masamba, yang ditulis oleh Muh.Asdar, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 16 0402 0207, Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah di ujiankan dalam seminar hasil penelitian pada hari Rabu, tanggal 22 Desember 2021, telah di perbaiki sesuai catatan dan permintaan tim penguji, dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
Ketua Sidang ()
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.
Sekretaris Sidang ()
3. Dr. Mahadi Shaleh, M.Si.
Penguji I ()
4. Megasari, S.Pd., M.Sc.
Penguji II ()
5. Dr. Takdir, SH., M.H.
Pembimbing I/Penguji ()
6. Ilham, S.Ag., M.A.
Pembimbing II/Penguji ()

Lampiran 13



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Bitti No. Balandai Kota Palopo Telp (0471) 22076
E-mail: febi@iainpalopo.ac.id Website: https://febi.iainpalopo.ac.id

BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH

Pada hari ini Selasa tanggal 08 bulan Februari tahun 2022 telah dilaksanakan Ujian Munaqasyah mahasiswa (i):

Nama : Muh. Asdar
NIM : 16 0402 0207
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Religiusitas, Produk dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah menggunakan Jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba

Dinyatakan **LULUS UJIAN / TIDAK LULUS** dengan **NILAI 97**.....dan masa perbaikan..... pekan/bulan.

Dengan Hasil Ujian:

☒	Skripsi diterima tanpa perbaikan
☐	Skripsi diterima dengan perbaikan
☐	Skripsi ditolak dan seminar ulang

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M (Ketua Sidang/Penguji) ()
2. Dr. Mahadin Shaleh, M.Si (Penguji I) ()
3. Megasari, S.Pd., M.Sc (Penguji II) ()
4. Dr. Takdir, S.H., M.H (Pembimbing I/ Penguji I) ()
5. Ilham, S.Ag., M.A (Pembimbing II/ Penguji II) ()

Lampiran 14

RIWAYAT HIDUP



Muh. Asdar, Lahir di kota Palopo tanggal 05 Juni 1998. Penulis merupakan anak pertama dari enam bersaudara dari pasangan Darmawan dan Hasna. Saat ini penulis bertempat tinggal di Desa To'lada, Kecamatan Malangke, Kabupaten Luwu Utara. Penulis pertama kali masuk pendidikan di SD Negeri 139 To'lada pada tahun 2004 dan tamat pada tahun 2010. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 2 Malangke dan tamat pada tahun 2013. Setelah tamat di SMP, Penulis melanjutkan di SMA Negeri 1 Palopo pada tahun 2013 dan tamat pada tahun 2016. Setelah lulus di SMA Negeri 1 Palopo pada tahun 2016, penulis melanjutkan pendidikan S1 di program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Kota Palopo. Pada akhirnya penulis membuat tugas akhir Skripsi untuk menyelesaikan pendidikan S1 dengan judul Skripsi: **"Pengaruh Religiusitas, Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Masamba"**. Penulis berharap dapat melanjutkan pendidikan ke jenjang selanjutnya dan meraih cita-cita yang di impikan, Aamiin. Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sungguh-sungguh sesuai dengan perjalanan hidup penulis.

Contact Person Penulis: *muh_asdar_mhs@iainpalopo.ac.id*