

**PENGARUH PERSEPSI, PENGETAHUAN, DAN
RELIGIUSITAS NASABAH TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN PRODUK TABUNGAN PADA BSI CABANG
TOMONI**

Skripsi

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



Oleh

Indriani Kurnia Saputri

18 0402 0046

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

**PENGARUH PERSEPSI, PENGETAHUAN, DAN
RELIGIUSITAS NASABAH TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN PRODUK TABUNGAN PADA BSI CABANG
TOMONI**

Skripsi

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



Oleh

Indriani Kurnia Saputri

18 0402 0046

Pembimbing:

Jibria Ratna Yasir, SE., M.Si.

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

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Indriani Kurnia Saputri
NIM : 18 0402 0046
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi/tesis 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/tesis 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, 10 Oktober 2022

Yang membuat pernyataan,



Indriani Kurnia Saputri

NIM: 18 0402 0046

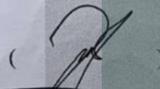
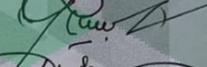
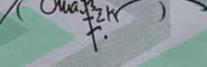
HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, dan Religiusitas Nasabah terhadap Keputusan Menggunakan Produk Tabungan pada BSI Cabang Tomoni yang ditulis oleh Indriani Kurnia Saputri Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 18 0402 0046, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Jum'at, 02 Desember 2022 Miladiyah bertepatan dengan 08 Jumaidil Awal 1444 Hijriyah telah diperbaiki sesuai cacatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 18 Januari 2023

TIM PENGUJI

- | | | |
|---|-------------------|---|
| 1. Dr. Takdir. S.H., M.H | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A | Sekretaris sidang | () |
| 3. Burhan Rifuddin, S.E., M.M | Penguji I | () |
| 4. Arzalsyah, S.E., M.Ak | Penguji II | () |
| 5. Jibria Ratna Yasir, S.E., M.Si | Pembimbing | () |

Mengetahui:

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

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah


Dr. Takdir. S.H., M.H
NIP. 19790724 200312 1 002


Hendra Safri, S.E., M.M
NIP. 19861020 201503 1 001

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ

أَجْمَعِينَ. (اما بعد)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, dan Religiusitas Nasabah Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Tabungan Pada BSI Cabang Tomoni” setelah melalui proses yang panjang.

Sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw, kepada para keluarga, sahabat dan para pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri Palopo. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun, dengan ketabahan dan ketekunan yang disertai dengan doa, petunjuk, masukan, dan bantuan dari berbagai pihak, Alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan meskipun dengan banyak kekurangan didalamnya. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Wakil Rektor I, II, dan III IAIN Palopo.
2. Dr. Takdir, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo beserta Bapak/Ibu Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
3. Hendra Safri, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah di IAIN Palopo beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Jibria Ratna Yasir, S.E., M.Si. selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Burhan Rifuddin, S.E., M.M dan Arzalsyah, SE., M.Ak. selaku penguji I dan penguji II yang telah banyak memberi arahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Zainuddin S, S.E., M.Ak. selaku Dosen Penasehat Akademik.
7. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Perpustakaan IAIN Palopo, beserta segenap karyawan dan Karyawati dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
9. Manager Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Tomoni beserta Staf yang telah memberikan izin dan bantuan dalam melakukan penelitian.
10. Terkhusus kepada kedua orang tuaku tercinta ayahanda M. Idris Supu dan ibunda Sukarimah M.Z, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan

penyuh kasih sayang sejak kecil hingga saat ini, dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya, serta senantiasa menghaturkan doa yang tak henti-hentinya selalu mengalir dalam hela nafasnya. Penulis sadar tidak akan mampu membalas semua itu, hanya doa yang dapat penulis panjatkan untuk ayah dan ibu, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, memberikan umur yang panjang untuk mereka berdua. Terima kasih ayah dan ibu atas segala doa dan dukungan untuk anakmu ini. Semoga senantiasa diberikan kesehatan dan selalu berada di limpahan kasih sayangnya. Aamiin.

13. Untuk adikku Ikram Adi Surya yang selama ini selalu membantu dan mendoakanku.
12. Untuk sahabat- sahabatku tercinta Ulul Azmi, Fitri Handayani, Fatmawati yang menemani sejak awal perkuliahan sampai tahap ini. Dan untuk indiana yang selalu menemani saat-saat penyelesaian akhirku, selalu mendengar semua keluh kesah susah maupun senang, dan yang selalu memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
13. Teman- teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo angkatan 2018 (khususnya kelas B), terimakasih untuk kebersamaannya selama masa kuliah.
14. Teman-teman KKN desa manunggal kecamatan Tomoni Timur, Kabupaten Luwu Timur angkatan XL Iain Palopo.
15. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

13. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all.*

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dalam rangka kemajuan dalam bidang perbankan khususnya perbankan syariah dan menjadi salah satu wujud kontribusi penulis dan bermanfaat bagi yang membutuhkan serta dapat bernilai ibadah disisi Allah Swt. Aamiin

Palopo, 10 Mei 2022

Penulis



Indriani Kurnia Saputri

Nim 18 0402 0046



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	-	-
ب	Ba	b	Be
ت	Ta	t	Te
ث	S\`a	s\`	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	H}a	h}	ha (dengan titik di
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Z\`al	z\`	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	S}ad	s}	es (dengan titik di
ض	D}ad	d}	de (dengan titik di
ط	T}a	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	Z}a	z}	zet (dengan titik di
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
هـ	Ha	h	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia 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
َ	<i>fathah</i>	a	a
ِ	<i>kasrah</i>	i	i
ُ	<i>dammah</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
َـي	<i>Fathah dan ya'</i>	ai	a dan i
َـو	<i>Fathah dan wau</i>	au	a dan u

Dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوْلٌ : *hauLa*

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...	<i>Fathah dan alif atau ya'</i>	ā	a dan garis di atas
إِ	<i>Kasrah dan ya'</i>	ī	I dan garis di atas
أُ	<i>Dammah dan wau</i>	ū	U dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *mata*

رَمَى : *rama*

قِيلَ : *qila*

يَمُوتُ : *yamutu*

4. Ta' marbutah

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

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata

yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudhah al-athfal*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madinah al-fadhilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydid)

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

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbana*

نَجَّيْنَا : *najjaina*

الْحَقُّ : *al-haqq*

نُعِمْ : *nu'ima*

عُدُّوْ : *'aduwwun*

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ى), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi i.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

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

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah*(*az-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-biladu*

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'muruna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

مُورْتٌ : *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 perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'an*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fi Zilal al-Qur'an

Al-Sunnah qabl al-tadwin

9. Lafz al-Jalalah (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللهِ *dinullah*

بِالله *billah*

Adapun *ta' marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللهِ *hum fi rahmatillah*

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 maa Muhammadun illaa rasuul

Inna awwala baitin wudi 'a linnaasi lallazii bi Bakkata mubaarakan

Syahru Ramadhaan al-lazii unzila fi h al-Qur'aan

Nashiir al-Diin al-Thuusii

Abuu Nashr al-Faraabii

Al-Gazaali

Al-Munqiz min al-Dhalaal

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu> (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu

harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abu al-Walid Muhammad ibn Rusyd, ditulismenjadi: Ibnu Rusyd, Abu al
Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abu al-Wali d Muhammad Ibnu)
Nasr Hamid Abu Zaid, ditulismenjadi: Abu Zaid, Nasr Hamid (bukan: Zaid,
Nasr Hamid Abu)

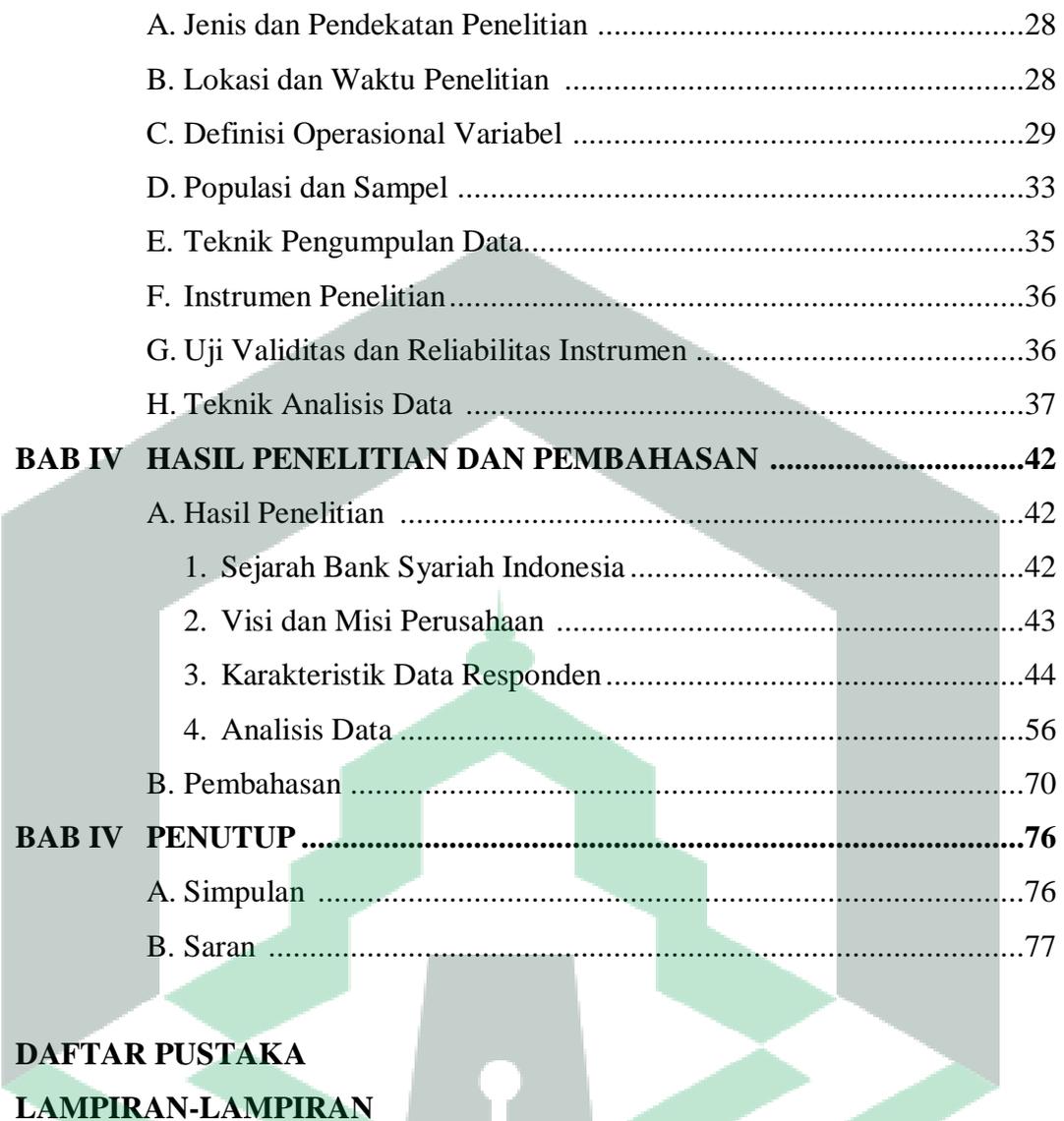
B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>shubhanahu wa ta'ala</i>
saw.	=	<i>shallallahu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al-salam</i>
H	=	Hijrah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
Wr.	=	<i>Warahmatullaahi</i>
Wb.	=	<i>Wabarakaatuh</i>
l.	=	Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w.	=	Wafat tahun
QS .../...: 4	=	QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imraan/3: 4

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	ix
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR AYAT	xix
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR/BAGAN	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
ABSTRAK	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI	8
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	8
B. Kajian Teori	10
1. Persepsi	10
2. Pengetahuan	15
3. Religiusitas	18
4. Keputusan	22
C. Kerangka Pikir	25
D. Hipotesis Penelitian	27
BAB III METODE PENELITIAN	28



A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	28
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	28
C. Definisi Operasional Variabel	29
D. Populasi dan Sampel	33
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Instrumen Penelitian.....	36
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	36
H. Teknik Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Hasil Penelitian	42
1. Sejarah Bank Syariah Indonesia	42
2. Visi dan Misi Perusahaan	43
3. Karakteristik Data Responden	44
4. Analisis Data	56
B. Pembahasan	70
BAB IV PENUTUP	76
A. Simpulan	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR AYAT

Kutipan ayat 1 QS Al-Baqarah/2:275	18
--	----



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	30
Tabel 3.2 Skala Likert	36
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	44
Tabel 4.2 Usia.....	45
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4.4 Tabel Skala Likert	47
Tabel 4.5 Uji Validitas	57
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
Tabel 4.8 Uji Normalitas.....	62
Tabel 4.9 Uji Linearitas	63
Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 4.12 Uji T Parsial.....	67
Tabel 4.13 Uji F Simultan.....	69
Tabel 4.14 Koefisien Determinasi (R Square)	70

DAFTAR GAMBAR/BAGAN

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pikir	25
Gambar 4.1 Scatterplot	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kisi-kisi Instrumen Penelitian

Lampiran 2 Data Responden

Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik

Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis

Lampiran 7 Diagram persentase Pengaruh Tiap Indikator

Lampiran 8 Surat Izin Penelitian



ABSTRAK

Indriani Kurnia Saputri, 2022. “*Pengaruh Persepsi Pengetahuan dan Religiusitas Nasabah Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Tabungan Pada BSI Cabang Tomoni* ”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibawah bimbingan Jibria Ratna Yasir, SE., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi pengetahuan dan religiusitas terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan survey. Teknik pengumpulan datanya yaitu dengan metode kuisioner. Sampel yang diteliti yakni sebanyak 100 responden dengan menggunakan rumus Lemeshow. Untuk pengujian instrumen menggunakan uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Sedangkan untuk teknik analisis datanya menggunakan metode analisis regresi linear berganda karena variabel yang digunakan lebih dari dua variabel. Dan untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t, uji f dan determinasi Rsquare. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi (X1), pengetahuan (X2), dan religiusitas (X3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni (Y). dari perhitungan uji t diketahui bahwa secara parsial variabel persepsi, pengetahuan, dan religiusitas berpengaruh terhadap variabel keputusan penggunaan dan pada uji f diperoleh $f_{hitung} = 67,371$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Selain itu nilai Adjusted R2 sebesar 0,678 yang berarti besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah 67,8% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Persepsi, Pengetahuan, Religiusitas, Keputusan Penggunaan

ABSTRACT

Indriani Kurnia Saputri, 2022. "*The Influence of Knowledge Perceptions and Religiosity of Customers on Decisions to Use Savings Products at BSI Tomoni Branch*". Thesis of Islamic Banking Study Program Faculty of Economics and Islamic Business Palopo State Islamic Institute. Supervised by Jibria Ratna Yasir, SE., M.Sc.

This study aims to determine how the effect of knowledge perception and religiosity on the decision to use savings products at BSI Tomoni branch either partially or simultaneously. This research is a quantitative research with a survey approach. The data collection technique is the questionnaire method. The sample studied was 100 respondents using the Lemeshow formula. For testing the instrument using validity, reliability, and classical assumption tests. As for the data analysis technique using multiple linear regression analysis method because the variables used are more than two variables. And for hypothesis testing using t test, f test and determination of Rsquare. The results showed that the variables of perception (X1), knowledge (X2), and religiosity (X3) simultaneously influenced the decision to use savings products at BSI Tomoni branch (Y). From the calculation of the t-test, it is known that partially perception, knowledge, and religiosity variables affect the use decision variables and in the f-test obtained fcount = 67.371 with a significance of 0.000 < 0.05. In addition, the value of Adjusted R2 is 0.678, which means the magnitude of the influence of the independent variable on the dependent variable is 67.8% while the rest is influenced by other factors that cannot be explained in this study.

Keywords: Perception, Knowledge, Religiosity, Decision to Use



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang operasional dan produknya didasarkan pada ajaran Al-Qur'an dan Hadits. Bank Syariah di Indonesia termasuk dalam Lembaga Keuangan Syariah (LKS).¹ Bank syariah terdiri dari beberapa jenis bank yakni Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, dan mereka menggerakkan kegiatan usahanya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Perbankan sesuai dengan prinsip islam diatur dalam ketentuan Pasal 1 (8) UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Undang-undang ini mencakup aturan-aturan perjanjian menurut hukum Islam mengenai penyimpanan dana dan/atau pembiayaan usaha dan juga kegiatan lain yang dianggap sesuai dengan hukum islam antara bank dengan pihak lain. Diantaranya adalah *mudharabah* (pembiayaan bagi hasil), *musyarakah* (pembiayaan penyertaan modal), *murabahah* (jual beli barang prinsip keuntungan), *ijarah* (pembiayaan barang modal dengan prinsip sewa saja tidak dengan kemungkinan pengalihan hak), serta *ijarah wa iqtina* (pembiayaan yang terdapat kemungkinan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa

¹ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah Edisi Revisi ke-2* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011), hal. 15.

dari bank kepada pihak lain).²

Sistem perbankan syariah menawarkan sistem perbankan alternatif yang bermanfaat untuk masyarakat dan juga bank, menekankan nilai keadilan didalam perdagangan dan investasi, dan beroperasi sesuai dengan sistem bagi hasil yang lebih menekankan pada nilai kebersamaan dan persaudaraan masyarakat dalam memproduksi, serta menahan diri dari kegiatan spekulatif dalam transaksi keuangan.

Pengembangan layanan Bank Syariah bertujuan untuk memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada masyarakat dan memberikan kontribusi yang sebesar-besarnya bagi perekonomian nasional. Oleh karena itu, Bank Umum Syariah Nasional senantiasa mengacu pada rencana strategis lainnya termasuk API (Arsitektur Perbankan Indonesia), ASKI (Arsitektur Sistem Keuangan Indonesia), RPJMN (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional), serta RPJPN (Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional). Oleh karena itu, upaya untuk mendukung implementasi rencana strategis yang lebih besar di tingkat nasional merupakan bagian dari upaya pengembangan perbankan syariah.

Dengan diterbitkan dan berlakunya UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah pada tanggal 16 Juli 2008, perkembangan Industri Perbankan Syariah di seluruh tanah air kini telah memiliki landasan hukum

² Muhammad Zuhirsyam dan Nurlinda, “Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah”, Jurnal Al-Amwal Vol.10, No 1 (2018), hal. 49. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/amwal/article/download/2812/1594&ved=2ahUKEwi0r-HJvLb1AhUhSGwGHWt5CzEQFn0ECBkQAQ&usg=AOvVaw3ONT-vMeEFTO2xckbuYsOn>

untuk lebih mempercepat dan memfasilitasi pertumbuhan yang lebih cepat pula.

Perumusan *Grand Strategy* pengembangan pasar perbankan syariah sebagai strategi pengembangan pasar yang komprehensif, yang juga mencakup beberapa aspek strategis, citra perbankan syariah secara menyeluruh dan universal, dan deskripsi pasar yang lebih akurat, serta pengembangan produk yang lebih beragam, layanan yang lebih baik, dan strategi komunikasi baru, merupakan salah satu langkah nyata untuk memajukan perbankan syariah di Indonesia.³

Bank syariah beroperasi di bawah prinsip dan sistem yang berbeda dari bank konvensional. Perbedaan utama mereka adalah bagaimana mereka menghasilkan keuntungan. Bank konvensional menganut sistem suku bunga, sedangkan bank syariah menganut prinsip bagi hasil.⁴ Bank syariah melakukan tugas yang tidak jauh berbeda dari bank konvensional dalam hal fungsi utamanya. Dengan kata lain, ia menghimpun dana masyarakat dan kemudian mendistribusikannya kembali kepada masyarakat.⁵

Perkembangan bank syariah di Indonesia saat ini telah mengalami kemajuan yang cukup pesat, diantaranya yaitu tersedianya berbagai macam produk - produk perbankan syariah, hingga banyaknya kantor cabang bank syariah di Indonesia. Ini tentunya dapat menyebabkan meningkatnya minat masyarakat

³ Otoritas Jasa Keuangan, "Bank Syariah", 2017, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Bank-Syariah.aspx>. (Diakses pada 10 Desember 2021, pukul 14.27).

⁴ M. Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani, 2001), hal. 34.

⁵ Kasmir, *Manajemen Perbankan Edisi Revisi ke-10* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hal. 11.

untuk menggunakan layanan perbankan syariah. Namun dengan kemajuan tersebut, masih tetap menjadikan timbulnya persaingan diantara kedua bank tersebut. Kedua bank ini berlomba-lomba untuk terus mengembangkan produk dan layanannya serta terus berusaha untuk menarik minat masyarakat agar tetap bertahan menggunakan produk dan layanan dari masing-masing bank tersebut.

Bank syariah harus dapat lebih menarik minat banyak masyarakat dengan lebih memperhatikan faktor perilaku masyarakat yang dipengaruhi oleh faktor keluarga, masyarakat, pekerjaan, gaya hidup serta budaya.⁶

Sampai saat ini, persepsi masyarakat luas mengenai Bank Syariah masih sangat beragam. Beragam persepsi tersebut muncul karena adanya perbedaan pemahaman dan pengetahuan masyarakat akan bank syariah. Ada beberapa orang yang beranggapan dalam Bank Syariah mereka akan tetap menerima bunga bank seperti pada Bank Konvensional, ada juga sebagian masyarakat yang sudah mengetahui tentang prinsip bagi hasil dan sangat menjauhi prinsip bunga bank sehingga memilih menggunakan layanan Bank Syariah, namun ada juga orang yang sudah paham tentang larangan bunga bank namun tetap memilih untuk menggunakan jasa Bank Konvensional. Hal ini tentu tidak terlepas dari faktor Religiusitas masyarakat tersebut. Meskipun sudah seharusnya bahwa masyarakat yang beragama islam untuk lebih menekankan kepatuhan dan ketaatan mereka terhadap prinsip syariah agar dapat lebih

⁶ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Prenada Media Group, 2013), hal.12.

mendekatkan diri kepada kebaikan dan menjauhi segala yang dilarang dalam syariah islam.

Beragam persepsi di lingkungan masyarakat ini tentunya ditimbulkan oleh banyak faktor, diantaranya yaitu disebabkan oleh perbedaan pengetahuan serta pemahaman masyarakat akan Bank Syariah. Faktor Religiusitas masyarakat juga bisa termasuk dalam faktor yang menyebabkan timbulnya berbagai persepsi tentang Bank Syariah di kalangan masyarakat. Kualitas akhlak, akidah dan syariah juga sangat dipengaruhi oleh tingkat Religiusitas seseorang.⁷

Meskipun bank syariah mengalami kemajuan yang sangat pesat, namun Bank Konvensional saat ini bisa dikatakan masih mendominasi jika dibandingkan dengan Bank Syariah, baik dalam hal produk, jasa, maupun jumlah kantor cabang bank, dimana kantor cabang Bank Konvensional terdapat di hampir semua kawasan sedangkan Bank Syariah kebanyakan hanya terletak di kawasan perkotaan saja. Hal ini tentunya juga mempengaruhi minat masyarakat akan penggunaan produk dan layanan di bank syariah.

Berdasarkan berbagai uraian permasalahan diatas, maka penulis akan membahas lebih mendalam tentang hal-hal yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk tabungan pada Bank Syariah Indonesia dengan mengangkat judul “Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, dan Religiusitas Nasabah terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI Cabang Tomoni”.

⁷ Jalaludin, *Psikologi Agama* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hal. 15.

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

B. Rumusan Masalah

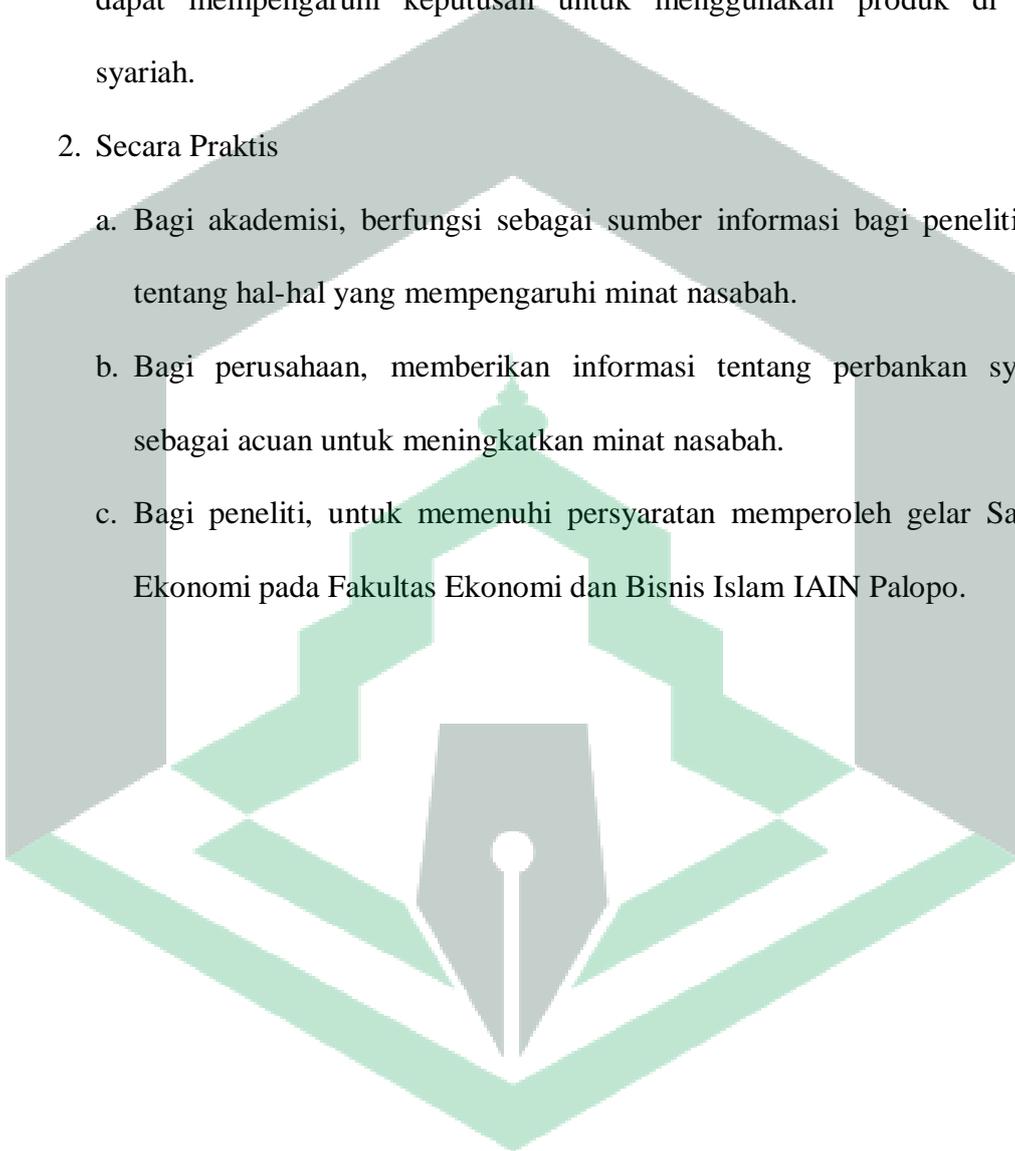
1. Apakah persepsi berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada Bank Syariah?
2. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada Bank Syariah?
3. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada Bank Syariah?
4. Apakah persepsi, pengetahuan dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada Bank Syariah?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah persepsi berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada Bank Syariah.
2. Untuk mengetahui apakah pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada Bank Syariah.
3. Untuk mengetahui apakah religiusitas berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada Bank Syariah.
4. Untuk mengetahui apakah persepsi, pengetahuan dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada Bank Syariah.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis diharapkan dapat memberikan wawasan dari perspektif ekonomi Islam tentang bagaimana persepsi, pengetahuan, dan religiusitas dapat mempengaruhi keputusan untuk menggunakan produk di bank syariah.
2. Secara Praktis
 - a. Bagi akademisi, berfungsi sebagai sumber informasi bagi peneliti lain tentang hal-hal yang mempengaruhi minat nasabah.
 - b. Bagi perusahaan, memberikan informasi tentang perbankan syariah sebagai acuan untuk meningkatkan minat nasabah.
 - c. Bagi peneliti, untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda (2018) dalam Jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan Religiusitas dan Persepsi nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih Bank Syariah.

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda dengan penelitian ini yaitu persamaannya terletak pada hal yang akan diteliti yaitu pengaruh Religiusitas dan Persepsi nasabah, sedangkan perbedaannya terletak pada populasi penelitiannya, dimana populasi penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda adalah PT. BRI Syariah KC. S. Parman Medan, sedangkan populasi pada penelitian adalah nasabah BSI Cabang Tomoni.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Eva Yasika Wijayati (2019) dalam Skripsinya yang berjudul “Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel Persepsi (X1) dan Pengetahuan (X2) masyarakat tentang Perbankan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Syariah (Y).

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Eva Yasika Wijayati dengan penelitian ini yaitu persamaannya adalah sama-sama menggunakan variabel X1 persepsi dan X2 pengetahuan, perbedaannya adalah pada penelitian Eva Yasika Wijayati tidak terdapat variabel X3, sedangkan pada penelitian ini terdapat variabel X3 yaitu Religiusitas.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Lilis Suganda (2018) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Religiusitas Nasabah dan Reputasi Bank Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Pengetahuan nasabah, Religiusitas nasabah dan Reputasi Bank terhadap keputusan menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang.

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Lilis Suganda dengan penelitian ini yaitu persamaannya terletak pada hal yang akan diteliti yaitu pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas, sedangkan perbedaannya terletak pada populasi penelitiannya, dimana populasi penelitian Lilis Suganda adalah nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Cabang Palembang, sedangkan populasi pada penelitian ini adalah nasabah BSI Cabang Tomoni.

B. Kajian Teori

1. Persepsi

a. Definisi Persepsi

Secara umum Persepsi dapat diartikan sebagai tindakan akhir dari pengamatan yang sebelumnya dimulai dengan proses penginderaan. Artinya, proses mempersepsikan rangsangan melalui indera. Dimana perhatian diterima oleh individu dan ketika diarahkan ke otak, individu akan mampu untuk memahami dan mempersepsikan lingkungan di sekitarnya serta apa yang termasuk dalam diri orang itu sendiri.⁸ Sedangkan menurut Sugihartono, persepsi merupakan kemampuan panca indra dalam menerjemahkan stimulus atau proses untuk menerjemahkan stimulus yang masuk kedalam alat indera manusia. Indikator pengetahuan menurut Sugihartono terbagi menjadi tiga yakni:⁹

1) Penilaian

Penilaian merupakan kegiatan penafsiran terhadap hasil pengukuran guna mengetahui baik atau buruknya serta tinggi atau rendahnya fenomena, gejala, aspek, dan juga program tertentu.

2) Pengharapan

Merupakan harapan-harapan seorang individu terhadap harapan yang akan timbul.

⁸ Sunaryo, *Psikologi Untuk Keperawatan* (Jakarta: Buku Kedokteran EGC, 2004), hal. 93.

⁹ Sugihartono, at all, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta: UNY Press, 2007), hal.8.

3) Kebutuhan

Faktor kebutuhan pada persepsi ini menentukan kebutuhan-kebutuhan sesaat atau yang akan menetap pada diri seseorang dan akan mempengaruhi persepsi dari orang tersebut.

b. Syarat Terjadinya Persepsi

Persepsi memungkinkan seorang individu untuk merasakan dan memahami keadaan lingkungan dan keadaan orang-orang yang terlibat (*self-perception*).

Syarat terjadinya persepsi adalah:

- 1) Objek : suatu objek – stimulus – organ sensorik (*reseptor*).
Rangsangan berasal dari dalam individu atau langsung dari saraf sensoris yang bertindak sebagai reseptor dan juga dari luar individu atau langsung pada *reseptor*/organ indra.
- 2) Perhatian sebagai awal untuk membuat persepsi.
- 3) Alat indra sebagai reseptor untuk menerima rangsangan.
- 4) Saraf sensorik yang berfungsi untuk mentransmisikan rangsangan di otak atau pusat kesadaran/pusat syaraf. Kemudian dibawa dari otak melalui syaraf motorik sebagai sarana melakukan respon.¹⁰

c. Proses Persepsi

3 komponen utama pada proses persepsi, yaitu:

- 1) Seleksi yakni proses evaluasi sensorik melalui indera eksternal, intensitas, dan sejenisnya.

¹⁰ Sunaryo, *Psikologi Untuk Keperawatan* (Jakarta: Buku Kedokteran EGC, 2004), hal. 97-98.

2) Interpretasi adalah proses pengorganisasian informasi sedemikian rupa sehingga dapat dimengerti oleh setiap individu. Penafsiran/interpretasi dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berbeda, termasuk pengalaman sebelumnya, motivasi, sistem persepsi nilai, kecerdasan, dan kepribadian. Selain itu tergantung juga pada kemampuan mengklasifikasikan informasi yang diterima, yakni kemampuan mereduksi berbagai potongan informasi menjadi potongan informasi yang lebih sederhana.

3) Pembulatan interpretasi dan persepsi. Hal ini kemudian diubah menjadi bentuk perilaku sebagai suatu respon.¹¹

d. Faktor - faktor yang Mempengaruhi Persepsi

Faktor yang mempengaruhi persepsi subjektif individu, yakni:

1) Fisiologis

Informasi yang diterima panca indera akan mempengaruhi dan melengkapi kegiatan yang akan dilakukan untuk memberikan umpan balik atau makna terhadap lingkungan sekitar. Kemampuan indera untuk mempersepsikan apa yang diterima setiap orang tentunya berbeda, sehingga interpretasi atas lingkungan sekitarnya juga berbeda.

2) Perhatian

Setiap orang membutuhkan kemampuan untuk mengamati dan berkonsentrasi pada bentuk fisik dan mental dari sesuatu. Setiap

¹¹ Onan Marakali Siregar dkk, *Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah* (Sumatera Utara: Puspantara, 2004), hal. 14.

individu mempunyai kekuatan yang berbeda, sebab itulah perhatian dan fokus pada sesuatu juga berbeda. Hal ini tentu saja mempengaruhi pengenalan objek.

3) Minat

Persepsi objek sangat bervariasi tergantung pada seberapa besar energi atau rangsangan persepsi tersebut dipicu untuk merasakan sesuatu. Kewaspadaan perseptual adalah kecenderungan seseorang untuk memperhatikan jenis rangsangan tertentu. Kewaspadaan persepsi juga dapat dianggap sebagai minat. Setiap orang memiliki minat yang berbeda tergantung pada bagaimana mereka berhasil dalam kehidupan sehari-hari.

4) kebutuhan Search

Faktor ini ditunjukkan dengan seberapa rajin individu mencari sesuatu atau pesan yang dapat memberikan respon yang diharapkan, dan bagaimana individu mempersepsikan segala sesuatu secara positif.

5) Pengalaman dan ingatan

Pengalaman yang dimiliki individu dapat memberikan makna sejauh mana ingatannya dapat mengingat kembali peristiwa atau kejadian di masa lalu untuk menemukan stimulus dalam arti luas dan majemuk, sehingga tercipta suatu persepsi yang akan memberikan pengaruh yang baik terhadapnya.

Pengalaman yang dimiliki individu dapat memberikan makna sejauh ingatannya dapat mengingat kembali peristiwa dan kejadian masa lalu, menemukan stimulus dalam berbagai cara, dan menghasilkan persepsi yang secara positif mempengaruhi dirinya.

6) Suasana hati

Keadaan emosional dan kemarahan yang dialami seseorang mungkin dipengaruhi oleh perilaku mereka. Suasana hati dapat mengungkapkan bagaimana perasaan dan tindakan seseorang pada waktu tertentu.

7) Gerakan

Setiap orang dapat memperhatikan benda-benda yang memperlihatkan gerakan didalam penglihatan mereka serta benda-benda yang tidak bergerak. Benda yang bergerak dapat lebih mudah menimbulkan persepsi dari rangsangan, sedangkan benda yang diam/tidak bergerak tampak normal dalam kenampakannya dan terlihat biasa saja. Hal-hal tersebut mempengaruhi bagaimana persepsi terbentuk.¹²

¹² Rini Sabarini, 7 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Manusia Menurut Psikolog, 2019, <https://dosenpsikologi.com/faktor-yang-mempengaruhi-persepsi> (Diakses pada 12 Januari 2022 Pukul 19.23).

2. Pengetahuan

a. Definisi Pengetahuan

Yakni apapun yang diketahui manusia dalam segala bentuknya, orang sering menyebut pengetahuan sebagai semua yang diketahui manusia melalui pengalaman. Oleh karena itu, pengetahuan sering disebut pengetahuan pengalaman.¹³

Pengetahuan juga diartikan sebagai suatu totalitas pikiran, ide, serta pemahaman yang dimiliki oleh seorang individu akan alam dunia termasuk segala isinya, manusia serta kehidupannya.¹⁴

Indikator pengetahuan menurut Donni Juni Priansa terbagi menjadi tiga yakni:¹⁵

1) Pengetahuan produk

Merupakan kumpulan berbagai macam informasi yang terkait dengan produk. Pengetahuan ini meliputi merek, atribut ataupun fitur produk serta kepercayaan terhadap produk.

2) Pengetahuan pembelian

Pengetahuan pembelian meliputi berbagai informasi yang diproses oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk yang terdiri dari pengetahuan tentang dimana kita bisa mendapatkan produk dan kapan akan melakukan penggunaan/pembelian.

¹³ Binti Maunah, *Sosiologi Pendidikan* (Sleman: Kalimedia, 2016), hal.20.

¹⁴ Akhyar Yusuf Lubis, *Filsafat Ilmu Klasik Hingga Kontemporer* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hal.63.

¹⁵ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017), hal.132-137.

3) Pengetahuan penggunaan

Pengetahuan ini mencakup informasi yang tersedia didalam ingatan mengenai bagaimana suatu produk bisa digunakan dan apa yang diperlukan agar dapat benar-benar menggunakan produk tersebut.

b. Jenis-jenis Pengetahuan

Menurut Mowen dan Minor, ada tiga kategori pengetahuan konsumen:

1) Pengetahuan objektif

Merupakan informasi yang sebenarnya relevan dengan kategori produk dan disimpan dalam memori jangka panjang.

2) Pengetahuan subjektif

Merupakan persepsi konsumen tentang sesuatu atau tingkat pengetahuan mereka tentang kategori produk.

3) Informasi tentang pengetahuan lainnya.¹⁶

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan

1) Pendidikan

Merupakan salah satu cara untuk mengembangkan semua keterampilan dan tingkah laku manusia melalui ilmu pengetahuan. Pendidikan harus memperhitungkan hubungan antara usia dan proses kerjanya.

¹⁶ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), hal.44.

2) Paparan media massa

Dengan begitu banyak jenis informasi yang disediakan oleh media cetak dan elektronik, melihat informasi melalui media sering kali mengarah pada lebih banyak mendapatkan informasi dan akan mempengaruhi tingkat pengetahuan anda.

3) Sosial ekonomi

Seseorang yang memiliki status sosial ekonomi yang lebih tinggi lebih mungkin untuk dapat memenuhi kebutuhan primer dan sekunder keluarganya dibandingkan dengan seseorang yang memiliki status sosial ekonomi yang lebih rendah. Status sosial ekonomi yang lebih tinggi dapat dengan mudah untuk memfasilitasi perolehan pengetahuan dan juga peningkatan kualitas hidup.

4) Hubungan sosial

Hubungan sosial berdampak pada kapasitas seseorang untuk menerima berita dengan menggunakan model komunikasi media. Pengetahuan berkembang ketika seseorang memiliki hubungan sosial yang baik.

5) Pengalaman

Merupakan sumber pengetahuan dan sarana untuk menemukan kebenaran tentang pengetahuan. Ini dilakukan untuk memecahkan

masalah yang muncul di masa sekarang, yang dicapai melalui mengingat dan menafsirkan pengalaman sebelumnya.¹⁷

3. Religiusitas

a. Definisi Religiusitas

Religiusitas berasal dari kata bahasa Inggris “*Religion*”, yang kemudian diubah menjadi “*Religiosity*”, yang dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai keanekaragaman dan religiusitas. Religiusitas memiliki tiga arti dalam Kamus Al-Mawrid tahun 1993 karya Ba'albaki yaitu *takwa*, *wara'*, dan *tadayyun*. Ketiga kata ini menyampaikan gagasan bahwa religiusitas identik dengan mengikuti petunjuk Allah SWT dan menghindari serta menjauhi semua larangan-Nya. Seseorang yang religius dapat digambarkan sebagai orang yang sholeh dalam hidupnya dimana kesholehan memiliki dua dimensi, yakni dimensi vertikal *hablun min an-Allah* dan dimensi horizontal *hablun min an-nas* yang biasa disebut sebagai kesholehan sosial.¹⁸

Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah Ayat 275 berikut:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۗ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۗ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا

¹⁷ Soekidjo Notoatmodjo, *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003), hal.19.

¹⁸ Bambang Suryadi, Bahrul Hayat, *Religiusitas Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia* (Jakarta Pusat: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021), hal. 8.

وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ

سَلَفٍ ۖ وَأَمْرُهُمْ إِلَى اللَّهِ ۖ

النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya”.

Islam yang kaffah menurut Syafi’I Antonio harus mencakup semua aspek kehidupan, baik itu yang bersifat ritual (ibadah) ataupun aspek sosial kemasyarakatan (muamallah). Ibadah ini sangat diperlukan untuk menjelaskan hakikat hidup manusia yang merupakan hamba Allah. Dalam kehidupan sosial, muamallah adalah *rules of game* bagi manusia yang mencakup aspek politik Islam, ekonomi Islam, budaya Islam, serta hukum Islam yang mana hukum Islam ini merupakan aspek yang harus diperhatikan agar dapat menjalani kehidupan Islami secara kaffah atau dengan kata lain agar dapat ber-Islam secara kaffah maka perekonomian seseorang harus didasarkan pada syariah Islam.¹⁹

b. Dimensi Religiusitas

¹⁹ M. Syafi’I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hal. 2.

Dalam dimensi religiusitas, ada lima dimensi pada diri manusia, sebagaimana dirumuskan oleh Glock & Stark, antara lain:²⁰

1) Dimensi akidah (*ideologis*)

Aspek ini mencakup harapan agar umat beragama memiliki pemikiran tertentu tentang teologis serta memiliki pengakuan terhadap kebenaran ajaran tersebut.

2) Dimensi praktik keagamaan (*ritualistic*)

Meliputi tindakan ibadah dan kepatuhan, serta berbagai hal yang dikerjakan untuk memperlihatkan ketaatan atas agama yang dianut.

3) Dimensi pengalaman (*experensial*)

Memiliki hubungan dengan pengalaman keagamaan, rasa, persepsi serta sensasi yang terjadi pada individu maupun kelompok/komunitas agama yang melihat esensi ketuhanan kecil, yakni komunikasi dengan Tuhan.

4) Dimensi praktik

Mengacu pada seberapa besar motivasi ajaran agama yang dianut oleh seorang individu dalam kehidupan bermasyarakat dapat mempengaruhi tindakan orang tersebut.

5) Dimensi pengetahuan (*intelektual*)

²⁰ Rodney Stark, Charles Y. Glock, *Religion and Society in Tension* (Chicago: Rand McNally & Company, 1965), hal. 18-38.

Berhubungan dengan sejauh mana individu tau dan paham ajaran agama yang dianutnya, terkhusus pada yang termuat dalam kitab suci dan juga sumber ajaran lainnya.

c. Fungsi Religiusitas

1) Fungsi edukatif

Pada suatu kepercayaan agama terdapat sila yang wajib diikuti. Yaitu tentang perintah dan larangan supaya para pengikutnya dapat mendengarkan kebaikan.

2) Fungsi penyelamat

Agama adalah keselamatan bagi orang yang mempercayainya, dan itu mencakup keselamatan didunia dan di alam akhirat.

3) Fungsi perdamaian

Orang yang bersalah atau berdosa dapat menemukan kedamaian batin dengan agama melalui pemahaman agama.

4) Fungsi kontrol sosial

Penganut suatu kepercayaan memandang ajaran agama menjadi sesuatu yang normatif, oleh sebab itu agama bisa berperan menjadi pengawas sosial, baik untuk individu dan juga kelompok.

5) Fungsi meningkatkan rasa solidaritas

Secara psikologis, pemeluk ajaran agama merasa mempunyai kesamaan dalam keimanan serta keyakinannya. Kebersamaan ini menumbuhkan solidaritas kelompok ataupun individu, dan

terkadang bahkan dapat lebih memperkuat rasa kekeluargaan/persaudaraan.

6) Fungsi transformatif

Kepercayaan yang dianut, baik secara individu maupun kolektif, dapat mengubah kehidupan individu jadi kehidupan yang baru sesuai pada kepercayaan yang dianutnya. Kehidupan baru ini diterima berdasarkan ajaran agamanya. Hal ini bisa juga mengubah loyalitas seseorang terhadap kebiasaan dan aturan hidup yang dianut sebelumnya.²¹

4. Keputusan

a. Definisi Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan menurut George R. Terry adalah proses memilih satu tindakan di atas dua atau lebih pilihan alternatif lain.²²

Ada tiga indikator dalam proses keputusan menurut Hanh, yaitu:²³

1) Rutinitas penggunaan

Konsumen tentu akan menggunakan dan membutuhkan produk secara rutin, sehingga akan terus memutuskan untuk melakukan penggunaan atau pembelian produk tersebut.

²¹ Musa Asyarie, *Agama Kebudayaan dan Pembangunan Menyongsong Era Industrialisasi* (Yogyakarta: Kalijaga Press, 1998), hal. 107-108.

²² Syamsi Ibnu, *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), hal.5.

²³ Hanh, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Indeks Gramedia, 2012), hal.178.

2) Kualitas produk

Konsumen dalam membeli produk akan merasakan manfaat dari produk yang dibelinya, sehingga kualitas dari produk juga mempengaruhi keputusan penggunaan atau pembelian.

3) Komitmen atau loyalitas konsumen

Keputusan konsumen untuk tidak mengganti produk yang biasa digunakan juga mempengaruhi keputusan penggunaan, hal ini terjadi jika konsumen merasa tidak puas atas produk yang mereka putuskan.

b. Proses Keputusan Konsumen

Berikut adalah beberapa proses yang terlibat pada pengambilan keputusan oleh konsumen:

1) Menggali kebutuhan

Tiap konsumen tentunya mempunyai permasalahan dan kebutuhan yang beraneka ragam dan berbeda. Oleh karena itu, proses pembelian dan konsumsi diawali dari mengenali permasalahan atau kebutuhan. Ini bisa menjadi ciri dari pengambilan keputusan masing-masing konsumen.

2) Mencari informasi

Konsumen mencari lebih banyak informasi setelah mengetahui masalah dan kebutuhan mereka, dan pencarian informasi ini membantu konsumen mengetahui produk mana yang mereka gunakan. Informasi ini tersedia melalui media cetak dan online

seiring dengan perkembangan teknologi yang terus berkembang untuk memudahkan konsumen dalam mencari produk yang sesuai dengan kebutuhannya.

3) Evaluasi alternatif

Setelah mencari informasi, konsumen dapat memilih dari berbagai merek. Pemilihan alternatif ini didasarkan pada proses evaluasi tertentu.

4) Keputusan pembelian

Fase ini merupakan fase terakhir dari pengambilan keputusan konsumen. Pada tahap ini, konsumen akan memilih merek yang termasuk pada kumpulan pilihan mereka. Konsumen juga mampu membuat keputusan pembelian dan cenderung lebih membeli merek yang mereka sukai.

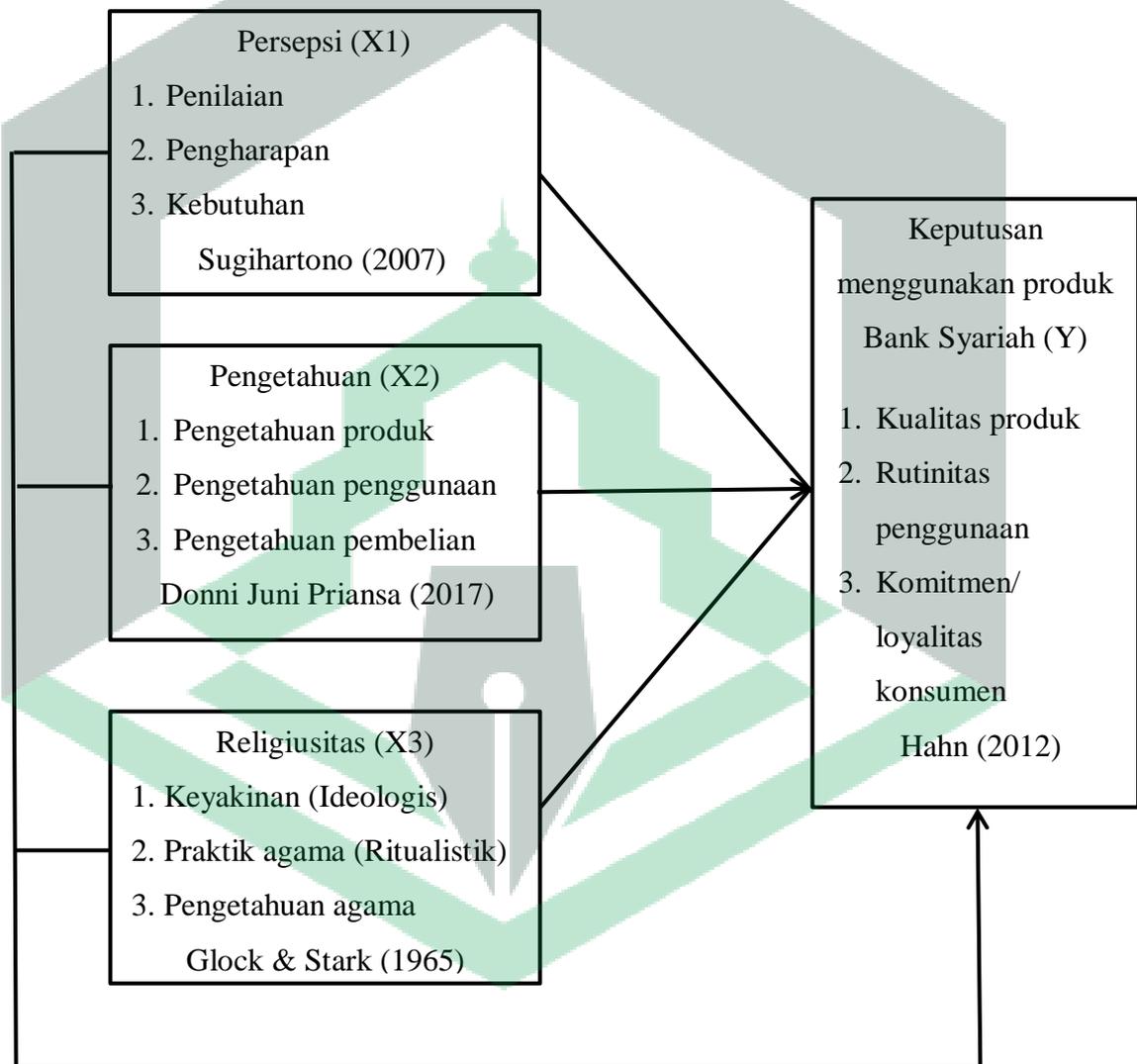
5) Perilaku pasca pembelian

Konsumen tentu akan merasakan kepuasan atau ketidakpuasan sesuai mereka menggunakan suatu produk/jasa. Setelah menggunakan suatu produk/jasa, konsumen memutuskan bisakah produk/jasa tersebut memenuhi kebutuhan mereka. Ketika konsumen puas, mereka lebih cenderung untuk menggunakan kembali produk yang dipilih sebelumnya, tetapi ketika konsumen

tidak puas mereka lebih cenderung mencari produk lain yang lebih andal sesuai dengan kebutuhan mereka.²⁴

C. Kerangka Pikir

Adapun kerangka pemikiran meliputi:



Gambar 2.1 Skema Kerangka Pikir

²⁴ Kotler, *Pemasaran di Indonesia: Analisa Perencanaan Implementasi dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hal.204.

Keterangan:

1. Variabel terikat (*Dependent*) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh sebab akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan menggunakan produk tabungan Bank Syariah (Y).
2. Variabel bebas (*Independent*) yaitu variabel yang mempengaruhi atau variabel yang menjadi sebab timbulnya variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Persepsi (X1), Pengetahuan (X2), dan Religiusitas (X3) nasabah BSI cabang Tomoni.



D. Hipotesis

1. H_{01} : Diduga tidak terdapat pengaruh signifikan persepsi terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni.

H_{a1} : Diduga terdapat pengaruh signifikan persepsi terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni.

2. H_{02} : Diduga tidak terdapat pengaruh signifikan pengetahuan terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni.

H_{a2} : Diduga terdapat pengaruh signifikan pengetahuan terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni.

3. H_{03} : Diduga tidak terdapat pengaruh signifikan religiusitas terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni.

H_{a3} : Diduga terdapat pengaruh signifikan religiusitas terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni.

4. H_{04} : Diduga tidak terdapat pengaruh secara simultan antara persepsi, pengetahuan, dan religiusitas terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni.

H_{a4} : Diduga terdapat pengaruh secara simultan antara persepsi, pengetahuan, dan religiusitas terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian dalam penyusunan skripsi ini menggunakan analisis data Kuantitatif dengan metode *survey* yang akan memberikan gambaran terhadap pengaruh persepsi, pengetahuan dan tingkat Religiusitas nasabah terhadap keputusan menggunakan produk tabungan Bank Syariah oleh nasabah BSI cabang Tomoni.

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif atau penelitian *survey* yang menggunakan kuisisioner sebagai teknik pengumpulan datanya. Menurut Sugiyono (2018:13), “data kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang berlandaskan pada data konkrit (*positivistic*), yang menyelidiki data dalam nilai numerik yang diukur dengan statistik sebagai alat pengujian perhitungannya. Berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan.” Penelitian ini dapat menentukan signifikansi hubungan antara variabel yang sedang diteliti.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian pada penelitian ini berlokasi di BSI KCP Tomoni, Kabupaten Luwu Timur. Sedangkan waktu penelitian akan dilakukan selama kurang lebih satu bulan.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan deskripsi dari setiap variabel untuk indikator yang akan membentuk variabel itu sendiri. Definisi operasional ini dapat menentukan, mengukur, dan mengevaluasi variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Adapun dalam penelitian ini menggunakan jenis variabel bebas (*independent*) dan juga variabel terikat (*dependent*).

1. Variabel bebas (*Independent*)

Merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan timbulnya variabel terikat (*dependent*). Variabel bebas (*independent*) pada penelitian ini adalah Persepsi (X1), Pengetahuan (X2), dan Religiusitas (X3).

2. Variabel terikat (*Dependent*)

Merupakan Variabel yang dipengaruhi atau variabel hasil yang dipengaruhi oleh variabel *independent* (bebas). Keputusan penggunaan (Y) merupakan variabel terikat (*dependent*) dalam penelitian ini.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Indikator	Sumber	Definisi
1.	Persepsi (X1)	1. Penilaian 2. Pengharapan 3. Kebutuhan	Sugihartono (2007) ²⁵	Persepsi merupakan tindakan akhir dari pengamatan yang sebelumnya dimulai dengan proses penginderaan. Artinya, proses mempersepsikan rangsangan melalui indera, dimana perhatian diterima oleh individu dan ketika diarahkan ke otak individu akan mampu untuk memahami

²⁵ Sugihartono, at all, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta: UNY Press, 2007), hal.8.

				dan mempersepsikan lingkungan di sekitarnya serta apa yang termasuk dalam diri orang itu sendiri.
2.	Pengetahuan (X2)	1. Pengetahuan produk 2. Pengetahuan penggunaan 3. Pengetahuan pembelian	Donni Juni Priansa (2017) ²⁶	Pengetahuan merupakan apapun yang diketahui manusia dalam segala bentuknya, orang sering menyebut pengetahuan sebagai semua yang diketahui manusia melalui pengalaman. Oleh karena itu,

²⁶ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017), hal.132-137.

				pengetahuan sering disebut pengetahuan pengalaman.
3.	Religiusitas (X3)	1. Keyakinan (Ideologis) 2. Praktik agama (Ritualistik) 3. Pengetahuan agama	Glock & Stark (1965) ²⁷	Religiusitas berasal dari bahasa Inggris yaitu dari kata Religion yang kemudian berubah menjadi religiosity yang dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai keberagaman dan religiusitas.
4.	Keputusan (Y)	1. Kualitas produk 2. Rutinitas penggunaan	Hahn (2012) ²⁸	Pengambilan keputusan adalah proses memilih satu tindakan di

²⁷ Jalaludin, *Psikologi Agama* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012), hal.13.

²⁸ Hanh, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Indeks Gramedia, 2012), hal.178.

		3. Komitmen/ loyalitas konsumen		atas dua atau lebih pilihan alternatif lain.
--	--	---------------------------------------	--	--

D. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulannya.²⁹ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BSI Cabang Tomoni.

Sedangkan, sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan sampel yang akan diambil dari seluruh populasi dan menentukan pemilihan sampel menggunakan metode *Non-probability sampling*, yaitu metode pengambilan sampel dimana orang-orang dalam populasi yang nantinya akan dijadikan sebagai sampel tidak diketahui. Teknik yang digunakan adalah *Insidental sampling*, merupakan teknik identifikasi secara tidak disengaja atau kebetulan. Artinya, seseorang yang peneliti temui secara acak/tidak sengaja.³⁰

Ukuran sampel ditetapkan menurut Sugiyono (2012:129), yaitu ukuran sampel yang layak dalam suatu penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), hal.80.

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung : Alfabeta, 2012), hal.56.

Jadi, minimal sampel pada penelitian ini adalah 30 sampel dengan populasi seluruh nasabah BSI cabang Tomoni.

Dikarenakan tidak diketahui secara pasti jumlah keseluruhan nasabah pada BSI cabang Tomoni, maka perhitungan sampelnya menggunakan rumus lemeshow sebagai berikut³¹

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2} P(1-P)}{d^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

Untuk Z = 1,64 untuk kepercayaan 90%

1,96 untuk derajat kepercayaan 95%

2,56 untuk derajat kepercayaan 99%

Sehingga dapat ditentukan sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/2} P(1-P)}{d^2}$$

³¹ Stanley Lemeshow, Dkk, *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1997), hal.2.

$$1,96^2 \cdot (0,5) (1 - 0,5)$$

$$= \frac{\quad}{0,1^2}$$

$$= \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$= 96,04$$

$$= 96 = 100$$

Hasil dari perhitungan diatas menunjukkan bahwa penelitian ini membutuhkan sampel sejumlah 96 nasabah, dimana 96 nasabah ini nantinya akan mewakili keseluruhan dari populasi. Namun, dari hasil perhitungan tersebut penulis kemudian membulatkan menjadi 100 responden. Untuk penelitian ini penulis memilih tingkat kesalahan 10% dikarenakan adanya keterbatasan waktu untuk menyelesaikan penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer. Data primer adalah data yang berasal langsung dari sumber data pertama suatu lokasi pencarian atau objek pencarian. Data diperoleh dari hasil kuesioner *survey*. Menurut Sugiyono, “kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan

cara menyajikan daftar pertanyaan atau data tertulis yang kemudian dijawab oleh responden”.

Kuesioner *survey* penelitian ini akan difokuskan pada semua nasabah BSI cabang Tomoni yang mana akan terdapat beberapa pertanyaan yang terkait dengan pengaruh persepsi (X1), pengetahuan (X2), dan *religiusitas* (X3) terhadap keputusan menggunakan produk pada Bank Syariah (Y).

F. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, angket kuesioner yang dibagikan kepada responden untuk diisi berfungsi sebagai instrumen penelitian. Dalam hal ini, penggunaan instrumen bertujuan untuk mendapatkan data yang tepat melalui penyebaran kuesioner, yang kemudian akan menghasilkan hasil menggunakan skala *Likert* sesuai dengan pedoman berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

Sangat tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Ragu-ragu (RR)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	2	3	4	5

G. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Keakuratan suatu instrumen ditentukan dengan uji validitas. Validitas yakni ukuran yang tepat untuk melihat ketelitian uji dan juga ketepatan dalam melakukan fungsi pengukuran untuk mengukur apa yang sedang

diukur.³² Tes ini menentukan efektivitas peralatan penelitian dalam memberikan informasi yang tepat serta akurat tentang objek yang sedang diukur.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu instrumen penelitian yang menjadi indikator dari variabel. Reliabilitas adalah tingkat kepercayaan atas hasil pengukuran. Pengukuran dikatakan reliabel apabila pengukuran tersebut memberikan hasil pengukuran yang dapat dipercaya (*reliabel*).³³

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk menghitung hal-hal yang terkait dengan tujuan penelitian. Sehingga dalam penelitian ini menggunakan metode

1. Analisis Deskriptif

Berguna untuk analisis data yang dikumpulkan dengan cara dideskripsikan tanpa menerapkan analisis atau kesimpulan kepada masyarakat umum.³⁴

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu mengukur nilai rata-rata persepsi, pengetahuan, *religiusitas*, dan keputusan menabung

³² Eti Rochaety, Dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis: dengan Aplikasi SPSS* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007), hal. 57.

³³ Edwin Mustafa dan Hardius Usman, *Proses Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2007), hal. 116.

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hal.147.

nasabah BSI cabang Tomoni. Pengukuran dengan menyebarkan kuesioner serta mengevaluasinya dengan skala *Likert*. Respon diisi oleh nasabah BSI cabang Tomoni.

Dengan sampel sebagai berikut :

- a. Sangat setuju (SS) : 5
- b. Setuju (S) : 4
- c. Ragu-ragu (RR) : 3
- d. Tidak setuju (TS) : 2
- e. Sangat tidak setuju (STS) : 1

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu analisis yang menguji dua atau lebih variabel *independent* (variabel bebas). Fungsi persamaan regresi selain untuk memprediksi nilai variabel *dependent* (variabel terikat) juga bisa digunakan untuk mengetahui arah dan juga besarnya pengaruh variabel *independent* (variabel bebas) terhadap variabel *dependent* (variabel terikat), dengan formulasi umum:

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

Dimana:

Y = Variabel *dependent*

a = Konstanta

e = Residual/*error*

b_1 = Koefisien regresi

X_1 (Persepsi)

X_2 (Pengetahuan)

X_3 (Religiusitas)

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Berfungsi untuk menetapkan apakah nilai residual berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model yang residualnya berdistribusi normal.³⁵

b. Uji Linearitas

Uji linieritas menentukan apakah model yang digunakan memenuhi spesifikasi. Uji Linearitas menentukan apakah variabel *independent* (bebas) dan *dependent* (terikat) berada dalam hubungan linier atau signifikan secara statistik.

c. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini menentukan apakah terdapat korelasi yang signifikan antara variabel-variabel *independent* (bebas) dalam model regresi berganda.

³⁵ Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2017), hal 106-107.

d. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi ada tidaknya varian residual yang berbeda/ tak sama untuk semua pengamatan variabel *independent* (bebas) dalam suatu model regresi.³⁶

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada hubungan yang signifikan antara masing-masing variabel *independent* (bebas) dan variabel *dependent* (terikat).

b. Uji-F

Tujuan dari Uji-F adalah untuk secara simultan mengetahui interpretasi parameter dan pengaruh variabel *independent* (bebas) terhadap variabel *dependent* (terikat).³⁷

c. Koefisien Determinasi (R- Square)

Pengujian ini dirancang untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *independent* (bebas) terhadap variabel *dependent* (terikat). Nilai R² akan semakin meningkat dengan banyaknya variabel bebas (*independent*) yang terlibat. Nilai R² sebesar 0 menunjukkan bahwa tidak

³⁶ Anwar Hidayat, Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser, 2013, <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-heteroskedastisitas.html?amp> (Diakses pada 30 Januari 2022 Pukul 11.51).

³⁷ Slamet Riyanto, Aglis Adhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), hal.142-143.

terdapat hubungan antara variabel *independent* (bebas) dan variabel *dependent* (terikat).



BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Aset perbankan syariah global diperkirakan sekitar \$250 miliar, dengan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata 15%, sehingga tidak ada keraguan tentang perkembangan perbankan syariah di dunia. Di Indonesia sendiri, bank syariah tumbuh rata-rata 60% per tahun selama lima tahun terakhir. Meski Indonesia memiliki potensi pasar perbankan syariah yang sangat luas, namun masih jauh dari Malaysia.

Karena faktor ketertinggalan ini, bank syariah di Indonesia melakukan berbagai hal untuk memastikan pasar perbankan syariah Indonesia dapat lebih meningkat dibandingkan dengan pasar perbankan syariah di Negara tetangga Malaysia. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah melisensikan Bank Syariah Indonesia sebagai entitas baru. Tiga bank syariah yakni BRI Syariah, Bank Mandiri Syariah, dan BNI Syariah per Senin, 1 Februari 2021 secara resmi bergabung menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI).³⁸ Tujuan dari merger Perbankan Syariah adalah untuk memperluas Pasar Keuangan Syariah Indonesia, yang saat ini masih tertinggal dari Pasar Keuangan Syariah Malaysia. Istilah merger mengacu pada penggabungan dua atau lebih perusahaan di bawah satu kepemilikan.

³⁸ Muhammad Choirul Anwar, Tiga Bank Syariah Merger Ini Perubahan Layanan Nasabah di Masa Transisi, 2021, <https://amp.kompas.com/money/read/2021/02/01/103000826/tiga-bank-syariah-merger-ini-perubahan-layanan-nasabah-di-masa-transisi> (diakses pada 10 Juni 2022, pukul 14.20).

Bank baru hasil penggabungan tiga bank syariah ini akan memiliki aset Rp.214,6 triliun dan total modal pokok lebih dari Rp 20,4 triliun. Selain aset yang besar dan modal awal, penggabungan ini juga akan mendukung bank dengan memberikan akses ke lebih dari 1.200 cabang, 1.700 jaringan mesin ATM, dan lebih dari 20.000 karyawan di seluruh Indonesia. Dari berbagai cara ini, diharapkan Bank Syariah Indonesia dapat menawarkan lebih banyak layanan keuangan berbasis syariah kepada para nasabahnya.³⁹

B. Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi

Dalam lima tahun ke depan, akan mendirikan bank syariah yang menempati peringkat 10 besar di dunia berdasarkan kapitalisasi pasar.

2. Misi

- a. Kami akan berkontribusi secara aktif kepada masyarakat lokal dan memenuhi berbagai kebutuhan ekonomi mereka.
- b. Memberikan pertumbuhan dan juga nilai investasi yang optimal untuk investor.
- c. Kami memberikan produk dan layanan kepada masyarakat dengan mengutamakan etika sesuai prinsip Syariah Islam.
- d. Menjadikan kualitas barang dan jasa berbasis teknologi akan semakin meningkat sehingga mampu melampaui ekspektasi pelanggan.

³⁹ Suheriadi, Resmi Merger Bank BUMN Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia, 2021, <https://www.google.com/amp/s/infobanknews.com/resmi-merger-bank-bumn-syariah-menjadi-bank-syariah-indonesia/amp/> (diakses pada 10 Juni 2022, pukul 14.35).

- e. Memprioritaskan penghimpunan dana yang murah dan mengalokasikan dana tersebut ke berbagai sektor.
- f. Mengembangkan bakat, berkarya dengan bangga, dan menciptakan kesempatan terbaik untuk berprestasi sebagai wujud ibadah.

C. Karakteristik Data Responden

1. Jenis kelamin

Berikut adalah data gender 100 responden nasabah BSI Tomoni:

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	36	36 %
2.	Perempuan	64	64 %
	Total	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2022

Menurut hasil memperlihatkan bahwa jenis kelamin perempuan yang menjadi mayoritas jenis kelamin dari responden penelitian ini. Dengan total sebanyak 100 orang disurvei, dengan tingkat partisipasi laki-laki 36% dan tingkat partisipasi perempuan 64%.

2. Usia

Berikut ini data usia 100 responden nasabah BSI Tomoni:

Tabel 4.2 Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	17 – 20 tahun	25	25%
2.	21 – 29 tahun	67	67%
3	30 – 39 tahun	4	4%
4.	40 – 50 tahun	4	4%
	Total	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2022

Menurut hasil memperlihatkan bahwa rentang usia 21-29 tahun yang menjadi mayoritas usia dari responden penelitian ini. Dengan total 100 responden dimana responden berusia 17–20 tahun berjumlah 25%, 21–29 tahun sebanyak 67%, 30–39 tahun 4%, dan sisanya berusia 40–50 tahun sejumlah 4%. Ini menandakan jika mayoritas nasabah yang memakai produk tabungan di BSI Tomoni adalah nasabah dengan rentang usia 21 sampai 29 tahun.

3. Pendidikan terakhir

Berikut adalah data pendidikan terakhir 100 responden nasabah BSI Tomoni:

Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1.	SMP sederajat	1	1%
2.	SMA sederajat	52	52%
3	Diploma/Sarjana	36	36%
4.	Lainnya	11	11%
	Total	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2022

Sesuai uraian atas diketahui bahwa pendidikan SMA sederajat yang menjadi mayoritas pendidikan terakhir dari responden penelitian ini. Dengan total 100 responden dimana responden berpendidikan terakhir SMP sederajat berjumlah 1 (1%), SMA sederajat sebanyak 52 (52%), Diploma/Sarjana sebanyak 36 (36%), dan lainnya sebanyak 11 (11%) responden. Hal ini menandakan bahwa tingkat pendidikan juga turut menjadi bagian yang menjadi faktor pendukung untuk memakai produk tabungan di BSI Tomoni. Jika semakin tinggi tingkat pendidikan tentu tingkat pengetahuan mengenai produk serta layanan yang di tawarkan oleh Bank Syariah juga lebih banyak. Hal ini tentunya akan meningkatkan keputusan untuk menggunakan produk tabungan di BSI Tomoni. Dilihat

dari data diatas, responden di dominasi dengan responden yang tingkat pendidikan terakhirnya SMA sederajat.

4. Distribusi jawaban responden

Berdasarkan kuisisioner, berikut merupakan hasil jawaban responden yang berjumlah 100 orang:

Tabel 4.4 Tabel Skala Likert

Penilaian (X1)								
No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS	Total	
1	Bank Syariah mempunyai reputasi yang baik.	0	1	10	41	48	100	
2	Sistem dan produk yang ditawarkan pada Bank Syariah berbeda dengan Bank Konvensional.	0	3	9	51	37	100	
3	Pada Bank Syariah kita tidak menerima Bunga bank seperti pada Bank Konvensional.	0	1	17	56	26	100	
Pengharapan								
1	Menabung di Bank Syariah lebih minim	0	0	14	54	32	100	

	resiko dibanding dengan Bank Konvensional.						
2	Dengan menabung di Bank Syariah kita akan memperoleh pahala dan berkah.	0	1	14	42	43	100
3	Dengan menggunakan produk-produk pada Bank syariah kita dapat terhindar dari riba.	1	0	15	37	47	100
Kebutuhan							
1	Sebagai muslim yang baik saya lebih suka menabung di Bank Syariah.	0	1	7	44	48	100
2	Dengan menggunakan jasa Bank Syariah kita dapat merealisasikan syariat islam secara menyeluruh.	0	1	9	62	28	100
3	Sistem dan produk yang ada pada Bank Syariah sesuai dengan syariat	0	1	9	39	51	100

	islam, dan saya ingin bermuamalah sesuai dengan syariat islam.						
Pengetahuan produk (X2)							
1	Saya mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank Syariah.	0	3	21	51	25	100
2	Saya mengetahui perbedaan antara produk dan jasa yang ditawarkan pada Bank Konvensional dan Bank Syariah.	1	1	17	62	19	100
3	Saya mengetahui bahwa Bank Syariah menyediakan berbagai macam produk layanan, salah satunya yaitu produk tabungan.	0	2	8	50	40	100
Pengetahuan penggunaan							
1	Saya mengetahui bahwa Bank Syariah adalah Bank yang menerapkan sistem bagi hasil.	1	3	9	37	50	100
2	Saya mengetahui tentang sistem bagi hasil pada Bank Syariah.	1	3	12	47	37	100
3	Saya mengetahui bahwa produk-produk yang ditawarkan pada Bank Syariah terbebas dari unsur riba.	1	2	19	41	37	100
Pengetahuan pembelian							
1	Saya mengetahui tentang akad-akad pada Bank Syariah.	2	2	19	50	27	100
2	Saya mengetahui prinsip-prinsip yang ada pada Bank Syariah.	4	2	18	53	23	100

3	Saya mengetahui berbagai jenis tabungan pada Bank Syariah.	2	4	19	52	23	100
Keyakinan (X3)							
1	Saya meyakini bahwa sistem yang ada pada Bank Syariah merupakan sistem yang telah ada sejak zaman Rasulullah SAW.	2	3	14	46	35	100
2	Saya merasa yakin untuk menggunakan produk Bank Syariah karena terhindar dari riba, penipuan dan ketidakjelasan.	1	1	10	40	48	100
3	Saya meyakini bahwa Bank Syariah merupakan Bank yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis.	1	2	10	46	41	100
Praktik agama							
1	Praktik dan layanan yang dijalankan oleh Bank Syariah telah memenuhi syarat dan ketentuan syariat islam.	1	2	17	53	27	100
2	Bank syariah merupakan bank yang diperuntukkan untuk kemaslahatan umat.	2	1	14	53	30	100
3	Sebagai muslim yang bertakwa saya diperintahkan untuk menjalankan perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya.	1	1	10	32	56	100
Pengetahuan agama							
1	Bank Syariah bebas dari unsur riba, dalam syariat islam riba adalah dosa. Dan saya ingin terhindar dari riba.	2	0	7	44	47	100

2	Sistem dan produk-produk Bank Syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip dan Syariah Islam.	1	1	12	49	37	100
3	Kegiatan Bank Syariah selalu memperhatikan perintah dan larangan dalam Al-qur'an dan Sunnah Rasul Muhammad SAW.	1	2	13	45	39	100
Kualitas produk (Y)							
1	Saya tertarik dengan produk tabungan Bank Syariah karena terhindar dari unsur riba.	0	4	10	41	45	100
2	Saya memilih Bank Syariah karena sistem yang dijalankan sesuai dengan keyakinan saya yaitu syariat islam.	1	1	12	36	50	100
3	Saya memilih Bank Syariah karena Bank Syariah menyediakan berbagai macam produk yang beragam	0	1	12	49	38	100
Rutinitas penggunaan							
1	Saya merasa perlu menggunakan produk Bank Syariah karena aman dan tidak perlu khawatir ketika melakukan transaksi dimanapun, karena jaringan Bank Syariah yang luas.	1	3	18	45	33	100
2	Saya merasa perlu menggunakan produk Bank Syariah karena transaksi perbankan akan menjadi lebih mudah dan cepat dengan berbagai fasilitas yang disediakan Bank Syariah	1	1	9	47	42	100

	salah satunya yaitu <i>mobile banking</i> .						
3	Saya merasa perlu menggunakan produk Bank Syariah karena lokasi kantor Bank Syariah sangat strategis dan mudah dijangkau, yang tentunya akan mempermudah dalam melakukan transaksi perbankan.	2	3	12	50	33	100
Komitmen							
1	Saya merasa nyaman karena Bank Syariah selalu memberikan pelayanan yang menyenangkan bagi nasabahnya.	1	0	12	57	30	100
2	Saya memilih Bank Syariah karena kegiatan operasionalnya lebih transparan dan sesuai dengan kesepakatan antara pihak bank dan nasabah.	0	3	11	57	29	100
3	Saya memilih Bank Syariah karena Bank Syariah hanya membiayai proyek halal yang tidak bertentangan dengan syariah islam.	0	2	13	54	31	100

Dari tabel diatas diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Indeks persentase indikator penilaian pada variabel persepsi (XI) pada pernyataan 1,2, dan 3 mayoritas pilihan nasabah BSI cabang Tomoni adalah sangat setuju (SS) dengan indeks persentase pernyataan 1 sebesar 87,2 %, pernyataan 2 sebesar 84,4%, dan pernyataan 3 sebesar 81,4%.

Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa penilaian nasabah tentang Bank Syariah tergolong baik.

2. Indeks persentase indikator pengharapan pada variabel persepsi (XI) pada pernyataan 1, 2, dan 3 mayoritas pilihan nasabah BSI cabang Tomoni adalah sangat setuju (SS) dengan indeks persentase pernyataan 1 sebesar 83,6 %, pernyataan 2 sebesar 85,4 %, dan pernyataan 3 sebesar 85,8 %. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pengharapan nasabah terhadap Bank Syariah tergolong baik.
3. Indeks persentase indikator kebutuhan pada variabel persepsi (XI) pada pernyataan 1,2, dan 3 mayoritas pilihan nasabah BSI cabang Tomoni adalah sangat setuju (SS) dengan indeks persentase pernyataan 1 sebesar 87,8 %, pernyataan 2 sebesar 83,4 %, dan pernyataan 3 sebesar 88 %. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kebutuhan nasabah terhadap Bank Syariah tergolong baik.
4. Indeks persentase indikator pengetahuan produk pada variabel pengetahuan (X2) pada pernyataan 1 dan 2 mayoritas pilihan nasabah BSI cabang Tomoni adalah setuju (S) dengan indeks persentase pernyataan 1 sebesar 76,6 % dan pernyataan 2 sebesar 79,2 %, sedangkan untuk pernyataan 3 mayoritas nasabah memilih sangat setuju (SS) dengan indeks persentase sebesar 85,6 %. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan nasabah tentang produk Bank Syariah tergolong cukup baik.

5. Indeks persentase indikator pengetahuan penggunaan pada variabel pengetahuan (X2) pada pernyataan 1,2, dan 3 mayoritas pilihan nasabah BSI cabang Tomoni adalah sangat setuju (SS) dengan indeks persentase pernyataan 1 sebesar 86,4 %, pernyataan 2 sebesar 83,2 %, dan pernyataan 3 sebesar 82,2 %. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan nasabah tentang penggunaan produk Bank Syariah tergolong baik.
6. Indeks persentase indikator pengetahuan pembelian pada variabel pengetahuan (X2) pada pernyataan 1,2, dan 3 mayoritas pilihan nasabah BSI cabang Tomoni adalah setuju (S) dengan indeks persentase pernyataan 1 sebesar 79,6 %, pernyataan 2 sebesar 77,8 %, dan pernyataan 3 sebesar 78 %. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan pembelian nasabah terhadap produk Bank Syariah tergolong cukup baik.
7. Indeks persentase indikator keyakinan pada variabel *religuitas* (X3) pada pernyataan 1,2, dan 3 mayoritas pilihan nasabah BSI cabang Tomoni adalah sangat setuju (SS) dengan indeks persentase pernyataan 1 sebesar 81,8 %, pernyataan 2 sebesar 86,6 %, dan pernyataan 3 sebesar 84,4 %. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keyakinan nasabah untuk menggunakan produk Bank Syariah tergolong baik.
8. Indeks persentase indikator praktik agama pada variabel *religuitas* (X3) pada pernyataan 1,2, dan 3 mayoritas pilihan nasabah BSI cabang

Tomoni adalah sangat setuju (SS) dengan indeks persentase pernyataan 1 sebesar 80,2 %, pernyataan 2 sebesar 81,6 %, dan pernyataan 3 sebesar 88,2 %. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keyakinan nasabah terhadap praktik agama pada Bank Syariah tergolong baik.

9. Indeks persentase indikator pengetahuan agama pada variabel *religiusitas* (X3) pada pernyataan 1,2, dan 3 mayoritas pilihan nasabah BSI cabang Tomoni adalah sangat setuju (SS) dengan indeks persentase pernyataan 1 sebesar 86,8 %, pernyataan 2 sebesar 84 %, dan pernyataan 3 sebesar 83,8 %. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan agama nasabah terhadap produk Bank Syariah tergolong baik.
10. Indeks persentase indikator kualitas produk pada variabel keputusan penggunaan (Y) pada pernyataan 1,2, dan 3 mayoritas pilihan nasabah BSI cabang Tomoni adalah sangat setuju (SS) dengan indeks persentase pernyataan 1 sebesar 85,4 %, pernyataan 2 sebesar 86,6 %, dan pernyataan 3 sebesar 84,8 %. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk pada Bank Syariah menurut nasabah tergolong baik.
11. Indeks persentase indikator rutinitas penggunaan pada variabel keputusan penggunaan (Y) pada pernyataan 1,2, dan 3 mayoritas pilihan nasabah BSI cabang Tomoni adalah sangat setuju (SS) dengan indeks persentase pernyataan 1 sebesar 81,2 %, pernyataan 2 sebesar

85,6 %, dan pernyataan 3 sebesar 81,8 %. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keputusan nasabah untuk terus menggunakan produk Bank Syariah tergolong baik.

12. Indeks persentase indikator komitmen pada variabel keputusan penggunaan (Y) pada pernyataan 1,2, dan 3 mayoritas pilihan nasabah BSI cabang Tomoni adalah sangat setuju (SS) dengan indeks persentase pernyataan 1 sebesar 83 %, pernyataan 2 sebesar 82,4 %, dan pernyataan 3 sebesar 82,8 %. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keputusan nasabah untuk terus berkomitmen menggunakan produk Bank Syariah tergolong baik.

D. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Keakuratan suatu instrumen ditentukan dengan uji validitas. Validitas yakni ukuran yang tepat untuk melihat ketelitian uji dan juga ketepatan dalam melakukan fungsi pengukuran untuk mengukur apa yang sedang diukur.⁴⁰ Tes ini menentukan efektivitas peralatan penelitian dalam memberikan informasi yang tepat serta akurat tentang objek yang sedang diukur.

⁴⁰ Eti Rochaety, Dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis: dengan Aplikasi SPSS* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007), hal. 57.

Tabel 4.5 Uji Validitas

Variabel Persepsi (X1)			
Butir soal	R _{hitung}	R _{tabel}	Kriteria
Item 1	0,618	0,195	Valid
Item 2	0,638	0,195	Valid
Item 3	0,589	0,195	Valid
Item 4	0,554	0,195	Valid
Item 5	0,652	0,195	Valid
Item 6	0,733	0,195	Valid
Item 7	0,669	0,195	Valid
Item 8	0,718	0,195	Valid
Item 9	0,681	0,195	Valid
Variabel Pengetahuan (X2)			
Butir soal	R _{hitung}	R _{tabel}	Kriteria
Item 1	0,425	0,195	Valid
Item 2	0,629	0,195	Valid
Item 3	0,566	0,195	Valid
Item 4	0,524	0,195	Valid
Item 5	0,479	0,195	Valid
Item 6	0,463	0,195	Valid
Item 7	0,693	0,195	Valid
Item 8	0,701	0,195	Valid
Item 9	0,586	0,195	Valid
Variabel Religiusitas (X3)			
Butir soal	R _{hitung}	R _{tabel}	Kriteria
Item 1	0,589	0,195	Valid
Item 2	0,525	0,195	Valid
Item 3	0,708	0,195	Valid
Item 4	0,685	0,195	Valid
Item 5	0,550	0,195	Valid
Item 6	0,596	0,195	Valid
Item 7	0,645	0,195	Valid
Item 8	0,537	0,195	Valid
Item 9	0,717	0,195	Valid
Variabel Keputusan Penggunaan (Y)			
Butir soal	R _{hitung}	R _{tabel}	Kriteria
Item 1	0,602	0,195	Valid
Item 2	0,654	0,195	Valid
Item 3	0,607	0,195	Valid

Item 4	0,650	0,195	Valid
Item 5	0,655	0,195	Valid
Item 6	0,650	0,195	Valid
Item 7	0,591	0,195	Valid
Item 8	0,695	0,195	Valid
Item 9	0,627	0,195	Valid

Berdasarkan uraian sebelumnya, instrumen penelitian dikatakan valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ pada taraf signifikansi 5%. Hasilnya, ditentukan bahwa semua item pertanyaan yang berhubungan dengan semua variabel *independent* (bebas) dan variabel *dependent* (terikat) penelitian ini adalah valid, karena nilai setiap item $R_{hitung} > R_{tabel}$.

b. Uji Reliabilitas

Merupakan alat ukur yang digunakan untuk instrument penelitian indikator suatu variabel. Reliabilitas adalah tingkat kepercayaan atas hasil pengukuran. Pengukuran dikatakan reliabel apabila pengukuran tersebut memberikan hasil pengukuran yang dapat dipercaya (*reliabel*).⁴¹

⁴¹ Edwin Mustafa dan Hardius Usman, *Proses Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2007), hal. 116.

Tabel 4.6 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Reliability Coefficients</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Persepsi (X1)	9 Item	0,829	Reliabel
Pengetahuan (X2)	9 Item	0,729	Reliabel
Religiusitas (X3)	9 Item	0,794	Reliabel
Keputusan Penggunaan (Y)	9 Item	0,813	Reliabel

Sesuai uraian diatas disimpulkan bahwa *Cronbach's alpha* semua variabel memiliki nilai $> 0,361$ sehingga *reliabel* meningkat dan memungkinkan kuisioner ini untuk digunakan pada penelitian ini.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui arah dan juga hubungan diantara variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Apakah tiap-tiap variabel bebas tersebut berpengaruh positif atau negatif dan juga untuk memprediksi nilai dari variabel terikat (*dependent*) jika terjadi kenaikan atau penurunan nilai dari variabel bebas (*independent*).⁴²

⁴² Dicky Saputra, "Pengaruh Reward dan Punishment Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan PT Kereta Api Indonesia Divisi Regional II Sumatra Barat", Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan ISSN 2086-5031 Vol. 8 No 1, (Januari 2017), 2-3.

Tabel 4.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.560	2.542		2.581	.011		
	Persepsi (X1)	.300	.081	.371	3.728	.000	.338	2.960
	Pengetahuan (X2)	.268	.084	.248	3.203	.002	.560	1.785
	Religiusitas (X3)	.272	.075	.316	3.613	.000	.439	2.278

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan (Y)

Sesuai uraian diatas dapat dirumuskan persamaan regresi berikut ini:

$$Y = 6,560 + 0,300 + 0,268 + 0,272 + 2,542$$

- a. Konstanta 6,560 menunjukkan secara matematis bahwa jika variabel *independent* nilai Persepsi, Pengetahuan, dan *Religiusitas* bernilai nol atau konstan, keputusan untuk penggunaannya meningkat sebesar 6,560.
- b. Koefisien regresi untuk persepsi sebesar 0,300 ke arah yang positif. Ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan satu arah antara variabel persepsi (X1) dan variabel keputusan penggunaan (Y). Apabila

persepsi meningkat, maka meningkat pula keputusan untuk menggunakannya.

c. Koefisien regresi untuk pengetahuan sebesar 0,268 ke arah yang positif. Ini menunjukkan terdapat hubungan satu arah antara variabel pengetahuan (X2) dengan variabel keputusan penggunaan (Y). Apabila pengetahuan meningkat, keputusan untuk menggunakannya juga akan meningkat.

d. Koefisien regresi untuk *religiusitas* sebesar 0,271 ke arah yang positif. Ini memperlihatkan adanya hubungan satu arah antara variabel *religiusitas* (X3) dengan variabel keputusan penggunaan (Y). Ketika *religiusitas* meningkat, keputusan untuk menggunakan juga akan meningkat.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dengan metode *Kolmogorov-smirnov* Berfungsi untuk menetapkan apakah nilai residual berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model yang residualnya berdistribusi normal.⁴³ Apabila nilai sig lebih dari 0,05 dapat dikatakan bahwa residual berdistribusi normal.

⁴³ Agus Tri Basuki dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2017), hal 106-107.

Tabel 4.8 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.76831094
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.048
	Negative	-.058
Test Statistic		.058
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.

Sesuai uraian diketahui bahwa nilai *Unstandardized Asymp.Sig* sebesar $0,200 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa data residu berdistribusi normal atau uji normalitas untuk variabel persepsi, pengetahuan, dan *religiusitas* pada variabel keputusan penggunaan telah terpenuhi.

b. Uji Linearitas

Uji linieritas menentukan apakah model yang digunakan memenuhi spesifikasi. Uji Linearitas menentukan apakah variabel *independent* (bebas) dan *dependent* (terikat) berada dalam hubungan linier atau

signifikan secara statistik. Apabila *Deviation from Linearity* $> 0,05$ maka dapat diartikan bahwa model berbentuk linier.

Tabel 4.9 Uji Linearitas

Variabel	<i>Deviation from Linearity</i>	Keterangan
Persepsi	0,356	<i>Linear</i>
Pengetahuan	0,133	<i>Linear</i>
Religiusitas	0,038	<i>Linear</i>

Sesuai uraian di atas terlihat bahwa uji linieritas untuk variabel persepsi memiliki nilai *Deviation from Linearity* $0,356 > 0,05$, variabel pengetahuan $0,133 > 0,05$, dan variabel *religiusitas* $0,038 > 0,05$. Sehingga diartikan bahwa terdapat hubungan linier diantara variabel persepsi, pengetahuan, *religiusitas* dan keputusan penggunaan.

c. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini menentukan apakah terdapat korelasi yang signifikan antara variabel-variabel *independent* (bebas) dalam model regresi berganda. Cara menguji gangguan multikolinearitas yaitu dengan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *Tolerance* $> 0,100$ dan $VIF < 10,00$ artinya tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Persepsi	0,338	2,960	Tidak terjadi multikolinearitas
Pengetahuan	0,560	1,785	Tidak terjadi multikolinearitas
Religiusitas	0,439	2,278	Tidak terjadi multikolinearitas

Sesuai uraian diatas, nilai *tolerance* variabel persepsi $0,338 > 0,100$ dan nilai VIF $2,960 < 10,00$, variabel pengetahuan *tolerance* $0,560 > 0,100$ dan VIF $1,785 < 10,00$, dan variabel *religiusitas* *tolerance* sebesar $0,439 > 0,100$ dan nilai VIF $2,278 < 10,00$. Jadi, tidak terdapat gangguan multikolinearitas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi ada tidaknya varian residual yang berbeda/ tak sama untuk semua pengamatan variabel *independent* (bebas) dalam suatu model regresi.⁴⁴ Pengujiannya dengan menggunakan Uji Glejser, jika nilai sig

⁴⁴ Anwar Hidayat, Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser, 2013, <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-heteroskedastisitas.html?amp> (Diakses pada 30 Januari 2022 Pukul 11.51).

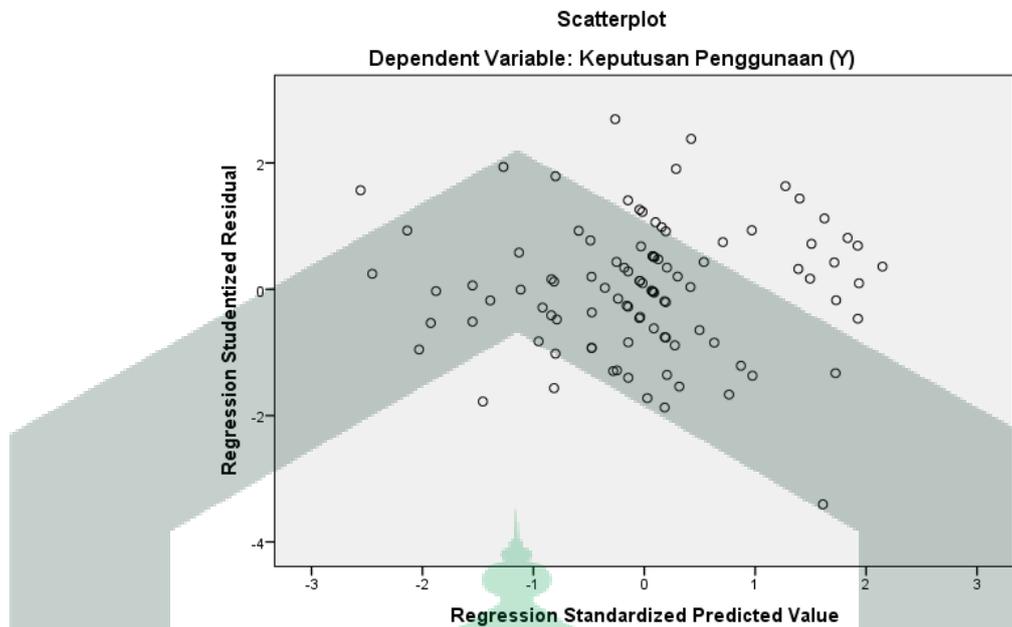
lebih besar dari 0,05 berarti varian residual homogen atau tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Persepsi	0,835	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Pengetahuan	0,837	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Religiusitas	0,506	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Dari uraian uji heteroskedastisitas diatas nilai signifikansi dari variabel persepsi $0,835 > 0,05$, variabel pengetahuan $0,837 > 0,05$, dan variabel *religiusitas* $0,506 > 0,05$. Jadi dinyatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas atau uji heteroskedastisitas telah terpenuhi.

Gambar 4.1 Scatterplot



Titik-titik ini jika dilihat dalam ilustrasi, membentuk pola yang tidak jelas, namun terdistribusi di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu y. Oleh karena itu, ditentukan bahwa model regresi tidak memiliki masalah heteroskedastisitas.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji-t digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada hubungan yang signifikan antara masing-masing variabel *independent* (bebas) dan variabel *dependent* (terikat). Uji-t dilakukan secara parsial atau individual dengan melihat nilai signifikansinya, apabila nilai $\text{sig} < 0,05$ maka variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat.

Tabel 4.12 Uji t parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.560	2.542		2.581	.011		
	Persepsi (X1)	.300	.081	.371	3.728	.000	.338	2.960
	Pengetahuan (X2)	.268	.084	.248	3.203	.002	.560	1.785
	Religiusitas (X3)	.272	.075	.316	3.613	.000	.439	2.278

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan (Y)

Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai sig variabel persepsi adalah $0,000 < 0,05$, variabel pengetahuan $0,002 < 0,05$, dan variabel *religiusitas* $0,000 < 0,05$. Sehingga dikatakan bahwa variabel bebas persepsi, pengetahuan, dan *religiusitas* memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

1) Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Diketahui nilai sig pada pengaruh X1 terhadap Y sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,728 > t_{tabel} 1,998$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a1} diterima yang berarti X1 berpengaruh positif terhadap Y.

2) Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Diketahui nilai sig pada pengaruh X2 terhadap Y sebesar 0,002 < 0,05 dan nilai t_{hitung} 3,203 > t_{tabel} 1,998. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima yang berarti X2 berpengaruh positif terhadap Y.

3) Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Diketahui nilai sig pada pengaruh X3 terhadap Y sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai t_{hitung} 3,613 > t_{tabel} 1,998. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a3} diterima yang berarti X3 berpengaruh positif terhadap Y

b. Uji-F

Tujuan dari Uji-F adalah untuk secara simultan mengetahui interpretasi parameter dan pengaruh variabel *independent* (bebas) terhadap variabel *dependent* (terikat).⁴⁵

⁴⁵ Slamet Riyanto, Aglis Adhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), hal.142-143.

Tabel 4.13 Uji-F simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	651.745	3	217.248	67.371	.000 ^b
	Residual	309.565	96	3.225		
	Total	961.310	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan (Y)

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

Berdasarkan uraian tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi hasil Uji F simultan adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai $f_{hitung} 67,371 > f_{tabel} 2,70$. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel persepsi, pengetahuan, dan *religiusitas* merupakan variabel bebas yang secara simultan mempengaruhi variabel terikat keputusan penggunaan.

c. Koefisien Determinasi (R - Square)

Pengujian ini dirancang untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *independent* (bebas) terhadap variabel *dependent* (terikat). Nilai R² akan semakin meningkat dengan banyaknya variabel bebas (*independent*) yang terlibat. Nilai R² sebesar 0 menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara variabel *independent* (bebas) dan variabel *dependent* (terikat).

Tabel 4.14 Koefisien Determinasi (R – Square)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.823 ^a	.678	.668	1.796	1.949

a. Predictors: (Constant), Religiusitas (X3), Pengetahuan (X2), Persepsi (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan (Y)

Diketahui nilai R-Square sebesar 0,678 artinya pengaruh variabel persepsi, pengetahuan, dan *religiusitas* secara simultan/bersama-sama terhadap variabel keputusan penggunaan (Y) sebesar 67,8%.

E. Pembahasan

Persepsi merupakan tindakan akhir dari pengamatan yang sebelumnya dimulai dengan proses penginderaan. Artinya, proses mempersepsikan rangsangan melalui indera, dimana perhatian diterima oleh individu dan ketika diarahkan ke otak individu akan mampu untuk memahami dan mempersepsikan lingkungan di sekitarnya serta apa yang termasuk dalam diri orang itu sendiri.⁴⁶

Pengetahuan yakni apapun yang diketahui manusia dalam segala bentuknya, orang sering menyebut pengetahuan sebagai semua yang diketahui manusia melalui pengalaman. Oleh karena itu, pengetahuan sering disebut pengetahuan empiris. Pengetahuan juga diartikan sebagai suatu totalitas pikiran, ide, serta

⁴⁶ Sunaryo, *Psikologi Untuk Keperawatan* (Jakarta: Buku Kedokteran EGC, 2004), hal. 93.

pemahaman yang dimiliki oleh seorang individu akan alam dunia termasuk segala isinya, manusia serta kehidupannya.⁴⁷

Pengetahuan juga diartikan sebagai suatu totalitas pikiran, ide, serta pemahaman yang dimiliki oleh seorang individu akan alam dunia termasuk segala isinya, manusia serta kehidupannya.⁴⁸

Religiusitas berasal dari kata bahasa Inggris “*Religion*”, yang kemudian diubah menjadi “*Religiosity*”, yang dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai keanekaragaman dan religiusitas. Religiusitas memiliki tiga arti dalam Kamus Al-Mawrid tahun 1993 karya Ba'albaki yaitu *takwa*, *wara'*, dan *tadayyun*. Ketiga kata ini menyampaikan gagasan bahwa religiusitas identik dengan mengikuti petunjuk Allah SWT dan menghindari serta menjauhi semua larangan-Nya. Seseorang yang religius dapat digambarkan sebagai orang yang sholeh dalam hidupnya dimana kesholehan memiliki dua dimensi, yakni dimensi vertikal *hablun min an-Allah* dan dimensi horizontal *hablun min an-nas* yang biasa disebut sebagai kesholehan sosial.⁴⁹

Pengambilan keputusan menurut George R. Terry adalah proses memilih satu tindakan di atas dua atau lebih pilihan alternatif lain.⁵⁰

Hasil pengolahan dan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, uji-t parsial, dan uji-f

⁴⁷ Binti Maunah, *Sosiologi Pendidikan* (Sleman: Kalimedia, 2016), hal.20.

⁴⁸ Akhyar Yusuf Lubis, *Filsafat Ilmu Klasik Hingga Kontemporer* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hal.63.

⁴⁹ Bambang Suryadi, Bahrul Hayat, *Religiusitas Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia* (Jakarta Pusat: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021), hal. 8.

⁵⁰ Syamsi Ibnu, *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), hal.5.

simultan, menunjukkan bahwa persepsi (X1), pengetahuan (X2), dan religiusitas (X3) mempengaruhi keputusan penggunaan (Y).

1. Pengaruh persepsi nasabah terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni.

Berdasarkan uji t yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,728 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,728 > 1,998$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni.

Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Eva Yasika Wijayati (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “ Pengaruh Persepsi dan Pengetahuan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo” bahwa persepsi masyarakat tentang perbankan syariah berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah pada masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponorogo. Hal ini juga sejalan dengan teori Kotler dan Armstrong yang menyatakan bahwa persepsi terhadap kualitas suatu produk merupakan persepsi seorang pelanggan terhadap kualitas dan superioritas produk relatif terhadap pesaing.

Yang berarti semakin baik persepsi calon nasabah terhadap bank syariah akan semakin meningkatkan keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini terbukti.

2. Pengaruh pengetahuan nasabah terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni.

Berdasarkan uji t yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,203 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,203 > 1,998$) dengan tingkat signifikansi $0,002 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni.

Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Lilis Suganda (2018) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Religiusitas Nasabah dan Reputasi Bank Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Sumsel Babel Syariah Palembang” bahwa pengetahuan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di bank sumsel babel syariah Palembang. Hal ini juga sejalan dengan teori Peter dan Olson dalam Rachmawati (2016) yang menyebutkan bahwa terdapat tiga jenis pengetahuan produk yang salah satunya yakni pengetahuan tentang manfaat serta keuntungan dari suatu produk yang menyatakan bahwa penting bagi seorang untuk mencari informasi terkait produk sebelum menggunakannya terutama manfaat apa yang akan diterima setelah menggunakan produk tersebut.

Yang berarti semakin tinggi atau semakin banyak pengetahuan yang dimiliki calon nasabah terhadap bank syariah akan meningkatkan

keputusan untuk menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini terbukti.

3. Pengaruh *religiusitas* nasabah terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni.

Berdasarkan uji t yang menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,613 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,613 > 1,998$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *religiusitas* nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni.

Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda (2018) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah” bahwa *religiusitas* nasabah berpengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah. Hal ini juga sejalan dengan teori Glock dan Stark dalam Ancok dan Suroso (2011) yang menyebutkan bahwa terdapat lima dimensi religiusitas yang salah satunya adalah pengetahuan agama yang menyatakan seberapa besar tingkat pengetahuan agama mengenai bank syariah yang berlandaskan Al-qur’an dan Hadist sehingga seorang muslim akan menjauh dari segala macam transaksi yang jauh dari kata halal.

Yang berarti semakin baik dan semakin tinggi tingkat religiusitas calon nasabah akan meningkatkan keputusan untuk menggunakan produk

tabungan pada BSI cabang Tomoni. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hipotesis penelitian ini terbukti.

4. Pengaruh persepsi, pengetahuan, dan *religiusitas* nasabah terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni.

Berdasarkan uji F simultan yang menunjukkan nilai f_{hitung} sebesar 67,371 pada variabel persepsi (X1), pengetahuan (X2), dan *religiusitas* (X3) dengan f_{tabel} 2,70 ($67,371 > 2,70$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi, pengetahuan, dan *religiusitas* nasabah berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni.

Hal ini berarti semakin baik dan tinggi tingkat persepsi, pengetahuan, dan *religiusitas* calon nasabah terhadap bank syariah akan meningkatkan keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa hipotesis penelitian ini terbukti.

BAB V PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan analisis yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara persepsi nasabah terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni. Maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima atau persepsi nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara pengetahuan nasabah terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni. Maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima atau pengetahuan nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *religiusitas* nasabah terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni. Maka H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima atau *religiusitas* nasabah berpengaruh signifikan terhadap

keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni.

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara persepsi, pengetahuan, dan *religiusitas* nasabah terhadap keputusan menggunakan produk tabungan pada BSI cabang Tomoni. Maka H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima atau yang berarti secara simultan variabel bebas persepsi, pengetahuan, dan *religiusitas* nasabah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan produk tabungan di BSI cabang Tomoni.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka penulis dapat mengemukakan beberapa saran dan masukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

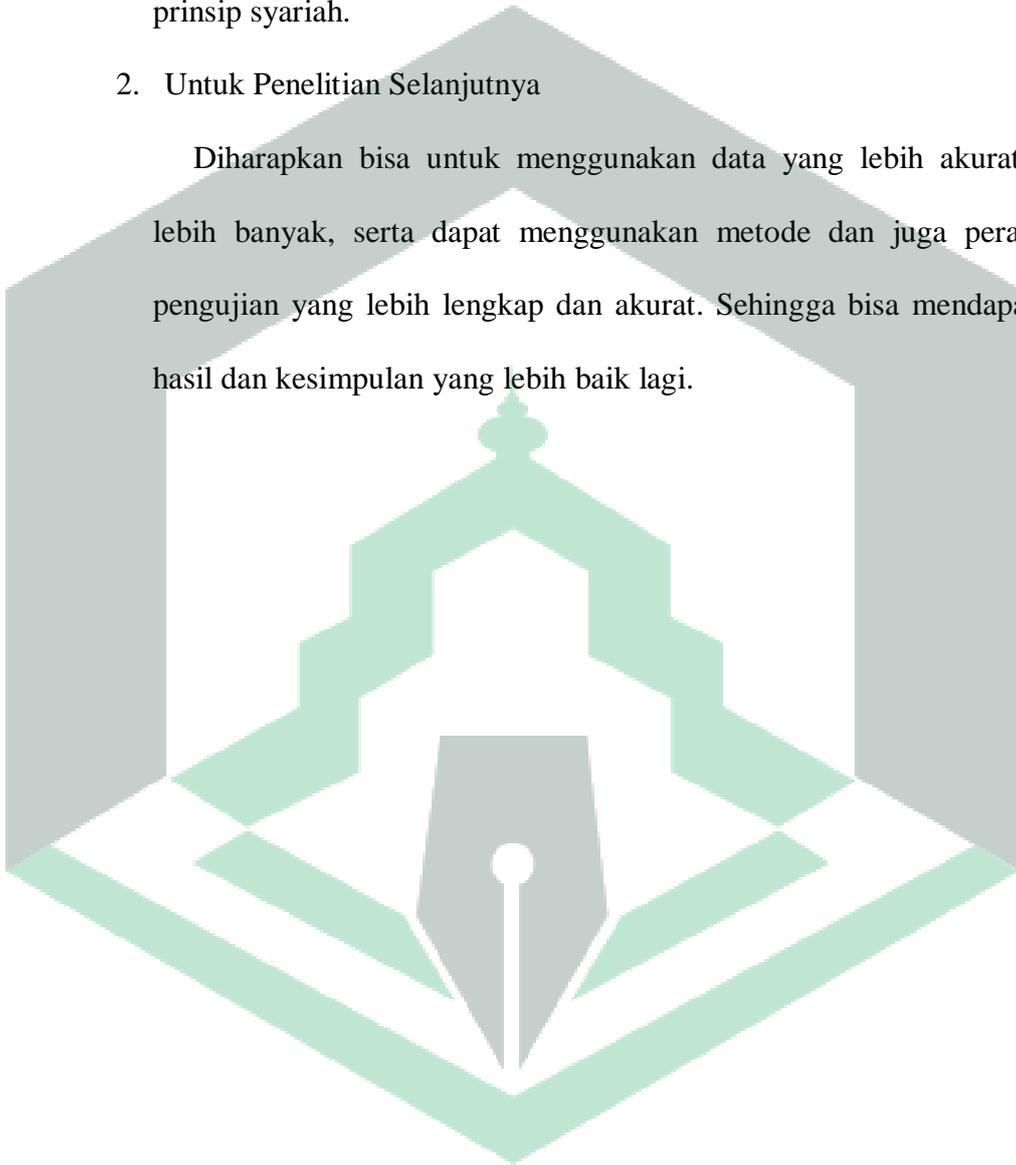
1. Kepada Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Tomoni

Pimpinan bank maupun para staf bank diharapkan lebih memperhatikan faktor pengetahuan nasabah terutama dengan mengedukasi nasabah tentang pemahamannya akan karakteristik produk perbankan syariah terkhusus yang terkait dengan pelaksanaan akad produk tabungan sehingga kesalahpahaman tentang perbankan syariah dapat dihindari. Karena sebagian kalangan masyarakat melihat bank syariah masih sama dengan bank konvensional, padahal jelas sangat berbeda. Selain itu, bank syariah diharapkan dapat menciptakan citra

perusahaan yang lebih baik lagi di mata masyarakat, karena tujuan utama dari didirikannya bank syariah di Indonesia yakni untuk menciptakan sistem perbankan yang sejalan dengan hukum dan juga prinsip syariah.

2. Untuk Penelitian Selanjutnya

Diharapkan bisa untuk menggunakan data yang lebih akurat dan lebih banyak, serta dapat menggunakan metode dan juga peralatan pengujian yang lebih lengkap dan akurat. Sehingga bisa mendapatkan hasil dan kesimpulan yang lebih baik lagi.



DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, M. Syafi'i, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani, 2001).
- Anwar, Muhammad Choirul, Tiga Bank Syariah Merger Ini Perubahan Layanan Nasabah di Masa Transisi, 2021, <https://amp.kompas.com/money/read/2021/02/01/103000826/tiga-bank-syariah-merger-ini-perubahan-layanan-nasabah-di-masa-transisi>.
- Asyarie Musa, *Agama Kebudayaan dan Pembangunan Menyongsong Era Industrialisasi* (Yogyakarta: Kalijaga Press, 1998).
- Basuki, Agus Tri dan Nano Prawoto, *Analisis Regresi* (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2017).
- Hanh, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Indeks Gramedia, 2012), hal.178.
- Hidayat Anwar, Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser, 2013, <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-heteroskedastisitas.html?amp>.
- Ibnu Syamsi, *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000).
- Jalaludin, *Psikologi Agama* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012).
- Jalur Ilmu, "Dimensi Religiusitas", <http://jalurilmu.blogspot.com/2011/10/dimensi-religiusitas.html>.
- Kasmir, *Manajemen Perbankan Edisi Revisi ke-10* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011).
- Kotler, *Pemasaran di Indonesia: Analisa Perencanaan Implementasi dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2002).
- Lemeshow Stanley, Dkk, *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1997).
- Lubis, Akhyar Yusuf, *Filsafat Ilmu Klasik Hingga Kontemporer* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016).
- Maunah Binti, *Sosiologi Pendidikan* (Sleman: Kalimedia, 2016).
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah Edisi Revisi ke-2* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011).
- Mustafa Edwin dan Hardius Usman, *Proses Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 2007).

- Notoatmodjo Soekidjo, *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003).
- Otoritas Jasa Keuangan, “Bank Syariah”, 2017, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Bank-Syariah.aspx>.
- Priansa, Donni Juni, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017).
- Riyanto Slamet, Aglis Adhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020).
- Rochaety Eti, Dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis: dengan Aplikasi SPSS* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007).
- Sabarini Rini, 7 Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Manusia Menurut Psikolog, 2019, <https://dosenpsikologi.com/faktor-yang-mempengaruhi-persepsi>.
- Setiadi, Nugroho J, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Prenada Media Group, 2013).
- Shinta Agustina, *Manajemen Pemasaran* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011).
- Siregar, Onan Marakali dkk, *Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah* (Sumatera Utara: Puspantara, 2004).
- Stark Rodney, Charles Y. Glock, *Religion and Society in Tension* (Chicago: Rand McNally & Company, 1965).
- Sugihartono, at all, *Psikologi Pendidikan*, Yogyakarta: UNY Press, 2007.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung : Alfabeta, 2012).
- Suheriadi, Resmi Merger Bank BUMN Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia, 2021, <https://www.google.com/amp/s/infobanknews.com/resmi-merger-bank-bumn-syariah-menjadi-bank-syariah-indonesia/amp/>
- Sunaryo, *Psikologi Untuk Keperawatan* (Jakarta: Buku Kedokteran EGC, 2004).
- Suryadi Bambang, Bahrul Hayat, *Religiusitas Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia* (Jakarta Pusat: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021).

Syafnidawati, Apa Itu Populasi dan Sampel Dalam Penelitian, 2020, <https://raharja.ac.id/2020/11/04/apa-itu-populasi-dan-sampel-dalam-penelitian/>.

Wahyudi, Setyo Tri, *Statistika Ekonomi Konsep Teori dan Penerapan* (Malang: UB Press, 2017).

Zuhirsyam Muhammad dan Nurlinda, “*Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah*”, *Jurnal Al-Amwal* Vol.10, No 1 (2018), hal. 49. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://syekhnuurjati.ac.id/jurnal/index.php/amwal/article/download/2812/1594&ved=2ahUK Ewi0r-HJvLb1AhUhSGwGHWt5CzEQFnoECBkQAQ&usg=AOvVaw3ONT-vMeEFTO2xckbuYsOn>





Lampiran 1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Kuisisioner

Petunjuk pengisian :

Pilihlah sesuai dengan keadaan Bapak/Ibu/Saudara/i pada kolom yang tersedia.

Dan mohon berikan jawaban pada pertanyaan berikut ini :

Data karakteristik responden

A. Identitas Diri

Nama :

B. Karakteristik Personal

Jenis Kelamin :

Usia :

Pendidikan Terakhir :

C. Daftar Pertanyaan

Keterangan untuk skala dalam kuisisioner, yaitu :

1. Sangat setuju (SS)
2. Setuju (S)
3. Ragu-ragu (RR)
4. Tidak setuju (TS)
5. Sangat tidak setuju (STS)

Variabel Persepsi (X1)

Penilaian						
No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Bank Syariah mempunyai reputasi yang baik.					
2.	Sistem dan produk yang ditawarkan pada Bank Syariah berbeda dengan Bank Konvensional.					
3.	Pada Bank Syariah kita tidak menerima Bunga bank seperti pada Bank Konvensional.					
Pengharapan						
No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Menabung di Bank Syariah lebih minim resiko dibanding dengan Bank Konvensional.					
2.	Dengan menabung di Bank Syariah kita akan memperoleh pahala dan berkah.					
3.	Dengan menggunakan produk-produk pada Bank syariah kita dapat terhindar dari riba.					
Kebutuhan						
No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Sebagai muslim yang baik saya lebih suka menabung di Bank Syariah.					
2.	Dengan menggunakan jasa Bank Syariah kita dapat merealisasikan syariat islam secara menyeluruh.					
3.	Sistem dan produk yang ada pada Bank Syariah sesuai dengan syariat islam, dan saya ingin bermuamalah sesuai dengan syariat islam.					

Variabel Pengetahuan (X2)

Pengetahuan produk						
No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Saya mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank Syariah.					
2.	Saya mengetahui perbedaan antara produk dan jasa yang ditawarkan pada Bank Konvensional dan Bank Syariah.					
3.	Saya mengetahui bahwa Bank Syariah menyediakan berbagai macam produk layanan, salah satunya yaitu produk tabungan.					
Pengetahuan penggunaan						
No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Saya mengetahui bahwa Bank Syariah adalah Bank yang menerapkan sistem bagi hasil.					
2.	Saya mengetahui tentang sistem bagi hasil pada Bank Syariah.					
3.	Saya mengetahui bahwa produk-produk yang ditawarkan pada Bank Syariah terbebas dari unsur riba.					
Pengetahuan pembelian						
No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Saya mengetahui tentang akad-akad pada Bank Syariah.					
2.	Saya mengetahui prinsip-prinsip yang ada pada Bank Syariah.					
3.	Saya mengetahui berbagai jenis tabungan pada Bank Syariah.					

Variabel Religiusitas (X3)

Keyakinan						
No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Saya meyakini bahwa sistem yang ada pada Bank Syariah merupakan sistem yang telah ada sejak zaman Rasulullah SAW.					
2.	Saya merasa yakin untuk menggunakan produk Bank Syariah karena terhindar dari riba, penipuan dan ketidakjelasan.					
3.	Saya meyakini bahwa Bank Syariah merupakan Bank yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis.					
Praktik agama						
No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Praktik dan layanan yang dijalankan oleh Bank Syariah telah memenuhi syarat dan ketentuan syariat islam.					
2.	Bank syariah merupakan bank yang diperuntukkan untuk kemaslahatan umat.					
3.	Sebagai muslim yang bertakwa saya diperintahkan untuk menjalankan perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya.					
Pengetahuan agama						
No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Bank Syariah bebas dari unsur riba, dalam syariat islam riba adalah dosa. Dan saya ingin terhindar dari riba.					
2.	Sistem dan produk-produk Bank Syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip dan Syariah Islam.					
3.	Kegiatan Bank Syariah selalu memperhatikan perintah dan larangan dalam Al-qur'an dan Sunnah Rasul Muhammad SAW.					

Variabel Keputusan Memilih Produk (Y)

Kualitas produk						
No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Saya tertarik dengan produk tabungan Bank Syariah karena terhindar dari unsur riba.					
2.	Saya memilih Bank Syariah karena sistem yang dijalankan sesuai dengan keyakinan saya yaitu syariat islam.					
3.	Saya memilih Bank Syariah karena Bank Syariah menyediakan berbagai macam produk yang beragam					
Rutinitas Penggunaan						
No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Saya merasa perlu menggunakan produk Bank Syariah karena aman dan tidak perlu khawatir ketika melakukan transaksi dimanapun, karena jaringan Bank Syariah yang luas.					
2.	Saya merasa perlu menggunakan produk Bank Syariah karena transaksi perbankan akan menjadi lebih mudah dan cepat dengan berbagai fasilitas yang disediakan Bank Syariah salah satunya yaitu <i>mobile banking</i> .					
3.	Saya merasa perlu menggunakan produk Bank Syariah karena lokasi kantor Bank Syariah sangat strategis dan mudah dijangkau, yang tentunya akan mempermudah dalam melakukan transaksi perbankan.					
Komitmen						
No	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1.	Saya merasa nyaman karena Bank Syariah selalu memberikan pelayanan yang menyenangkan bagi nasabahnya.					
2.	Saya memilih Bank Syariah karena kegiatan operasionalnya lebih transparan dan sesuai dengan kesepakatan antara pihak bank dan nasabah.					
3.	Saya memilih Bank Syariah karena Bank Syariah hanya membiayai proyek halal yang tidak bertentangan dengan syariah islam.					

Lampiran 2 Data Responden

No	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	5	5	5	5
3	4	5	4	5	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	4	4	4	3	4	3	3	3	2
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	4	4	3	5	4	3	5	4	5
8	4	4	5	4	5	4	4	4	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	3	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	5	5	4	5	4
12	4	4	4	4	4	4	5	4	5
13	5	4	3	5	4	3	5	4	4
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	5	5	4	4	5	4	5	4	5
16	4	4	3	5	4	1	3	3	3
17	4	3	3	4	4	3	4	3	3
18	4	4	3	4	5	4	4	3	4
19	5	4	4	4	4	4	4	4	4
20	3	2	4	3	3	4	4	3	4
21	4	4	4	4	4	3	4	4	4
22	3	2	4	3	5	4	3	3	3
23	4	4	3	3	3	4	4	4	4
24	4	3	4	4	3	3	4	3	4
25	4	4	4	5	4	4	4	4	4
26	4	3	4	5	5	4	3	4	3
27	4	4	4	4	3	5	3	4	4
28	5	4	5	4	3	5	4	4	4
29	5	4	5	5	5	5	5	5	5
30	4	4	5	5	5	5	5	5	5
31	4	5	3	4	3	3	4	3	3
32	4	4	4	3	3	3	4	4	4
33	4	4	3	3	5	4	4	4	4
34	3	3	4	3	4	4	5	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	5	5	4	5	5	5	4	4	4
37	4	5	4	4	5	4	4	4	4

79	4	4	5	3	4	4	4	4	5
80	5	5	5	5	5	5	5	4	5
81	4	4	4	4	4	5	5	4	5
82	5	5	5	5	5	5	5	4	5
83	5	5	4	5	5	5	5	4	4
84	5	5	5	5	5	5	5	4	5
85	4	5	4	4	4	4	5	4	4
86	5	5	4	4	5	5	5	5	5
87	5	5	4	5	5	5	5	4	5
88	5	5	4	5	5	5	5	5	5
89	3	4	3	4	4	4	4	4	5
90	3	4	3	4	4	4	4	5	5
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5
92	4	4	4	4	5	5	5	4	5
93	5	5	4	4	5	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	4	5	5	5	5	5
96	4	4	4	4	4	4	5	4	4
97	4	5	5	5	5	5	5	5	5
98	5	5	4	4	5	5	5	4	5
99	5	5	5	4	5	5	5	5	5
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4
No	Item								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	4	4	5	4	5	4	4	4
3	5	5	5	4	4	5	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	4	3	3	2
6	5	5	5	5	5	4	4	4	3
7	4	4	4	5	5	4	3	3	3
8	5	4	4	4	4	5	4	4	3
9	4	5	5	5	4	4	5	5	4
10	4	4	4	4	4	5	4	4	3
11	5	5	5	5	5	5	4	3	3
12	4	4	5	5	4	4	3	3	5
13	5	4	5	5	4	4	4	4	3
14	5	5	5	5	5	5	4	4	4
15	4	4	5	5	5	4	3	4	3
16	4	4	4	5	4	4	3	3	2
17	4	4	4	5	4	5	4	4	4

18	5	4	4	4	4	4	3	3	2
19	4	4	4	5	4	5	4	4	4
20	5	4	5	5	4	4	3	3	2
21	5	4	4	5	5	5	3	3	3
22	4	4	4	4	4	5	3	3	3
23	5	4	4	5	4	5	4	4	4
24	4	4	5	5	4	4	4	4	3
25	4	4	4	4	4	5	4	4	4
26	5	5	4	4	4	5	3	3	3
27	4	4	4	5	4	5	4	4	3
28	5	5	5	5	4	4	4	4	4
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	4	5	4	5	3	4	4	4
32	4	4	4	5	4	4	4	4	5
33	4	4	4	4	4	4	4	3	3
34	5	4	4	4	4	4	3	3	3
35	5	4	4	5	4	5	3	3	3
36	4	4	4	4	4	5	3	3	3
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	5	4	5	5	5	5	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	3	3	3
40	4	4	5	4	5	5	3	3	4
41	4	4	4	4	4	4	3	3	3
42	4	4	4	4	4	4	3	3	3
43	4	4	4	4	4	5	4	3	3
44	4	4	4	4	4	4	3	3	3
45	5	4	4	4	5	5	4	4	4
46	4	4	5	4	4	4	5	5	4
47	4	5	4	4	4	5	4	4	4
48	4	4	4	5	4	4	4	5	4
49	4	4	4	4	5	4	4	4	5
50	4	4	5	4	4	4	5	4	4
51	4	4	5	4	4	4	5	5	4
52	4	4	4	5	4	4	4	5	5
53	4	4	5	5	4	4	4	5	4
54	4	4	5	5	4	4	4	5	3
55	4	4	4	4	5	4	3	3	4
56	5	4	4	4	5	4	4	4	5
57	4	4	4	4	5	5	5	4	4
58	4	4	4	5	5	4	5	4	4

59	4	4	5	5	4	4	4	4	5
60	4	4	4	5	4	5	5	4	4
61	4	4	4	3	4	4	3	4	4
62	4	4	5	4	5	4	4	4	5
63	5	4	4	4	4	5	5	5	4
64	4	4	4	5	5	4	5	4	4
65	4	4	4	4	5	4	4	4	5
66	5	4	4	5	4	5	4	4	4
67	4	4	4	4	4	5	5	4	5
68	4	4	5	5	4	4	4	4	5
69	5	4	4	4	5	4	3	3	5
70	4	4	5	5	5	4	4	3	4
71	4	4	4	5	4	4	5	4	5
72	4	4	4	5	5	5	4	5	4
73	5	4	4	4	4	5	5	4	3
74	5	4	4	5	4	5	4	4	4
75	4	4	5	4	4	4	4	4	5
76	4	5	4	5	5	4	4	3	3
77	5	4	5	5	4	5	3	3	3
78	5	5	5	5	5	5	4	4	3
79	5	4	5	5	5	5	4	4	4
80	5	5	5	5	5	5	4	4	4
81	5	5	5	5	4	4	3	3	4
82	5	5	5	5	5	5	4	4	4
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4
84	5	5	5	5	5	5	4	4	4
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	4	4	5	5	5	5	3	3	4
87	4	5	4	5	4	5	5	5	4
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	5	5	5	5	5	5	4	4	4
90	4	4	4	4	5	5	4	4	4
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	4	5	5	5	5	5	4	4	4
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	5	5	5	5	5	5	5	4
96	4	4	4	4	4	4	3	3	3
97	4	4	5	5	5	5	4	4	4
98	4	4	5	5	5	5	4	4	4
99	5	5	5	5	4	5	4	4	4

100	4	4	4	4	4	4	4	4	4
No	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	5	4	4	4	5	4	4	4
3	5	5	5	5	4	5	4	3	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	2	2	3	5	5	2
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	4	3	5	3	4	5	5	4	3
8	4	4	5	4	4	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	4	4	4	4	4	5	5	3	3
11	4	4	4	4	5	5	4	5	4
12	4	5	4	4	4	4	4	5	5
13	4	4	4	4	5	5	5	4	3
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	3	4	4	4	5	5	5	4	4
16	4	4	4	3	4	3	4	2	2
17	4	4	4	4	4	4	3	4	3
18	4	4	4	3	4	4	3	4	3
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	3	4	3	5	5	3	3	3
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	3	3	3
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	5	3	4	5	5	4	4
25	4	4	5	4	4	4	4	4	4
26	3	4	4	3	4	5	4	4	3
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	5	5	4	4	5	5	4	4
29	5	5	5	5	4	5	5	5	5
30	4	4	4	4	4	5	4	4	4
31	3	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	4	5	5	3	4
33	5	4	5	5	5	5	5	5	5
34	4	4	4	4	3	5	4	3	3
35	3	3	3	3	4	5	5	5	5
36	4	5	5	5	5	5	5	5	5
37	4	4	4	4	5	4	4	5	4
38	4	4	5	4	5	5	5	5	5

39	4	5	3	3	4	3	3	3	5
40	3	4	5	5	4	4	4	5	4
41	4	3	4	4	3	3	4	3	3
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	5	5	5	4	3	5	5	5	5
44	4	4	3	3	3	3	3	3	3
45	4	5	3	5	4	5	4	4	4
46	4	5	5	4	4	3	4	5	4
47	5	4	4	5	5	4	4	3	4
48	5	4	4	5	4	3	4	5	4
49	4	5	4	5	3	4	4	4	5
50	5	4	5	4	3	4	4	5	3
51	4	5	4	3	4	5	4	5	4
52	3	5	4	4	4	4	4	3	4
53	4	4	5	3	4	4	5	5	4
54	4	5	4	4	4	4	5	5	4
55	4	5	4	4	4	4	5	5	4
56	4	5	4	4	4	3	4	5	4
57	5	4	4	5	4	4	4	5	5
58	5	4	4	4	3	4	4	4	5
59	4	5	4	4	5	3	4	4	5
60	4	5	4	4	3	4	5	5	3
61	4	5	5	4	4	5	5	5	4
62	4	5	4	4	3	4	4	5	5
63	4	5	4	3	4	5	4	4	4
64	4	5	4	4	3	4	4	4	5
65	5	5	5	4	4	5	4	4	4
66	4	4	5	5	5	5	4	3	4
67	4	5	4	4	5	5	4	4	4
68	5	5	4	4	3	4	4	4	5
69	4	5	4	5	4	4	3	5	4
70	4	5	5	5	5	4	4	4	3
71	5	5	5	4	4	3	4	4	4
72	5	4	4	4	5	4	3	3	4
73	4	5	4	4	5	5	4	4	5
74	4	5	4	4	4	3	4	5	4
75	5	4	4	4	3	4	4	4	5
76	4	4	5	3	4	5	5	5	4
77	4	4	5	5	5	5	5	5	5
78	5	5	5	4	5	5	5	4	5
79	5	3	4	4	4	5	5	4	5

80	4	4	4	4	3	5	5	4	5
81	5	5	5	4	3	5	5	4	4
82	3	4	4	3	4	5	5	4	4
83	5	4	5	5	4	5	5	4	5
84	5	5	5	5	5	5	5	4	5
85	5	5	5	4	4	5	5	4	4
86	5	5	5	5	5	5	5	4	4
87	5	5	5	5	5	5	5	4	5
88	5	5	5	4	4	5	5	4	5
89	4	4	4	4	4	5	5	4	5
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	5	5	5	4	4	5	5	4	4
92	5	4	4	4	4	5	5	4	5
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94	5	5	5	4	5	5	5	4	5
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5
99	4	4	4	4	4	5	5	4	4
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4
No	Item								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	5	5	4	4	4
3	4	5	4	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	3
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	4	4	4	4	4	3	5	4	4
8	4	5	4	4	4	4	4	4	5
9	5	5	5	5	5	4	4	5	5
10	5	4	4	4	4	3	4	4	4
11	5	5	5	5	5	4	5	4	5
12	4	4	5	4	4	4	4	4	4
13	5	5	5	5	5	5	5	4	4
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	5	5	4	5	4	5	5	4
16	4	4	4	4	4	4	3	3	3
17	4	4	4	4	4	4	4	3	4
18	4	4	5	4	4	4	4	3	3

19	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	3	3	3
21	4	4	4	3	4	3	4	4	4
22	4	4	4	4	4	3	3	3	3
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	3
25	4	4	4	4	5	4	4	4	4
26	4	4	4	5	4	4	4	4	4
27	4	5	4	4	4	4	4	4	4
28	5	5	4	5	4	4	4	4	3
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	5	5	4	5	4	4	4	4	5
31	4	4	5	5	4	4	5	4	4
32	4	4	4	4	3	4	5	5	4
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	3	4	3	3	3
35	5	4	4	4	4	4	5	5	5
36	5	5	5	5	5	5	5	5	4
37	4	5	4	4	4	4	4	4	5
38	4	5	4	5	5	5	4	5	5
39	4	4	4	4	4	4	3	4	3
40	5	5	4	4	4	4	4	4	5
41	4	4	4	4	4	4	3	4	3
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	5	4	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	3
45	5	4	4	4	5	4	4	5	3
46	4	5	5	4	4	4	5	4	5
47	5	4	4	4	5	4	4	5	4
48	5	4	4	4	4	5	4	4	5
49	4	4	4	4	5	4	4	5	4
50	4	4	5	5	4	4	4	4	5
51	5	5	4	4	4	5	4	4	4
52	4	5	4	4	4	5	3	4	5
53	4	5	4	4	4	5	5	4	4
54	4	4	5	4	4	5	5	4	4
55	4	4	4	5	4	4	5	5	3
56	4	4	5	5	4	4	4	5	5
57	4	4	5	4	4	4	4	5	5
58	5	4	4	4	5	4	4	3	4
59	5	4	4	4	4	5	4	4	5

Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas Variabel Persepsi

		Correlations									
		Item _1	Item _2	Item _3	Item _4	Item _5	Item _6	Item _7	Item _8	Item _9	Skor_t otal
Item _1	Pearson Correlation	1	.377*	.243*	.362*	.312*	.360*	.305*	.416*	.291*	.618**
	Sig. (2-tailed)		.000	.015	.000	.002	.000	.002	.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item _2	Pearson Correlation	.377*	1	.324*	.420*	.308*	.245*	.410*	.354*	.333*	.638**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.002	.014	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item _3	Pearson Correlation	.243*	.324*	1	.168	.295*	.475*	.327*	.339*	.298*	.589**
	Sig. (2-tailed)	.015	.001		.095	.003	.000	.001	.001	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item _4	Pearson Correlation	.362*	.420*	.168	1	.352*	.159	.213*	.308*	.316*	.554**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.095		.000	.114	.034	.002	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item _5	Pearson Correlation	.312*	.308*	.295*	.352*	1	.540*	.320*	.341*	.278*	.652**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.003	.000		.000	.001	.001	.005	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item _6	Pearson Correlation	.360*	.245*	.475*	.159	.540*	1	.469*	.483*	.448*	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.014	.000	.114	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item _7	Pearson Correlation	.305*	.410*	.327*	.213*	.320*	.469*	1	.450*	.442*	.669**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.001	.034	.001	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item _8	Pearson Correlation	.416*	.354*	.339*	.308*	.341*	.483*	.450*	1	.560*	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.002	.001	.000	.000		.000	.000

Item	Pearson	.478*	.307*	1	.403*	.338*	.401*	.526*	.328*	.267*	.708**
_3	Correlation	*	*	1	*	*	*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.000	.001	.000	.000	.001	.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item	Pearson	.463*	.367*	.403*	1	.433*	.222*	.185	.228*	.496*	.685**
_4	Correlation	*	*	*	1	*	*		*	*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.026	.066	.023	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item	Pearson	.153	.150	.338*	.433*	1	.382*	.176	.103	.275*	.550**
_5	Correlation			*	*	1	*			*	
	Sig. (2-tailed)	.128	.136	.001	.000		.000	.080	.306	.006	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item	Pearson	.185	.066	.401*	.222*	.382*	1	.567*	.106	.341*	.596**
_6	Correlation			*	*	*	1	*		*	
	Sig. (2-tailed)	.065	.514	.000	.026	.000		.000	.292	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item	Pearson	.246*	.141	.526*	.185	.176	.567*	1	.394*	.354*	.645**
_7	Correlation	*		*			*	1	*	*	
	Sig. (2-tailed)	.014	.161	.000	.066	.080	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item	Pearson	.118	.280*	.328*	.228*	.103	.106	.394*	1	.367*	.537**
_8	Correlation		*	*	*			*	1	*	
	Sig. (2-tailed)	.242	.005	.001	.023	.306	.292	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item	Pearson	.412*	.361*	.267*	.496*	.275*	.341*	.354*	.367*	1	.717**
_9	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007	.000	.006	.001	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Skor	Pearson	.589*	.525*	.708*	.685*	.550*	.596*	.645*	.537*	.717*	1
_tota	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	1
l	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Item _9	Pearson	.308*	.289*	.231*	.282*	.288*	.298*	.327*	.385*	1	.627**
	Correlation	*	*		*	*	*	*	*		
	Sig. (2-tailed)	.002	.004	.021	.004	.004	.003	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Skor _tota l	Pearson	.602*	.654*	.607*	.650*	.655*	.650*	.591*	.695*	.627*	1
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliabilitas Persepsi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.829	9

Reliabilitas Pengetahuan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	9

Reliabilitas Religiusitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.794	9

Reliabilitas Keputusan Penggunaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.813	9

Lampiran 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.560	2.542		2.581	.011		
	Persepsi (X1)	.300	.081	.371	3.728	.000	.338	2.960
	Pengetahuan (X2)	.268	.084	.248	3.203	.002	.560	1.785
	Religiusitas (X3)	.272	.075	.316	3.613	.000	.439	2.278

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan (Y)

Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Nomalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.76831094
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.048
	Negative	-.058
Test Statistic		.058
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.

Uji Linearitas

Variabel Persepsi Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Penggunaan * Persepsi	Between Groups	(Combined)	633.681	15	42.245	10.831	.000
		Linearity	572.707	1	572.707	146.835	.000
		Deviation from Linearity	60.974	14	4.355	1.117	.356
Within Groups			327.629	84	3.900		
Total			961.310	99			

Variabel Pengetahuan Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Penggunaan * Pengetahuan	Between	(Combined)	498.171	11	45.288	8.605	.000
	Groups	Linearity	416.165	1	416.165	79.075	.000
		Deviation from Linearity	82.006	10	8.201	1.558	.133
	Within Groups		463.139	88	5.263		
Total			961.310	99			

Variabel Religiusitas Nasabah

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Penggunaan * Religiusitas	Between	(Combined)	612.423	15	40.828	9.830	.000
	Groups	Linearity	501.954	1	501.954	120.853	.000
		Deviation from Linearity	110.469	14	7.891	1.900	.038
	Within Groups		348.887	84	4.153		
Total			961.310	99			

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.560	2.542		2.581	.011		
Persepsi (X1)	.300	.081	.371	3.728	.000	.338	2.960
Pengetahuan (X2)	.268	.084	.248	3.203	.002	.560	1.785
Religiusitas (X3)	.272	.075	.316	3.613	.000	.439	2.278

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan (Y)

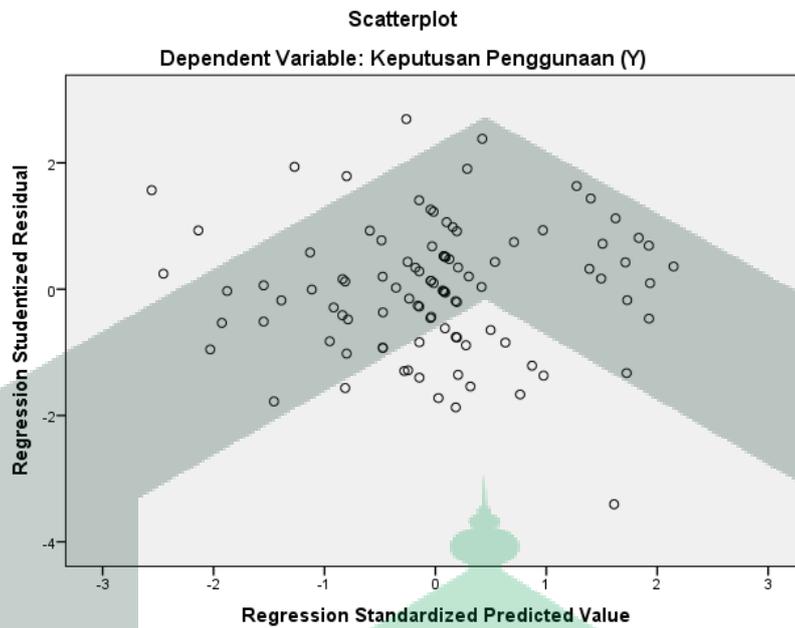
Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.097	1.629		.060	.953		
Persepsi (X1)	-.011	.052	-.036	-.208	.835	.338	2.960
Pengetahuan (X2)	.011	.054	.028	.206	.837	.560	1.785
Religiusitas (X3)	.032	.048	.102	.668	.506	.439	2.278

a. Dependent Variable: Abs_Res

Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser



Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis

Uji t Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.560	2.542		2.581	.011		
Persepsi (X1)	.300	.081	.371	3.728	.000	.338	2.960
Pengetahuan (X2)	.268	.084	.248	3.203	.002	.560	1.785
Religiusitas (X3)	.272	.075	.316	3.613	.000	.439	2.278

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan (Y)

Uji f Simultan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	651.745	3	217.248	67.371	.000 ^b
Residual	309.565	96	3.225		
Total	961.310	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan (Y)

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

Uji Determinasi r square

Model Summary^b

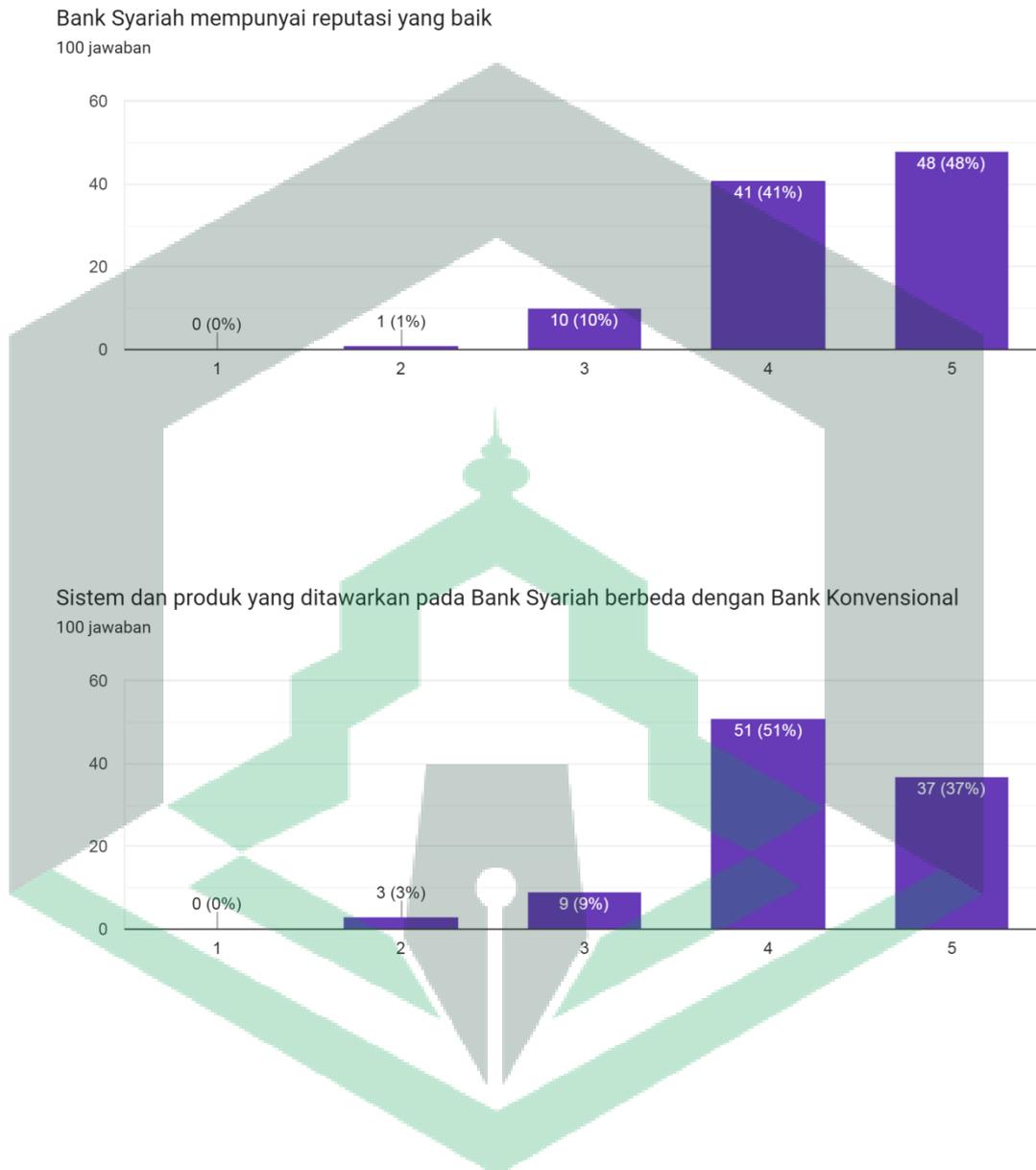
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.823 ^a	.678	.668	1.796	1.949

a. Predictors: (Constant), Religiusitas (X3), Pengetahuan (X2), Persepsi (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan (Y)

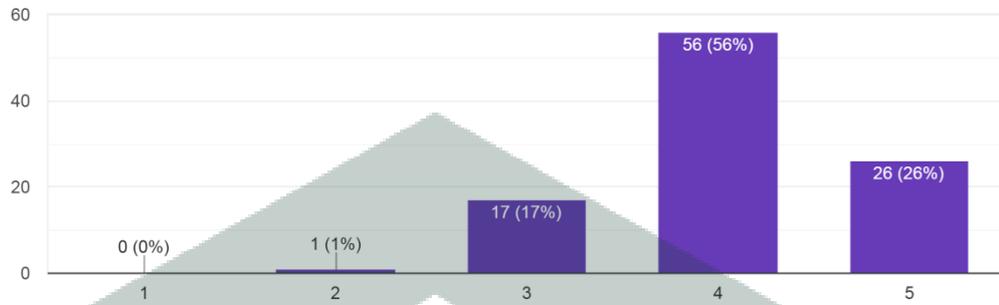
Lampiran 7 Diagram persentase Pengaruh Tiap Indikator

Variabel Persepsi (X1)



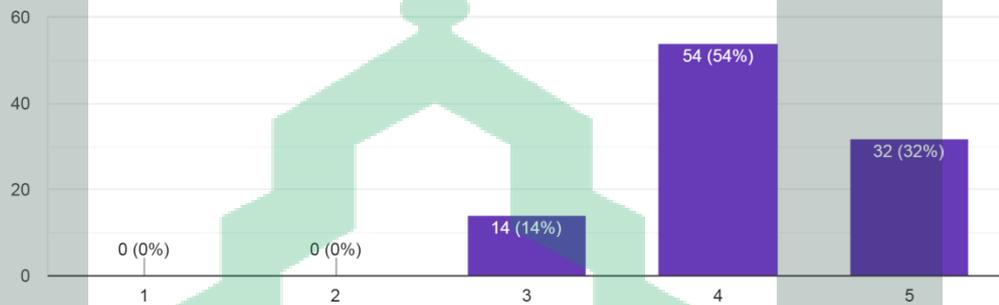
Pada Bank Syariah kita tidak menerima Bunga bank seperti pada Bank Konvensional

100 jawaban



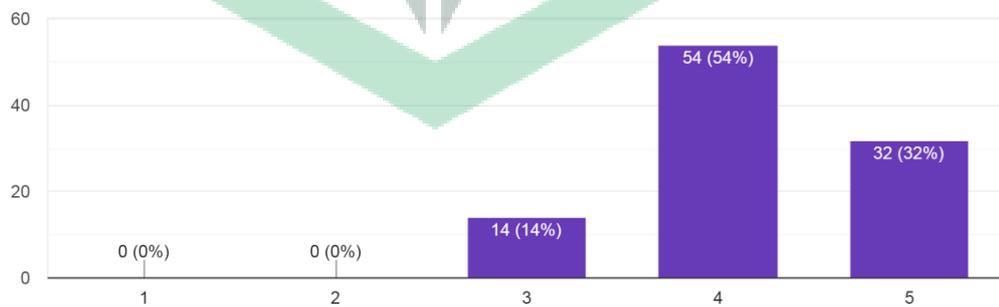
Menabung di Bank Syariah lebih minim resiko dibanding dengan Bank Konvensional

100 jawaban



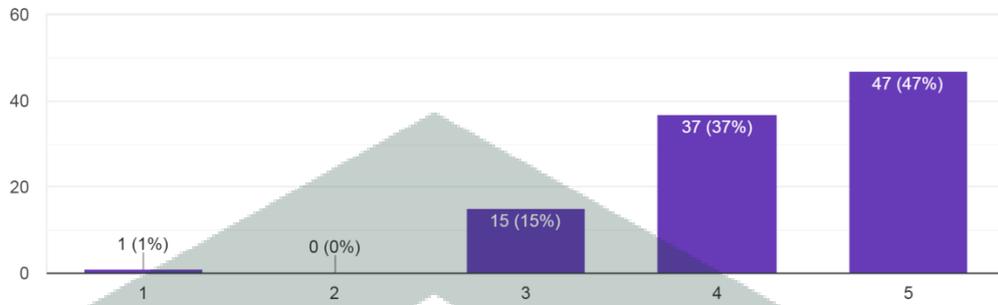
Menabung di Bank Syariah lebih minim resiko dibanding dengan Bank Konvensional

100 jawaban



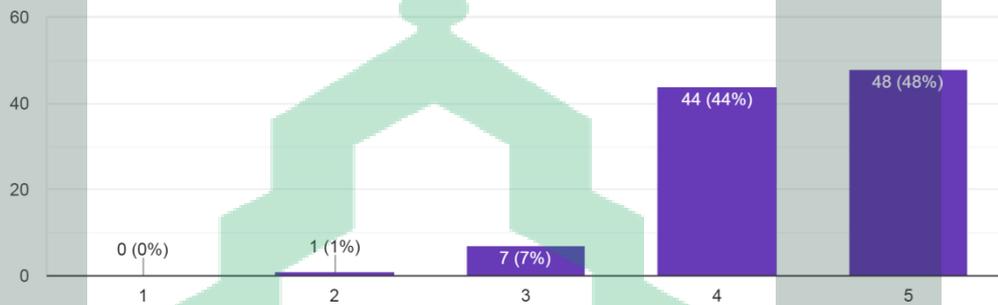
Dengan menggunakan produk-produk pada Bank syariah kita dapat terhindar dari riba

100 jawaban



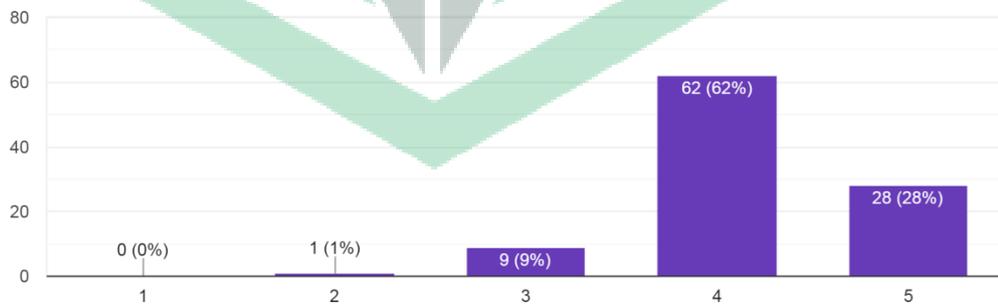
Sebagai muslim yang baik saya lebih suka menabung di Bank Syariah

100 jawaban



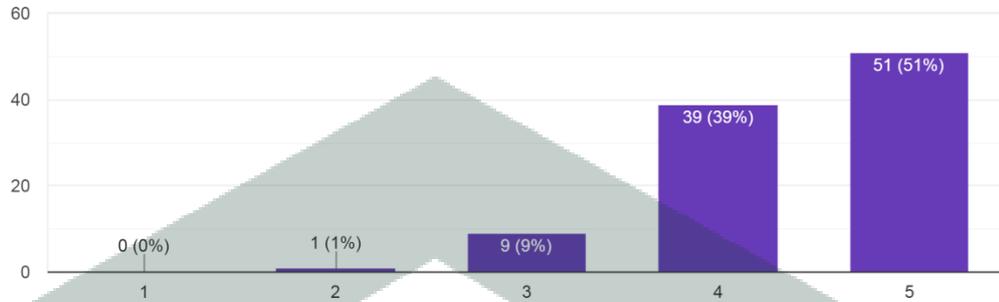
Dengan menggunakan jasa Bank Syariah kita dapat merealisasikan syariat islam secara menyeluruh

100 jawaban



Sistem dan produk yang ada pada Bank Syariah sesuai dengan syariat islam, dan saya ingin bermuamalah sesuai dengan syariat islam

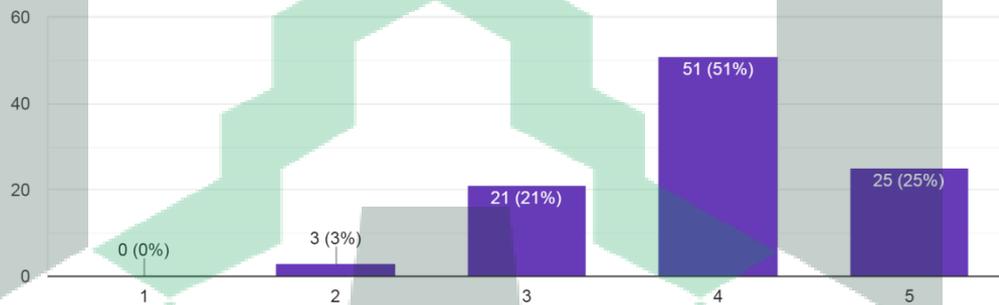
100 jawaban



Variabel Pengetahuan (X2)

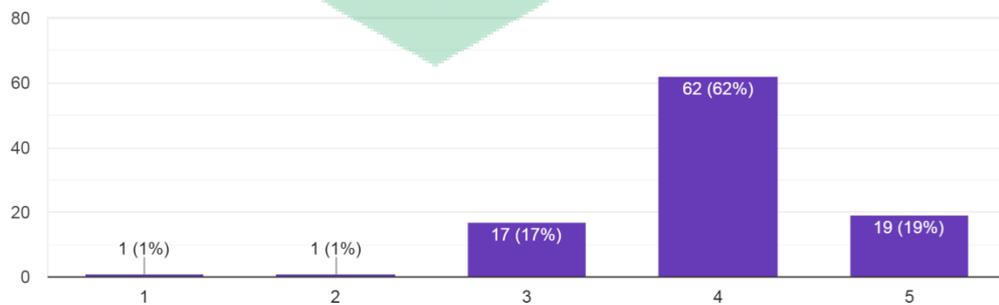
Saya mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan oleh Bank Syariah

100 jawaban



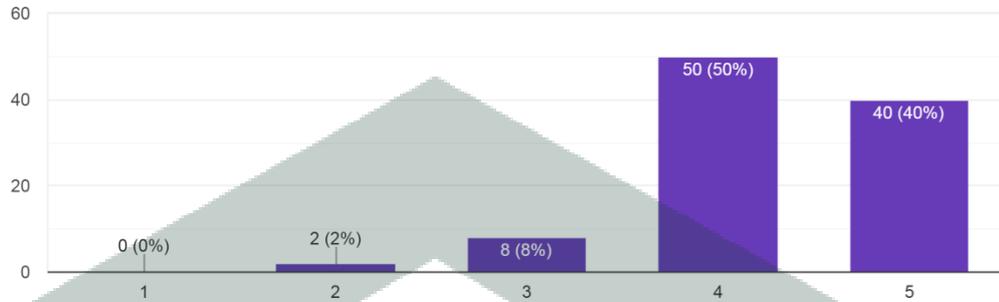
Saya mengetahui perbedaan antara produk dan jasa yang ditawarkan pada Bank Konvensional dan Bank Syariah

100 jawaban



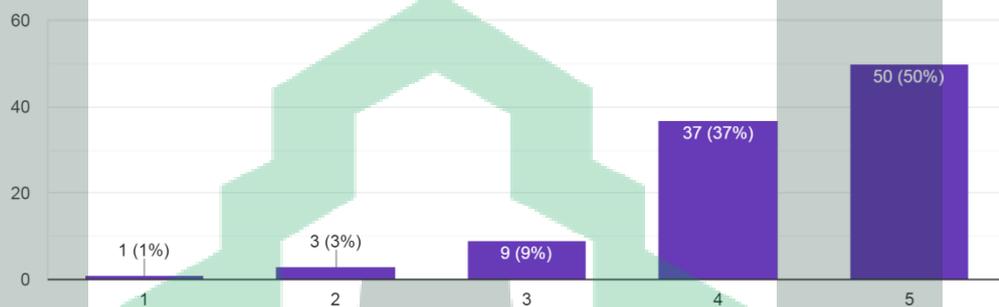
Saya mengetahui bahwa Bank Syariah menyediakan berbagai macam produk layanan, salah satunya yaitu produk tabungan

100 jawaban



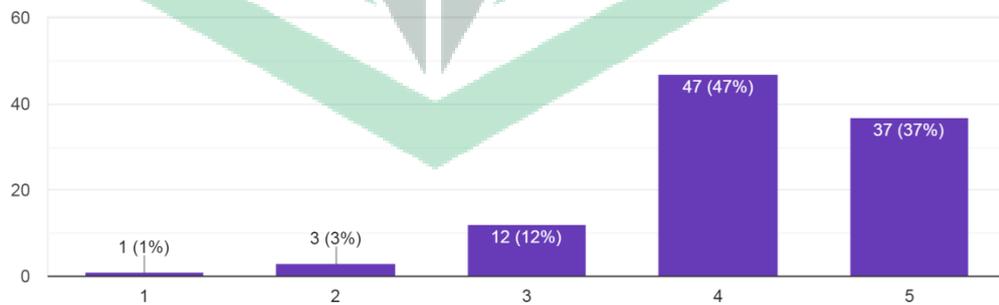
Saya mengetahui bahwa Bank Syariah adalah Bank yang menerapkan sistem bagi hasil

100 jawaban



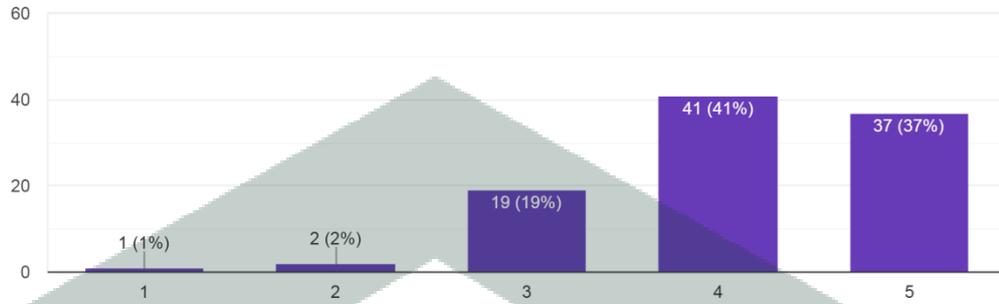
Saya mengetahui tentang sistem bagi hasil pada Bank Syariah

100 jawaban



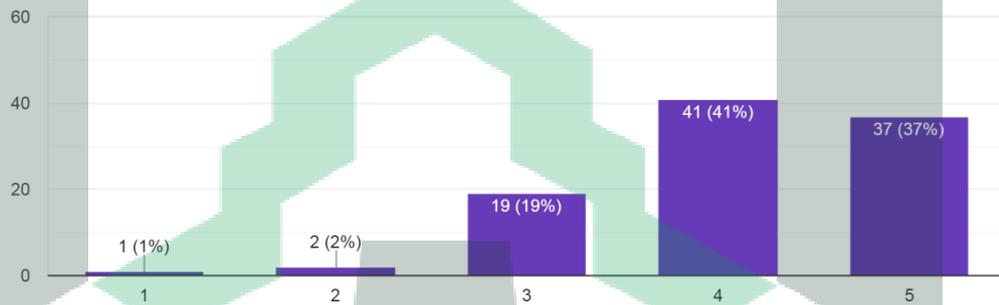
Saya mengetahui bahwa produk-produk yang ditawarkan pada Bank Syariah terbebas dari unsur riba

100 jawaban



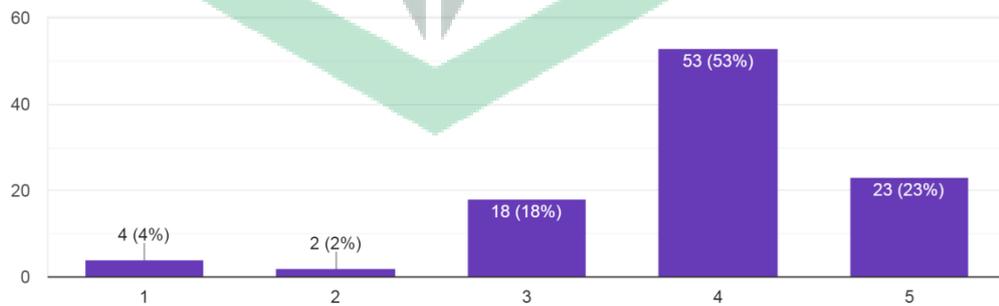
Saya mengetahui bahwa produk-produk yang ditawarkan pada Bank Syariah terbebas dari unsur riba

100 jawaban



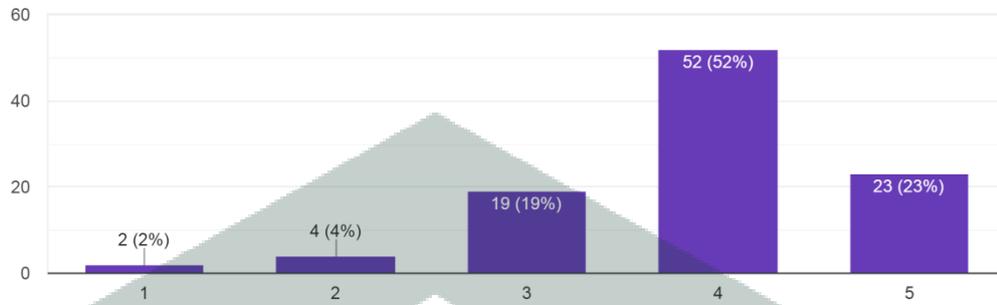
Saya mengetahui prinsip-prinsip yang ada pada Bank Syariah

100 jawaban



Saya mengetahui berbagai jenis tabungan pada Bank Syariah

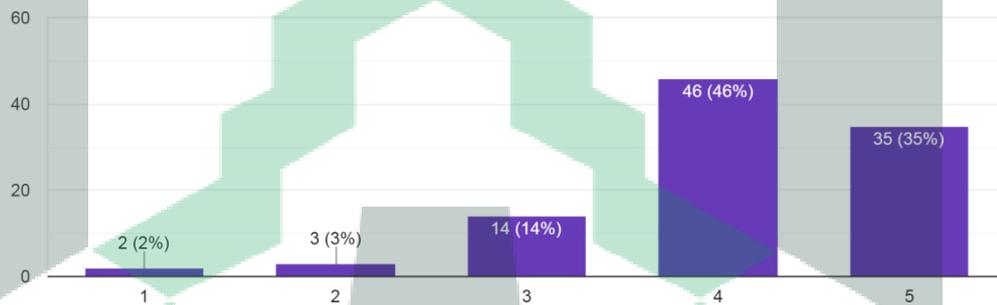
100 jawaban



Variabel Religiusitas (X3)

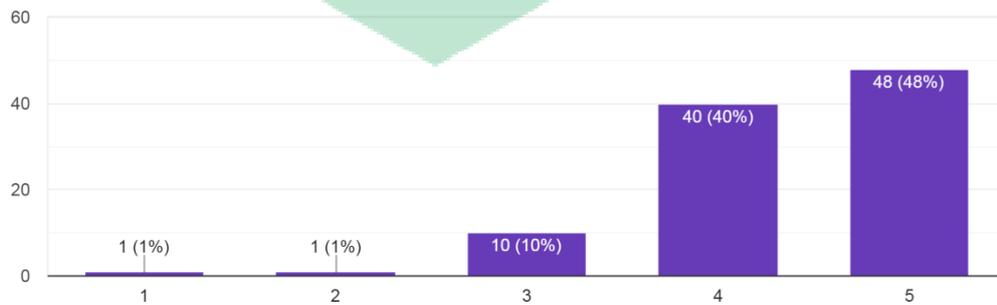
Saya meyakini bahwa sistem yang ada pada Bank Syariah merupakan sistem yang telah ada sejak zaman Rasulullah SAW

100 jawaban



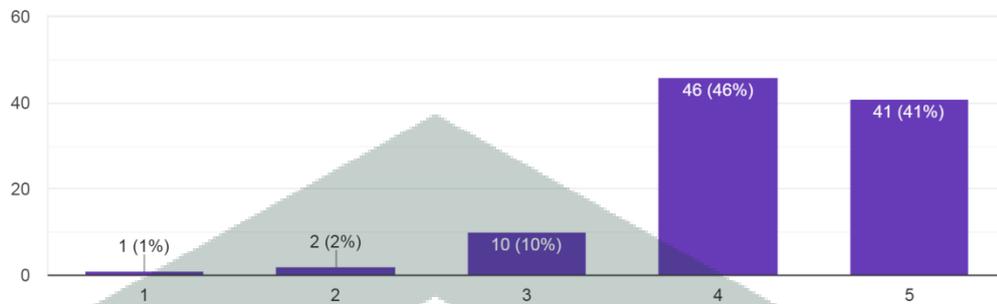
Saya merasa yakin untuk menggunakan produk Bank Syariah karena terhindar dari riba, penipuan dan ketidakjelasan

100 jawaban



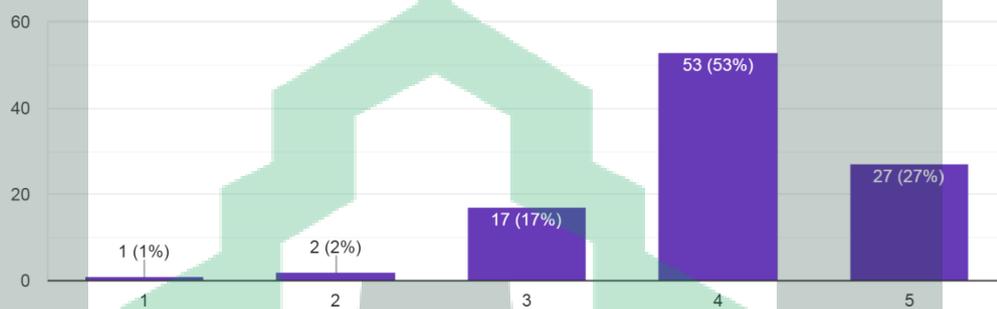
Saya meyakini bahwa Bank Syariah merupakan Bank yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis

100 jawaban



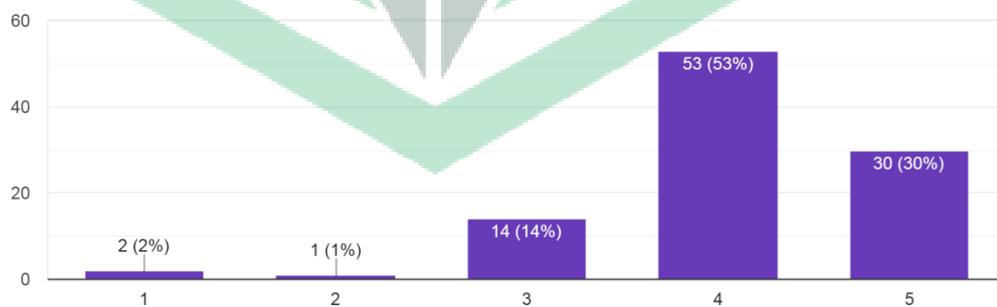
Praktik dan layanan yang dijalankan oleh Bank Syariah telah memenuhi syarat dan ketentuan syariat islam

100 jawaban



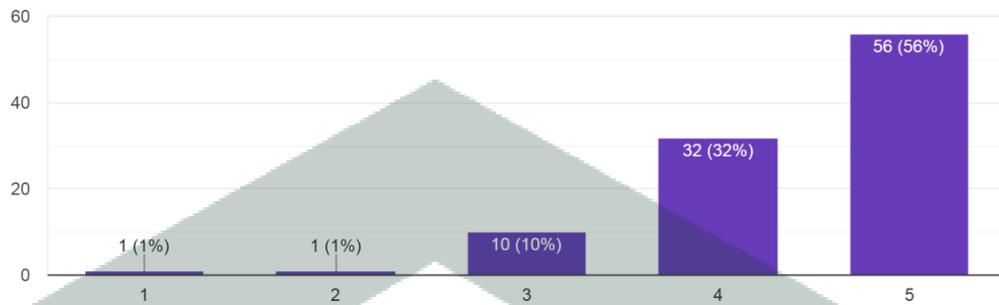
Bank syariah merupakan bank yang diperuntukkan untuk kemaslahatan umat

100 jawaban



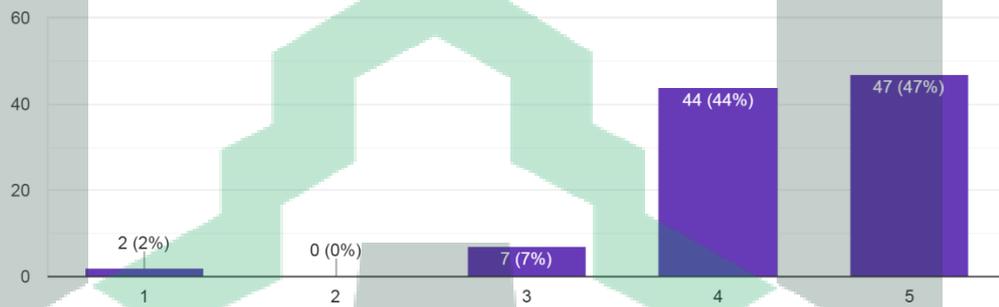
Sebagai muslim yang bertakwa saya diperintahkan untuk menjalankan perintah Allah dan menjauhi larangan-Nya

100 jawaban



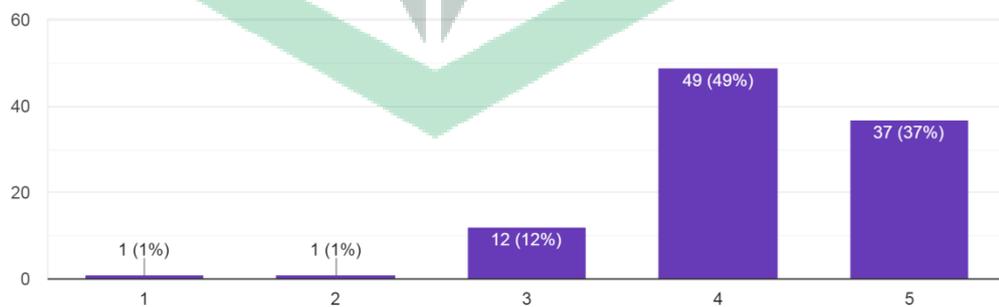
Bank Syariah bebas dari unsur riba, dalam syariat islam riba adalah dosa. Dan saya ingin terhindar dari riba

100 jawaban



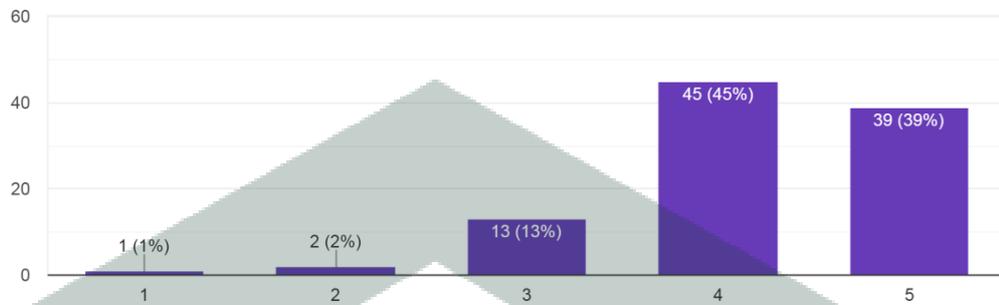
Sistem dan produk-produk Bank Syariah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip dan Syariah Islam

100 jawaban



Kegiatan Bank Syariah selalu memperhatikan perintah dan larangan dalam Al-qur'an dan Sunnah Rasul Muhammad SAW

100 jawaban



Variabel Keputusan Penggunaan (Y)

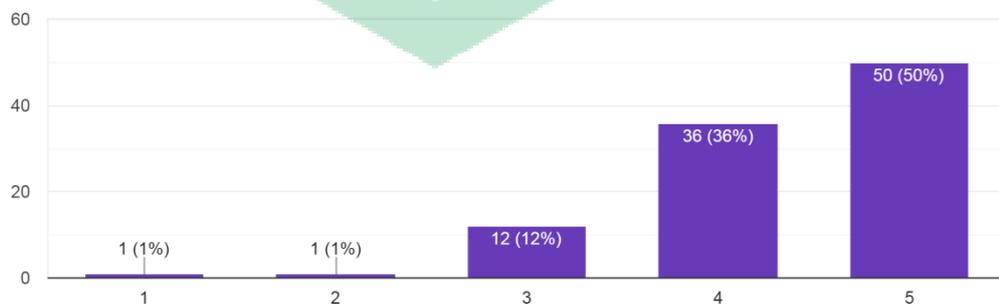
Saya tertarik dengan produk tabungan Bank Syariah karena terhindar dari unsur riba

100 jawaban



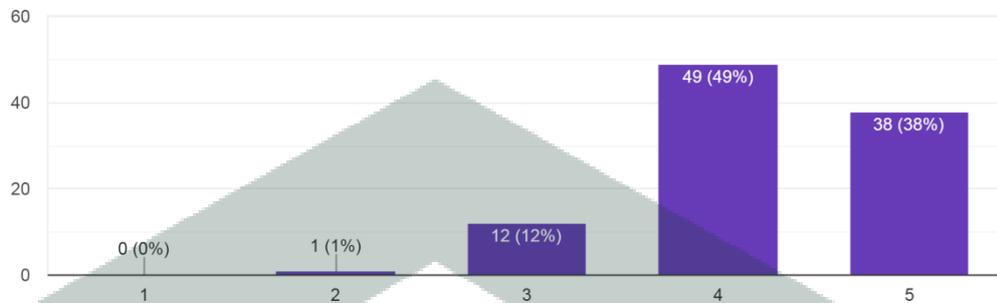
Saya memilih Bank Syariah karena sistem yang dijalankan sesuai dengan keyakinan saya yaitu syariat islam

100 jawaban



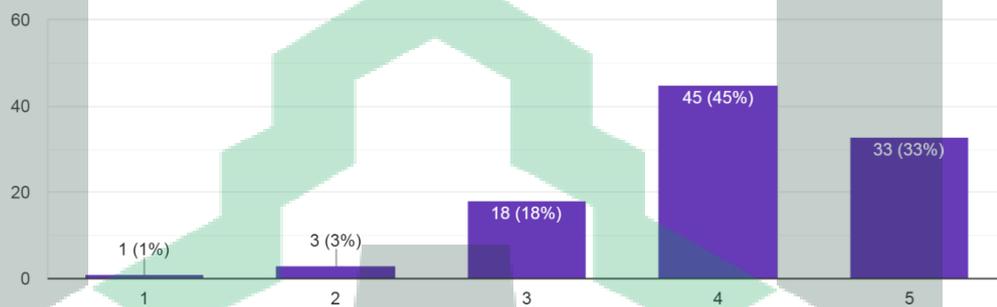
Saya memilih Bank Syariah karena Bank Syariah menyediakan berbagai macam produk yang beragam

100 jawaban



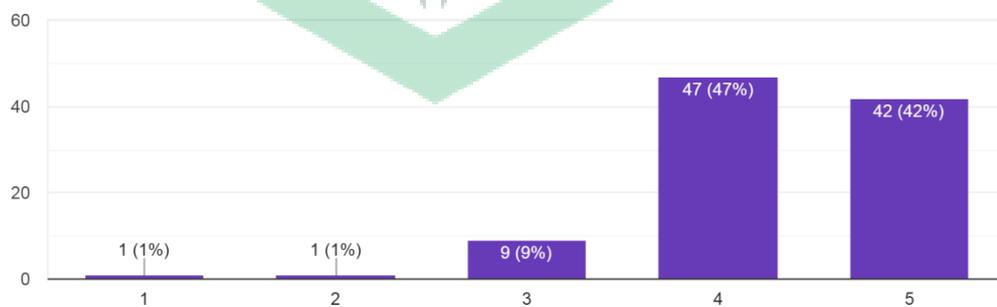
Saya merasa perlu menggunakan produk Bank Syariah karena aman dan tidak perlu khawatir ketika melakukan transaksi dimanapun, karena jaringan Bank Syariah yang luas

100 jawaban

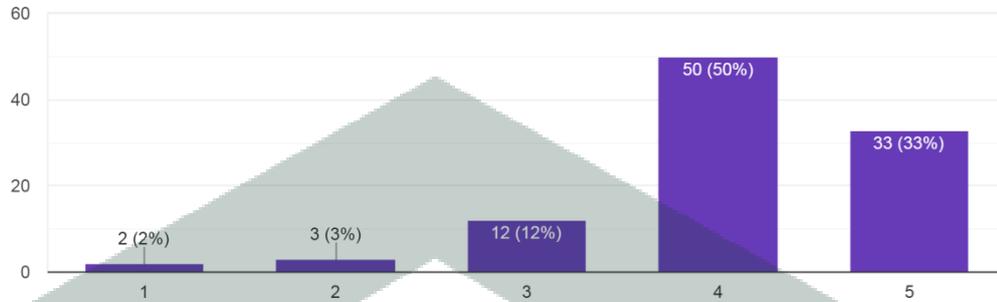


Saya merasa perlu menggunakan produk Bank Syariah karena transaksi perbankan akan menjadi lebih mudah dan cepat dengan berbagai fasilitas y... Bank Syariah salah satunya yaitu mobile banking

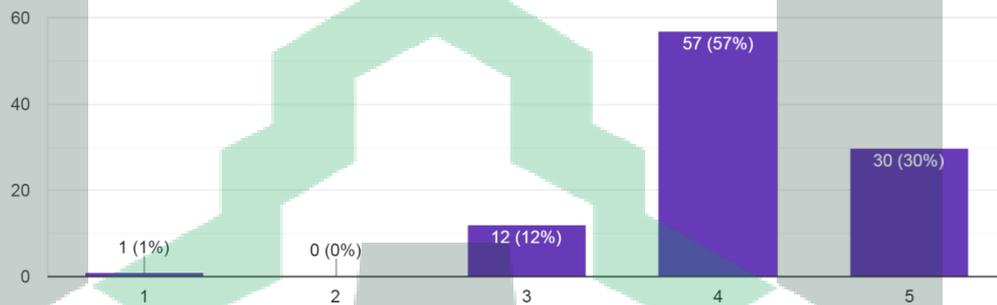
100 jawaban



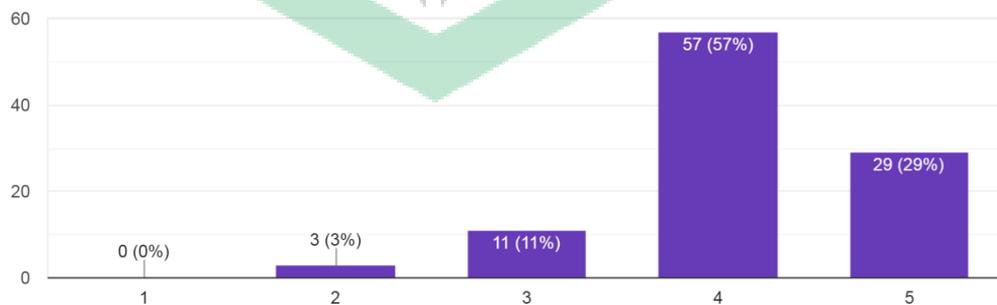
Saya merasa perlu menggunakan produk Bank Syariah karena lokasi kantor Bank Syariah sangat strategis dan mudah dijangkau, yang tentunya a...empermudah dalam melakukan transaksi perbankan
100 jawaban



Saya merasa nyaman karena Bank Syariah selalu memberikan pelayanan yang menyenangkan bagi nasabahnya
100 jawaban

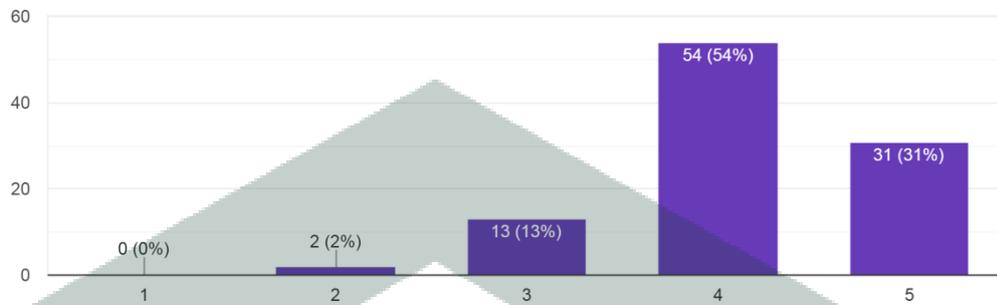


Saya memilih Bank Syariah karena kegiatan operasionalnya lebih transparan dan sesuai dengan kesepakatan antara pihak bank dan nasabah
100 jawaban



Saya memilih Bank Syariah karena Bank Syariah hanya membiayai proyek halal yang tidak bertentangan dengan syariah islam

100 jawaban





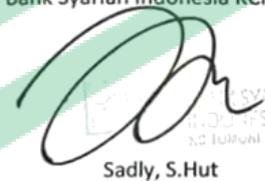
BANK SYARIAH INDONESIA
KANTOR CABANG PEMBANTU TOMONI

Jl. Trans Sulawesi Desa Beringin Jaya Kec. Tomoni Kab. Luwu Timur
Prov. Sulawesi Selatan
92972 Telp. 047-325044 HP. 085217823326

Nomor : 2 / 5623/18307
Lampiran : 1 Lembar
Hal : Surat Keterangan Penelitian
Yang bertanda tangan dibawah ini:
Nama : Sadly S. Hut
Jabatan : Pimpinan Kantor
Perusahaan : Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni
Alamat : Jl. Trans Sulawesi Desa Beringin Jaya Kec. Tomoni Kab. Luwu Timur
Dengan ini menerangkan bahwa:
Nama : Indriani Kurnia Saputri
NIM : 1804020046
Fakultas/prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Universitas : Institut Agama Islam Negeri Palopo

Adalah benar telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsinya yang berjudul "Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, dan Religiusitas Nasabah Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Tabungan Pada BSI Cabang Tomoni" sejak tanggal 30 Juni 2022 sampai dengan tanggal 2 Agustus 2022 dan telah pula membahas materi penelitiannya dengan kami.

Tomoni, 5 September 2022
Bank Syariah Indonesia KCP Tomoni



SADLY, S. HUT
KCP TOMONI

Pimpinan Kantor BSI KCP Tomoni

Riwayat Hidup



Indriani Kurnia Saputri Lahir di Luwu Timur 05 Januari 2001. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara, dari pasangan M. Idris Supu dan Sukarimah M.Z. Penulis memulai pendidikan sekolah dasar di SDN 147 Wonorejo pada tahun 2006 dan lulus tahun 2012 pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke SMPN 1 Mangkutana dan lulus pada tahun 2015. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke SMAN 4 Luwu Timur pada tahun 2015 dan lulus pada tahun 2018. Pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai Mahasiswa di Perguruan Tinggi Negeri, tepatnya di Institut Agama Islam Negeri Palopo, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Program Studi Perbankan Syariah dan lulus pada tahun 2022.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi, Pengetahuan, dan Religiusitas Nasabah Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Tabungan pada BSI Cabang Tomoni”**.

Contact Person Penulis : indrianiputrrii@gmail.com