

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Terhitung sudah lebih dari 26 tahun industri perbankan syariah hadir di negara Indonesia. Dalam kurun waktu tersebut perbankan syariah sudah menunjukkan ketahanannya dalam menghadapi krisis moneter tahun 1998 dan 2008. Kehadirannya di tengah-tengah masyarakat sudah memberiangin segar bagi mereka yang ingin menabung dan investasi sesuai dengan ketentuan syariah Islam. Setelah beroperasinya Bank Muamalat pada 1992 sebagai bank pertama berbasis syariah, kini perbankan syariah terus mengalami kemajuan signifikan baik dalam segi kuantitas kekayaan perusahaan maupun kuantitas jumlah industri perbankan, tapi sayang kemajuan itu tidak diimbangi dengan pangsa pasar yang di harapkan.

Perkembangan dunia perbankan syariah tidak lepas dari peran para nasabah yang memberikan kepercayaan terhadap pihak perbankan untuk penyimpanan asset keuangannya. Fungsi dari perbankan secara umum dalam hal penghimpunan dana dari masyarakat kemudian menyalurkannya kepada pihak yang defisit dan memerlukan dana sehingga dalam fungsi ini dana yang disimpan masyarakat akan lebih

produktif dan bermanfaat. Fungsi tersebut juga menjadi hal yang menarik bagi para investor untuk mendirikan sebuah bank dengan konsep syariah, di mana dana yang disimpan tidak semata-mata untuk mendatangkan keuntungan tapi juga ada nilai religiusitas di dalamnya.

Menurut data dari OJK sampai desember tahun 2016 *market share* perbankan syariah masih berada dibawah 6% dari total aset perbankan secara nasional, yaitu berada di level 5,12 % dengan jumlah nasabah bank syariah saat ini masih di bawah 10 juta. Jumlah Bank Umum Syariah (BUS) tercatat sebanyak 13 bank, jumlah Unit Usaha Syariah (UUS) sebanyak 21 bank, BPRS sebanyak 166 bank, dan jaringan kantor sebanyak 2.655. Adapun total aset khusus BUS dan UUS adalah Rp.356.504 triliun dan penghimpunan dana pihak ketiga perbankan syariah sebesar Rp.270.48 triliun (www.ojk.go.id).

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar sudah selayaknya menjadi pelopor dan kiblat pengembangan keuangan syariah di dunia. Hal ini bukan merupakan 'impian yang mustahil' karena potensi Indonesia untuk menjadi *global player* keuangan syariah sangat besar, diantaranya: (i) jumlah penduduk muslim yang besar menjadi potensi nasabah industri keuangan syariah; (ii) prospek ekonomi yang cerah, tercermin dari pertumbuhan ekonomi yang relatif tinggi kisaran (kisaran 5,0% - 6,0%) yang ditopang oleh fundamental

ekonomi yang solid; (iii) peningkatan *sovereign credit rating* Indonesia menjadi *investment grade* yang akan meningkatkan minat investor untuk berinvestasi di sektor keuangan domestik, termasuk industri keuangan syariah; dan (iv) memiliki sumber daya alam yang melimpah yang dapat dijadikan sebagai *underlying* transaksi industri keuangan syariah (www.bi.go.id).

Dalam penilaian *Islamic Finance Country Index (IFCI)* yang dipublikasikan pada *Global Islamic Financial Report (GIFR)* tahun 2016, yaitu penilaian pengembangan institusi keuangan syariah di tiap negara, Indonesia menduduki peringkat ke 6 berada di bawah Malaysia, Iran dan Saudi Arabia yang ada di posisi tiga besar. Ini merupakan pekerjaan rumah sekaligus tantangan yang harus dihadapi Indonesia. Indonesia dengan potensi yang memadai selangkahnya menjadi yang terdepan.

Gejala perkembangan perbankan syariah atau industri keuangan syariah semakin terlihat di negara luar, baik negara muslim atau non muslim. Pada saat ini sekitar 95 % dari aset perbankan syariah internasional didasarkan dari sembilan pasar inti, lima diantaranya berada di *GCC* (Arab Saudi, UEA, Qatar, Kuwait dan Bahrain). Pangsa pasar aset perbankan syariah di Arab Saudi, UEA, Qatar, Kuwait, Bahrain dan Malaysia kini antara 20 % dan 49 %. Sedangkan di negara-negara barat

atau non muslim. berbagai pusat keuangan dunia seperti London.Singapura dan Hongkong mencanangkan dirinya sebagai *International Islamic Financial Hub*(www.adiwarmankarim.com).

Contoh perkembangan perbankan syariah yang terbaru terjadi di Negara Oman.Oman mengakui bahwa mereka adalah negara paling telat dalam mengenal perbankan syariah di banding negara teluk lainya.tapi hanya dalam waktu 4 tahun dari 2013 sampai 2018 negara tersebut telah mencapai *market share* lebih dari 7% dari perbankan secara nasional di Oman dan itu melebihi Indonesia(my.sharing.co).

Perbankan syariah yang di dalamnya menggunakan sistem ekonomi Islam merupakan suatu keunggulan dari sistem konvensional.Sistem ekonomi Islam adalah suatu sistem yang merujuk pada syariat,yaitu petunjuk wahyu yang diyakini para penganutnya sebagai suatu sistem yang memiliki kekuatan dan kemampuan memakmurkan dan mensejahterakan para pengamalnya.baik muslim maupun non muslim. Ekonomi syariah diyakini sebagai sistem ekonomi yang mendapat panduan nilai dan norma kehidupan yang datang dari Yang Maha Besar dan Maha Adil Allah. SWT.Tujuannya pun untuk menciptakan dan mewujudkan kesejahteraan dunia-akhirat dalam masyarakat yang berkeadilan(S.Praja Juhaya:2012).

Sistem ekonomi Islam merupakan sistem ekonomi yang

“asli”bersumber pada nilai-nilai ajaran Islam.Sistem ekonomi Islam dibangun atas dasar bahwa alam dan segala isinya termasuk manusia adalah ciptaan Allah SWT dan sebagai makhluk dan *khalifatullah fil ardh*.manusia berkewajiban menjalankan dua tugas utama yaitu bertauhid kepada Allah dan memakmurkan dunia sesuai dengan cara-cara yang diperintahkannya. begitu juga sistem ekonomi Islam di dasarkan pada keyakinan bahwa Nabi Muhammad SAW adalah Rasul dan utusan Allah.pembawa kabar gembira serta sekaligus sebagai *uswatun hasanah*(Machmud Amir &Rukmana:2010).

Sedangkan sistem ekonomi konvensional adalah sistem ekonomi yang mengacu kepada sistem ekonomi kapitalis.sistem ekonomi buatan manusia melalui proses berfikirnya. Dalam perekonomian kapitalis setiap warga dapat mengatur nasibnya sendiri sesuai dengan kemampuannya. semua orang bebas bersaing dalam bisnis untuk memperoleh laba sebesar-besarnya.semua orang bebas melakukan kompetisi untuk memenangkan persaingan bebas dengan berbagai cara.Sistem kapitalis adalah sistem sekuler.yang mengkaji alat pemuas kebutuhan manusia dari aspek materi murni dan berpedoman pada kaidah pemisahan agama dari kehidupan secara final(Bukhori, 2012:39).

Sebenarnya pemerintah ada keinginan untuk menjadikan

perbankan syariah menjadi nomor satu di negara ini. Ada harapan pada masa mendatang seluruh aspek perekonomian akan berbasis syariah. sudah terlihat ada usaha-usaha, dukungan dan kebijakan menuju ke arah sana diantaranya dengan penyempurnaan regulasi bagi bank syariah yaitu dari UU No.7 Tahun 1992 menjadi UU No.10 Tahun 1998 dan UU No.23 Tahun 1999 dan disempurnakan menjadi UU No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah (Machmud Amir:2010).

Dukungan dan kebijakan dari pemerintah tidak serta merta memuluskan jalan untuk segera terwujudnya perkembangan perbankan syariah yang diharapkan jika masyarakatnya enggan untuk berkontribusi dalam cita-cita tersebut. Masyarakat menjadi kunci untuk perkembangan dan majunya perbankan syariah baik secara kualitas maupun kuantitas. Dan salah satu faktor untuk menarik masyarakat bergabung menggunakan jasa bank syariah adalah adanya sentuhan religius / religiusitas. Sentuhan religius yang dimaksud adalah meyakinkan kembali kepada masyarakat bahwa hadirnya bank syariah adalah sebagai solusi yang bersumber dari ajaran yang dibawa nabi Muhammad SAW yang didalamnya terkandung prinsip dan nilai-nilai yang sesuai syariah Islam.

Menurut Ahyadi (Sartika dkk.2011:438) kesadaran akan norma-norma agama berarti individu menghayati, menginternalisasikan dan

mengintegrasikan norma tersebut ke dalam diri pribadinya sehingga menjadi bagian dari hati nurani dan kepribadiannya. Kesadaran beragama bukan hanya penghayatan akan norma agama tentang peribadatan khusus, tapi juga penghayatan norma agama dalam bertingkah laku. Dalam jurnalnya Sartika mengutip pendapat Dister bahwa "seseorang yang sudah bertingkah laku sesuai dengan agamanya menunjukkan adanya unsur internalisasi agama dalam diri seseorang (religiusitas)". Istilah religiusitas digunakan sebagai kata untuk menunjukkan keterikatan seseorang terhadap agamayang dipeluknya (*Religious Commitment*).

Menurut Rokeach dan Bank (Sahlan, 2011:39) mengartikan keberagamaan atau *religiusitas* merupakan suatu sikap atau kesadaran yang muncul yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama. Sikap keagamaan merupakan suatu keadaan yang ada pada diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama (Jalaluddin, 2010:257). Keberagamaan atau *religiusitas* seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya, aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural.

Bukan hanya berkaitan dengan kegiatan yang tampak dan dapat dilihat dengan mata, tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada diri seseorang (Sahlan, 2011: 41). Berdasarkan sikap ini maka manusia dalam melakukan suatu aktivitas sesuai dengan ketentuan agama, sesuai dengan perintah Tuhannya dengan tujuan mendapat keridhaannya.

Umat Islam yang ada di Indonesia adalah mayoritas jika setiap individu-individu ada kesadaran dalam mengamalkan ajaran agama Islam sudah tentu kemaslahatan akan tercipta. Ajaran agama Islam sangat lengkap menyentuh berbagai aspek kehidupan tidak hanya urusan ibadah *mahdoh* yaitu hubungan setiap individu langsung dengan Tuhannya seperti sholat, zakat, puasa, ibadah haji dan lain-lain, tapi juga ada *ghoiru mahdoh* yaitu hubungan setiap individu dengan sesama atas dasar menjalankan perintah Tuhannya yang di dalamnya tentu tidak lepas dari masalah *mu'amalah* seperti jual beli, pinjam meminjam, kerjasama bisnis, sampai masalah penggunaan jasa perbankan.

Berangkat dari kesadaran dan pemahaman ajaran syariah Islam maka akan timbul sikap dan keputusan yang mencerminkan ajaran syariah Islam tersebut, kehidupannya dan keputusan yang diambil dalam segala urusan akan sesuai dengan norma-norma yang di yakini

kebenarannya.

G.R.Terry (Syamsi.Ibnu:2000: 5) mengemukakan bahwa pengambilan keputusan adalah sebagai pemilihan yang didasarkan kriteria tertentu atas dua atau lebih alternatif yang mungkin. masih dalam buku yang sama ahli lain yaitu Horold dan Cyril O'Donnell mengatakan bahwa pengambilan keputusan adalah pemilihan diantara alternatif mengenai suatu cara bertindak yaitu inti dari perencanaan. suatu rencana dapat dikatakan tidak ada jika tidak ada keputusan. suatu sumber yang dapat dipercaya, petunjuk atau reputasi yang telah dibuat.

Sedangkan pengambilan keputusan dalam pembelian atau keputusan untuk menjadi nasabah yaitu: "beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk". (Kotler 2009: 187)

Pilihan nasabah Bank Muamalat Indonesia sebagai responden penelitian karena Bank Muamalat Indonesia merupakan Bank Syariah yang memiliki aset besar dan juga merupakan Bank Syariah yang pertama berdiri yang menjadi cikal bakal bank-bank syariah lain di Indonesia. jadi Bank Muamalat Indonesia memiliki nilai sejarah di banding bank syariah lain.

Berdasarkan data dan teori di atas, penelitian ini akan mengarah pada usaha menemukan fakta mengenai seberapa besar hubungan antara dimensi tingkat *religiusitas* pada diri nasabah dengan

keputusannya menjadi nasabah atau menabung di perbankan syariah. Penelitian ini mencoba menganalisis faktor *religiusitas* yang dianggap dapat mempengaruhi konsumen / nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah.

Berdasarkan pemaparan-pemaparan yang telah diuraikan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Hubungan Latar Belakang Tingkat Religiusitas Dengan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Kuningan)".

B. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus dan tidak meluas, penulis membatasi penelitian ini dengan batasan sebagai berikut:

1. Latar belakang yang dimaksud adalah sisi kehidupan dari seseorang atau individu dalam kehidupan keseharian. Dalam hal ini yang akan diteliti adalah sisi keagamaan / religiusitas.
2. Nasabah yang diteliti adalah nasabah yang beragama Islam (muslim).

3. Untuk mengukur tingkat religiusitas nasabah dan keputusan menjadi nasabah adalah menggunakan angket dengan beberapa kriteria penilaian yang telah disesuaikan dengan beberapa teori menurut para ahli. Penelitian ini difokuskan pada nasabah pengguna produk tabungan/simpanan di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Kuningan.

C. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini penulis mencoba merumuskan persoalan dalam bentuk pertanyaan:

1. Bagaimana keadaan tingkat Religiusitas nasabah bank syariah?
2. Berapa besartingkat keputusan seseorang menjadi nasabah bank syariah?
3. Adakah hubungan antara latar belakang tingkat Religiusitas dengan keputusan menjadi nasabah bank syariah?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memperoleh gambaran tentang tingkat religiusitas nasabah bank syariah.

2. Untuk memperoleh data tentang pengambilan keputusan memilih bank syariah.
3. Untuk menganalisis hubungan antara latar belakang tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah.

E. Kegunaan Hasil Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik teoritis maupun praktis. antara lain :

1. Manfaat Teoritis

- a. Menambah pengetahuan/wawasan bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca umumnya.
- b. Untuk memperkaya khasanah ilmu pengetahuan khususnya di bidang Ekonomi Syariah.

2. Manfaat Praktis

- a. Dapat memberikan sumbangan informasi bagi pihak Bank Muamalat Indonesia dalam penetapan kebijakan dan pengambilan keputusan dalam menarik nasabah.
- b. Bagi perguruan tinggi, diharapkan dapat menambah informasi dan perbendaharaan kepustakaan pada Prodi Ekonomi Syariah. IAI Bunga Bangsa Cirebon.
- c. Bagi peneliti, untuk menambah pengetahuan, wawasan dan

pengalaman dalam menganalisis tingkat religiusitas nasabah terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Latar Belakang Tingkat Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Agama merupakan sesuatu yang amat penting yang menjadi kebutuhan dasar bagi manusia. Dengan berpegang teguh pada agama maka akan membawa ketenangan dalam hidup dan juga akan tercipta kebahagiaan hidup di dunia bahkan keselamatan kelak di akhirat. hadirnya agama adalah sebagai pedoman yang berisikan aturan dalam menjalani hidup dan kehidupan. individu yang menjalankan agama secara benar akan dinilai sebagai individu yang religius.

Pengertian religius dalam beberapa pendapat di jabarkan sebagai berikut: dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan beberapa istilah yang saling berhubungan, yaitu: 1) Religi (*religion*, kata benda) agama, kepercayaan, penyembahan, penghambaan, terhadap satu kekuatan supernatural yang dianggap sebagai Tuhan yang menentukan nasib manusia, suatu ungkapan terlembaga atau formal dari kepercayaan tersebut. Religius (kata sifat) bersifat agamis, berhubungan dengan agama, sesuai dengan prinsip-prinsip suatu agama. Keberagamaan (*religiousness*, kata benda) keadaan atau kualitas seseorang menjadi religius. Religiusitas

(*religiosity*, kata benda) ketaatan pada agama atau keberagamaan.

Religius menurut Islam adalah menjalankan ajaran agama secara menyeluruh. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 208:

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

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam secara keseluruhannya, dan janganlah kamu turut langkah-langkah syaitan. Sesungguhnya syaitan itu musuh yang nyata bagimu."

Menurut Jalaluddin (2007:25) agama mempunyai arti percaya kepada Tuhan atau kekuatan *super human* atau kekuatan yang di atas dan disembah sebagai pencipta dan pemelihara alam semesta, ekspresi dari kepercayaan di atas berupa amal ibadah, dan suatu keadaan jiwa atau cara hidup yang mencerminkan kecintaan atau kepercayaan terhadap Tuhan, kehendak, sikap dan perilakunya sesuai dengan aturan Tuhan seperti tampak dalam kehidupan kebiasaan.

Jalaludin dalam buku yang lain menjelaskan bahwa keberagamaan atau *religiusitas* seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya, aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang

didorong oleh kekuatan supranatural. Bukan hanya berkaitan dengan kegiatan yang tampak dan dapat dilihat dengan mata, tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada diri seseorang (Sahlan, 2011: 41)

Menurut Glock dan Stark (Ancok, 2004:16), agama adalah sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang terlembagakan, yang semuanya itu berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi (*ultimate meaning*).

Menurut Harun Nasution (Nashori, 2002:12) agama adalah (1) Pengakuan terhadap adanya hubungan manusia dengan kekuatan gaib yang harus dipatuhi. (2) Pengakuan terhadap adanya kekuatan gaib yang menguasai manusia. (3) Mengikat diri pada suatu bentuk hidup yang mengandung pengakuan pada suatu sumber yang berada di luar diri manusia dan yang mempengaruhi perbuatan-perbuatan manusia. (4) Kepercayaan pada suatu kekuatan gaib yang menimbulkan cara hidup tertentu. (5) Suatu sistem tingkah laku (*code of conduct*) yang berasal dari sesuatu kekuatan gaib. (6) Pengakuan terhadap adanya kewajiban-kewajiban yang diyakini bersumber pada suatu kekuatan gaib. (7) Pemujaan terhadap kekuatan gaib yang timbul dari perasaan lemah dan perasaan takut terhadap kekuatan misterius yang terdapat dalam alam sekitar manusia.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa religiusitas adalah proses seseorang memahami dan menghayati agama dalam kehidupannya yang mencakup keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan agama dan pengamalan agama dalam kehidupannya.

b. Dimensi Religiusitas

Menurut Glock dan Stark (Ancok, 2004:77) ada lima macam dimensi keberagamaan, yaitu dimensi keyakinan (ideologis), dimensi peribadatan atau praktek agama (ritualistik), dimensi penghayatan (eksperiensial), dimensi pengamalan (konsekuensial), dimensi pengetahuan agama (intelektual).

1) Dimensi Keyakinan

Dimensi ini berisi pengharapan-pengharapan dimana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut. Setiap agama mempertahankan seperangkat kepercayaan di mana para penganut diharapkan akan taat. Walaupun demikian, isi dan ruang lingkup keyakinan itu bervariasi tidak hanya diantara agama-agama, tetapi sering kali juga diantara tradisi-tradisi dalam agama yang sama.

2) Dimensi Praktek Agama

Dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan, dan

hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Praktik-praktik keagamaan ini terdiri atas dua kelas penting, yaitu: 1) Ritual, mengacu kepada seperangkat ritus, tindakan keagamaan formal dan praktek-praktek suci yang semua mengharapkan para pemeluk melaksanakan. Dalam agama Islam hal tersebut dilaksanakan dengan menggelar hajatan seperti pernikahan, khitanan. 2) Ketaatan, ketaatan dan ritual bagaikan ikan dengan air, meski ada perbedaan penting. Apabila aspek ritual dari komitmen sangat formal dan khas publik, semua agama yang dikenal juga mempunyai perangkat tindakan persembahan dan kontemplasi personal yang relatif spontan, informal dan khas pribadi. Dalam ajaran agama Islam hal ini dilakukan dengan melaksanakan rukun-rukun Islam yaitu shalat, zakat, puasa.

3) Dimensi Pengalaman

Dimensi ini berisikan dan memperhatikan fakta bahwa semua agama mengandung pengharapan-pengharapan tertentu, meski tidak tepat jika dikatakan bahwa seseorang yang beragama dengan baik pada suatu waktu akan mencapai pengetahuan subjektif dan langsung mengenai kenyataan terakhir (kenyataan terakhir bahwa ia akan mencapai suatu kontak dengan kekuatan supernatural). Pada dimensi ini,

dalam pengaplikasiannya adalah dengan percaya bahwa Allah yang mengabulkan do'a-do'a kita, yang memberi rizki pada kita sebagai hamba-Nya.

4) Dimensi Pengetahuan Agama.

Dimensi ini mengacu kepada harapan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci dan tradisi-tradisi. Dimensi pengetahuan dan keyakinan jelas berkaitan satu sama lain, karena pengetahuan mengenai suatu keyakinan adalah syarat bagi penerimaannya. Walaupun demikian, keyakinan tidak perlu diikuti oleh syarat pengetahuan, juga semua pengetahuan agama tidak selalu bersandar pada keyakinan. Misal dalam agama Islam dengan mengikuti pengajian, membaca buku-buku yang berkaitan dengan ajaran agama Islam.

5) Dimensi Pengamalan atau Konsekuensi.

Konsekuensi komitmen agama berlainan dari keempat dimensi yang sudah dibicarakan di atas. Dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Dimensi ini tercermin dalam perilaku yang menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya seperti jujur dan tidak berbohong.

Menurut Ancok dan Suroso dalam bukunya yang berjudul "*Psikologi Islami*" mengemukakan bahwa rumusan Glock dan Stark yang membagi keberagamaan menjadi lima dimensi dalam tingkat tertentu mempunyai kesesuaian dalam Islam yaitu:

- 1) Dimensi keyakinan atau akidah Islam menunjuk pada seberapa tingkat keyakinan muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agamanya, terutama terhadap ajaran-ajaran yang bersifat fundamental dan dogmatik. Di dalam keber-Islaman, isi dimensi keimanan menyangkut keyakinan tentang Allah, para Malaikat, Nabi atau Rasul, Kitab-kitab Allah, Surga dan Neraka, serta Qadha' dan Qadar.
- 2) Dimensi peribadatan (atau praktek agama) atau syariah menunjuk pada seberapa tingkat kepada Tuhan muslim dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana dianjurkan oleh agamanya. Dalam keber-Islaman, dimensi peribadatan menyangkut pelaksanaan shalat, puasa, zakat, haji, membaca Al-Qur'an, do'a, zikir, ibadah kurban, iktikaf di masjid di bulan ramadhan.
- 3) Dimensi pengamalan atau akhlak menunjuk pada seberapa tingkatan muslim berperilaku yang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya, yaitu bagaimana individu berelasi dengan dunianya, terutama dengan manusia lain. Dalam kehidupan

keseharian. dimensi ini meliputi perilaku suka menolong, bekerjasama, berderma, mensejahterakan dan menumbuhkembangkan orang lain, menegakkan keadilan dan kebenaran, berlaku jujur, memaafkan, menjaga lingkungan hidup, menjaga amanat, tidak mencuri, tidak korupsi, tidak menipu, tidak berjudi, tidak meminum-minuman yang memabukkan, mematuhi norma-norma Islam dalam perilaku seksual, berjuang untuk hidup sukses menurut ukuran Islam.

4) Dimensi pengetahuan atau ilmu menunjuk pada seberapa tingkat pengetahuan dan pemahaman muslim terhadap ajaran-ajaran agamanya, terutama mengenai ajaran-ajaran pokok dari agamanya, sebagaimana termuat dalam kitab sucinya. Dalam kehidupan keseharian dimensi ini menyangkut pengetahuan tentang isi Al-Qur'an, pokok-pokok ajaran agama yang harus diimani dan dilaksanakan (rukun Islam dan rukun iman), hukum-hukum Islam, sejarah Islam.

5) Dimensi pengalaman atau penghayatan adalah dimensi yang menyertai keyakinan, pengamalan, dan peribadatan. Dimensi penghayatan menunjuk pada seberapa jauh tingkat seorang muslim dalam merasakan dan mengalami perasaan-perasaan dan pengalaman-pengalaman religius. Dalam kehidupan keseharian, dimensi ini terwujud dalam perasaan dekat atau akrab dengan Allah, perasaan do'a-do'anya sering terkabul,

perasaan tentram bahagia karena menuhankan Allah SWT, perasaan bertawakkal (pasrah diri secara positif) kepada Allah, perasaan khusyuk ketika melaksanakan shalat atau berdoa, perasaan tergetar ketika mendengar adzan atau ayat-ayat Al-Qur'an, perasaan bersyukur kepada Allah, perasaan mendapat peringatan atau pertolongan dari Allah.

Dimensi-dimensi religiusitas yang dikemukakan oleh Glock dan Stark yang mengacu pada lima dimensi yakni dimensi keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan agama, dan pengamalan atau konsekuensi. Dalam penelitian ini peneliti menghubungkan dimensi tersebut dalam dimensi religiusitas yang mengarah pada perspektif Islam yang meliputi dimensi keyakinan atau akidah Islam, peribadatan atau praktik agama atau syariah, pengamalan atau akhlak, penghayatan, dan ilmu seperti yang dikemukakan oleh Ancok dan Suroso.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Religiusitas

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

- 1) Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial

Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam

perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.

2) Faktor pengalaman

Berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan. Terutama pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.

3) Faktor kehidupan

Kebutuhan-kebutuhan ini secara garis besar dapat menjadi empat, yaitu: (a) kebutuhan akan keamanan atau keselamatan, (b) kebutuhan akan cinta kasih (c) kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan (d) kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.

4) Faktor Intelektual yang berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa setiap individu berbeda-beda tingkat religiusitasnya dan dipengaruhi oleh dua macam faktor secara garis besarnya yaitu internal dan eksternal. Faktor internal yang dapat mempengaruhi religiusitas seperti adanya pengalaman-pengalaman emosional keagamaan, kebutuhan individu yang

mendesak untuk dipenuhi seperti kebutuhan akan rasa aman, harga diri, cinta kasih dan sebagainya. Sedangkan pengaruh eksternalnya seperti pendidikan formal, pendidikan agama dalam keluarga, tradisi-tradisi sosial yang berlandaskan nilai-nilai keagamaan, tekanan-tekanan lingkungan sosial dalam kehidupan individu.

Dari berbagai teori tentang religiusitas yang telah diuraikan, pada penelitian ini akan menggunakan acuan teori dari Glock dan Stark bahwa terdapat lima dimensi dalam religiusitas yaitu ideologi, intelektual, ritualis, pengalaman keagamaan, dan konsekuensi perilaku.

2. Keputusan Pembelian

a. Definisi Keputusan Pembelian

G. R. Terry (Syamsi, 2000:5) mengemukakan bahwa pengambilan keputusan adalah sebagai pemilihan yang didasarkan kriteria tertentu atas dua atau lebih alternatif yang mungkin. Sedangkan Desmita (2008:198) mengemukakan bahwa pengambilan keputusan merupakan salah satu bentuk perbuatan berpikir dan hasil dari suatu perbuatan itu disebut keputusan.

Menurut Suharnan (2005:194) pengambilan keputusan adalah proses memilih atau menentukan berbagai kemungkinan

diantara situasi-situasi yang tidak pasti. Pembuatan keputusan terjadi di dalam situasi-situasi yang meminta seseorang harus membuat prediksi ke depan, memilih salah satu diantara dua pilihan atau lebih, membuat estimasi (prakiraan) mengenai frekuensi prakiraan yang akan terjadi.

Keputusan adalah pemilihan di antara alternatif-alternatif yang mengandung tiga pengertian, yaitu: (1) Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan; (2) Ada beberapa alternatif yang harus dan dipilih salah satu yang terbaik; dan (3) Ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan ini makin mendekatkan pada tujuan tersebut.

Lebih lanjut, keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif. Sejalan dengan perilaku konsumen, maka pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu pengambilan keputusan itu.

b. Konsep Perilaku Konsumen (Nasabah)

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Hotler, 2009:166).

Lebih jauh Hotler menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain :

1) Faktor budaya

Faktor budaya mempunyai pengaruh paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen. Faktor budaya terdiri dari kultur yaitu determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang, subkultur yaitu meliputi agama, kelompok ras, dan wilayah geografis, sedangkan kelas sosial adalah disisi yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat yang mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang sama. Faktor budaya menjadi yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumen disebabkan karena budaya itu sendiri hadir di lingkungan dan telah turun temurun ada di sekitar kehidupan konsumen.

2) Faktor sosial

Faktor sosial yang mempengaruhi seorang konsumen adalah seperti keluarga serta peran dan status sosial konsumen.

3) Faktor pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh faktor pribadi, dimana faktor pribadi meliputi usia dan tahap dalam siklus membeli, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, gaya hidup dan nilai.

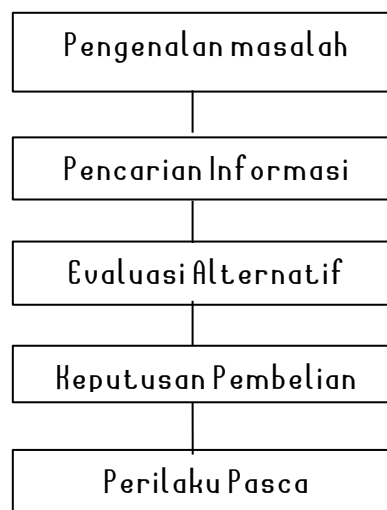
4) Faktor Psikologi

Sedangkan faktor psikologi merupakan faktor dasar dalam perilaku konsumen seperti motivasi, persepsi, pembelajaran dan memori.

c. Tahapan Proses Pembelian

Secara umum untuk mencapai suatu keputusan pembelian dan hasilnya, setidaknya memiliki 5 (lima) tahapan. Hal tersebut sebagaimana yang terdapat pada gambar dibawah ini:

Gambar 2.1 Tahap Proses Pembelian



Sumber: (Kotler, 2009:187)

Tahap-tahap dalam pengambilan keputusan pembelian yang dikemukakan kotler :

1) Pengenalan Masalah

Proses pembelian konsumen dimulai dengan adanya kesadaran konsumen (nasabah) atas suatu masalah atau kebutuhan. Penganalisaan kebutuhan dan keinginan ini ditujukan terutama untuk mengetahui adanya kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi.

2) Pencarian Informasi

Setelah mengenali masalah yang dihadapi, konsumen (nasabah) mungkin akan mencari informasi lebih lanjut dan mungkin tidak. Jika dorongan yang ada pada diri konsumen (nasabah) kuat dan barang atau jasa yang dibutuhkan tersedia, ia akan membelinya, tapi jika tidak keinginan itu akan disimpan dalam ingatannya.

3) Evaluasi Alternatif

Setelah pencarian informasi konsumen (nasabah) akan menghadapi sejumlah merk yang dipilih. Pemilihan alternatif ini melalui suatu proses tertentu. Sejumlah konsep tertentu akan membantu memahami proses ini, yaitu : mempertimbangkan sifat produk, kegunaan,

kepercayaan merk. dan fungsi kegunaan.

4) Keputusan Membeli

Ada dua faktor yang bisa mempengaruhi antara kecenderungan untuk membeli dengan keputusan membeli, yaitu:

a) Sikap orang lain

b) Faktor situasional seperti : pendapatan keluarga, harga, dan keuntungan dari produk tersebut.

5) Perilaku Pasca Pembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami suatu tingkatan kepuasan atau ketidakpuasan.

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian

Menurut Schiffman & Kanuk (Asraf,2014:62),mengatakan bahwa "faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah bauran pemasaran, lingkungan sosial, budaya dan bidang psikologis".Bauran pemasaran dikenal dengan istilah *marketing mix* adalah strategi pemasaran dengan menganalisa antara harga (*price*), tempat (*place*),produk (*product*), dan promosi (*promotion*).

Selanjutnya lingkungan sosial adalah dimana konsumen tersebut bergaul dengan keluarga,masyarakat dan pasti memeperhatikan akan kondisi di lingkungannya. Budaya adalah

merupakan faktor yang tidak bisa dianggap remeh ini menyangkut kesesuaian produk yang di beli itu dengan budaya tempat konsumen berada. Bidang psikologis yang merupakan faktor keputusan pembelian adalah psikologis dari konsumen itu sendiri. hal ini menyangkut karakter dari yang bersangkutan apakah termasuk mudah dipengaruhi apa tidak.

Menurut Pride dan Ferrell (Sangadji, 2013:335) mengemukakan bahwa ada tiga kelompok faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk dapat memutuskan keputusan pembelian diantaranya:

1) Faktor Pribadi

Merupakan faktor yang unik yang dimiliki sebagai manusia. ada beberapa faktor, yaitu:

a) Faktor demografi

Faktor ini berkaitan dengan pribadi yang terlibat dalam pengambilan keputusan, meliputi ciri - ciri seperti jenis kelamin, usia, ras, suku bangsa, pendapatan, siklus, kehidupan keluarga dan pekerjaan.

b) Faktor situasional

Faktor ini merupakan keadaan atau kondisi eksternal yang ada ketika konsumen membuat keputusan pembelian.

c) Faktor tingkat keterlibatan

Faktor ini merupakan tingkat keterlibatan konsumen yang

ditunjukkan dengan sejauh mana konsumen mempertimbangkan terlebih dahulu keputusannya sebelum membeli suatu produk.

2) Faktor psikologis

Faktor ini merupakan faktor yang ada pada diri seseorang, di mana sebagian orang menetapkan sebagai perilaku atau karakter seseorang yang dapat mempengaruhi seorang dalam berperilaku dalam kegiatan berkonsumsi. Faktor – faktor psikologis meliputi:

a) Motif

Merupakan kekuatan energi internal yang mengarahkan kegiatan seseorang ke arah pemenuhan kebutuhan atau pencapaian sasaran.

b) Persepsi

Merupakan pemilihan, pengorganisasian dan penginterpretasian masukan informasi untuk menghasilkan makna.

c) Kemampuan dan Pengetahuan

Merupakan kesanggupan dan efesiensi untuk melakukan tugas-tugas tertentu. Kemampuan yang menjadi menarik di mata pemasar adalah kemampuan seorang individu untuk belajar di mana proses pembelajaran tersebut merupakan perubahan perilaku seseorang yang disebabkan

oleh informasi dan pengalaman.

d) Sikap

Sikap merujuk pada pengetahuan dan perasaan positif atau negatif terhadap sebuah objek atau kegiatan tertentu.

e) Kepribadian

Merupakan semua ciri internal dan perilaku yang membuat seseorang menjadi unik. Kepribadian seseorang berasal dari keturunan dan pengalaman pribadi.

3) Faktor Sosial

Sudah menjadi kodrat manusia adalah sebagai makhluk sosial, yaitu keberadaan manusia tidak mungkin sendiri. Sehingga seorang manusia akan dipengaruhi oleh masyarakat di mana dia hidup. Dengan demikian, perilaku konsumen juga akan dipengaruhi oleh masyarakat atau faktor sosial yang mengitarinya. Faktor sosial ini meliputi:

a) Peran dan pengaruh keluarga

Dalam hal ini keluarga mempunyai pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen. Meskipun demikian setiap anggota keluarga mempunyai kebutuhan, keinginan dan selera yang berbeda-beda.

b) Kelompok referensi

Kelompok referensi dapat berfungsi sebagai perbandingan

dan sumber informasi bagi seseorang sehingga perilaku para anggota kelompok referensi ketika membeli suatu produk bermerk tertentu akan dapat dipengaruhi oleh kelompok referensi.

c) Kelas sosial

Kelas sosial merupakan sebuah kelompok yang terbuka untuk para individu yang memiliki tingkat sosial yang serupa. Dalam kelas sosial terjadi pembedaan masyarakat ke dalam kelas-kelas secara bertingkat, ada kelas tinggi dan yang rendah.

d) Budaya dan Subbudaya

Budaya mempengaruhi bagaimana seseorang membeli dan menggunakan produk, serta kepuasan konsumen terhadap produk tersebut sebab budaya juga menentukan produk-produk yang dibeli dan digunakan.

e. Keputusan Pemilihan Bank

Bank merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang jasa untuk itu pihak manajemen bank harus mengetahui tentang proses penilaian informasi terhadap pemilihan suatu bank dari nasabahnya. Untuk itu keputusan memilih bank didasarkan kepada : (1) Karakteristik bank; (2) Pemberian bobot pada

kepentingan pada ciri-ciri yang relevan di mana banyak calon nasabah lebih mementingkan pada tingkat kesehatan suatu bank: (3) Kepercayaan akan merk bank; (4) Fungsi utilitas; (5) Prosedur evaluasi (Maski, 2010:46).

Selain yang dikemukakan Maski peneliti mencoba menganalisa sandaran apa yang dijadikan nasabah dalam memilih bank, diantaranya:

1) Karakteristik Bank

Karakteristik bank merupakan hal yang menonjol dari bank tersebut serta pilihan produk apa saja yang ditawarkan. Khusus untuk bank syariah harus memiliki karakteristik tambahan yaitu ada karakter yang islami yang tercermin dalam SOP dalam pelaksanaannya.

2) Pengetahuan Nasabah

Pengetahuan nasabah adalah berkaitan dengan bagaimana atau darimana nasabah mempunyai informasi tentang perbankan syariah. Pengetahuan nasabah tentang bank syariah biasanya didapatkan dari informasi anggota keluarga, rekan, atau orang lain yang sudah menggunakan produk dari perbankan syariah atau dari informasi dari promosi pemasaran yang dilakukan bank syariah baik melalui brosur, media cetak seperti tabloid, koran atau majalah, atau lewat media internet sehingga nasabah dapat mengetahui

produk-produk apa saja yang tersedia di bank syariah. Informasi atau pengetahuan yang lebih tentang bank syariah sangat diperlukan untuk meningkatkan animo masyarakat terhadap bank syariah.

3) Pelayanan dan Kepercayaan pada Bank

Pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan para pelanggan (nasabah). Pelayanan merupakan pengantar bagi aliran nilai tambah yang akan disampaikan kepada nasabah, sampai nilai tambah itu dapat memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah (R Monang, 2013:193). yaitu bagaimana manajemen bank memberikan pelayanan yang prima didukung kemudahan dalam bertransaksi sehingga nasabah mempunyai kepercayaan terhadap bank tersebut. Pelayanan yang dimaksud adalah seperti kemampuan staf perbankan syariah dalam melayani nasabah, apakah pelayanan tersebut sudah membuat nasabah merasa nyaman untuk bertransaksi di bank syariah, sedangkan untuk kepercayaan yang dimaksud adalah bagaimana bank syariah tersebut membuat nasabahnya merasa aman dan nyaman saat sedang bertransaksi di bank syariah seperti memberikan jaminan atas dana nasabah yang sedang dititipkan atau diinvestasikan di bank syariah tersebut.

4) Objek Fisik Bank

Adapun objek fisik bank dilihat dari lokasi, bangunan, dan teknologi (Monang, 2013:194). Lokasi bank yang strategis tentu akan menarik perhatian nasabah seperti lokasi yang dekat dengan pusat kota, bangunan bank seperti gedung, kebersihan gedung, dekorasi ruangan, sarana dan prasarana seperti toilet, ruang tunggu, tempat parkir yang memadai sedangkan teknologi yang dimaksud adalah seperti *ATM center* yang mudah ditemukan di pusat-pusat perbelanjaan atau lokasi dekat permukiman penduduk, layanan *internetbanking* yang memudahkan nasabah untuk bertransaksi melalui media internet, faktor fisik bank yang telah disebutkan diatas juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah untuk memakai produk perbankan syariah.

3. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 bank syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Selanjutnya, menurut Undang - Undang Perbankan Syariah No 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank

syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank Syariah terdiri atas bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS), dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS).

Istilah lain yang digunakan untuk sebutan bank Islam adalah bank syariah. Secara akademik, istilah Islam dan syariah memang mempunyai pengertian yang berbeda. Namun secara teknis untuk penyebutan bank Islam dan bank syariah mempunyai pengertian yang sama. Tetapi untuk penyebutan bank Islam di Indonesia lebih dikenal sebagai bank syariah.

Menurut Ensiklopedi Islam, Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariat Islam yang diperuntukan untuk kemaslahatan bersama, seperti untuk membangun perekonomian negara (Sumitro, 2004 :5). Berdasarkan rumusan tersebut, bank Islam berarti bank yang tata cara beroperasinya didasarkan pada tata cara bermuamalat secara Islam, yakni mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Quran dan Al-Hadis sebagai pedomannya.

Bank berdasarkan prinsip syariah belum lama berkembang di Indonesia. Namun, di luar negeri terutama di negara-negara Timur Tengah bank yang berdasarkan prinsip syariah sudah berkembang

pesat sejak lama, mungkin hal tersebut disebabkan karena negara-negara timur tengah adalah negara Islam yang baik mayoritas penduduknya beragama Islam serta di beberapa negara timur tengah pemerintahannya mengadopsi pemerintahan Islam. Bagi bank yang berdasarkan prinsip syariah dalam penentuan harga produknya sangat berbeda dengan bank berdasarkan prinsip konvensional. Bank berdasarkan prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana atau pembiayaan usaha atau kegiatan perbankan lainnya, dimana Al-Quran dan Al-Hadis sebagai pedoman utamanya.

b. Perbedaan Perbankan syariah dengan Perbankan Konvensional

Diantara beberapa perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah dijelaskan secara lebih rinci yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.1
Perbedaan antara Perbankan Konvensional dan Perbankan Syariah

No	Perbankan Konvensional	Perbankan Syariah
1.	Investasi tidak mempertimbangkan halal dan haram proyek yang menguntungkan	Investasi hanya untuk proyek dan produk yang halal serta menguntungkan

2.	<p><i>Return</i> baik yang dibayar kepada nasabah penyimpan dana return yang diterima dari nasabah pengguna dan berupa bunga</p>	<p><i>Return</i> yang dibayar dan /atau diterima berasal dari bagi hasil atau pendapatan lainnya berdasarkan prinsip syariah</p>
3.	<p>Perjanjian menggunakan hubungan positif</p>	<p>Perjanjian dibuat dalam bentuk akad sesuai dengan syariat islam</p>
4.	<p>Orientasi pembiayaan untuk memperoleh keuntungan atas dana yang dipinjamkan</p>	<p>Orientasi pembiayaan, tidak hanya keuntungan akan tetapi <i>falah oriented</i>, yaitu berorientasi pada kesejahteraan masyarakat</p>
5.	<p>Hubungan antara bank dan nasabah adalah kreditur dan debitur</p>	<p>Hubungan antara bank dan nasabah adalah mitra</p>
6.	<p>Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, dan Komisaris serta OJK</p>	<p>Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, Komisaris, dan DPS serta OJK</p>

7.	Penyelesaian sengketa melalui pengadilan negeri setempat	Penyelesaian sengketa diupayakan diselesaikan secara musyawarah antarabank dan nasabah melalui peradilan agama
----	----------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber : Ismail. (2011:38)

c. Prinsip – prinsip dalam perbankan syariah

Harim(2007:97) mengemukakan dalam menentukan harga atau mencari keuntungan. bank syariah berdasarkan prinsip-prinsip operasional syariah adalah sebagai berikut :

1) Prinsip *Al-Wadiah* (Simpanan atau Titipan)

Prinsip *Al-Wadiah* adalah akad penitipan barang atau uang antara pihak yang mempunyai barang atau uang dengan pihak yang dipercaya dengan tujuan menjaga barang atau uang tersebut. Dan apabila si penitip ingin mengambil barang atau uangnya sewaktu-waktu pihak yang dipercaya harus mengembalikan barang atau uang tersebut.

2) Prinsip *Al-Mudharabah* (Bagi Hasil)

Prinsip *Al-Mudharabah* adalah akad antara pemilik modal (nasabah) baik berupa barang atau uang dengan pengusaha (bank). Dimana pemilik modal bersedia membiayai usaha yang akan dijalankan oleh pengusaha tersebut, serta pengusaha juga

bersedia mengelola usaha yang akan dijalankan. Lalu keuntungan dari hasil usaha yang dijalankan dibagi sesuai dengan akad yang telah disepakati diawal.

3) Prinsip *Syarikah* atau *Musyarakah* (Bagi Hasil dalam Sistem Pinjaman)

Prinsip *Musyarakah* adalah penyaluran dana oleh bank kepada pelaku usaha dalam bentuk akad kerjasama antara bank dan nasabah dimana masing-masing pihak memberi kontribusi modal dan pembebanan resiko untung rugi sesuai yang telah disepakati diawal. Perbedaan prinsip *Musyarakah* dan prinsip *Mudharabah* adalah modal tidak harus berasal seluruhnya dari satu pihak

4) Prinsip *Tijarah* (Pengembalian Keuntungan)

Prinsip *Tijarah* adalah proses pemindahan hak milik barang atau aset dengan mempergunakan uang sendiri sebagai medium. Bentuk-bentuk dari prinsip ini adalah *Al-Murabahah* dan *Al-Sharf*. *Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Sedangkan *Al-Sharf* adalah jual beli antara barang sejenis atau barang tidak sejenis secara tunai. Seperti memperjualbelikan emas dengan emas atau perak dengan perak baik berupa perhiasan maupun mata uang yang biasa disebut valas.

5) Prinsip *Ijarah* (Persewaan)

Prinsip *ijarah* adalah akad sewa-menyewa barang, dalam akad

ini pemilik barang membolehkan penyewa memanfaatkan barang tersebut dengan membayar sewa sesuai dengan persetujuan kedua belah pihak. Setelah masa sewa berakhir, barang sewaan dikembalikan kepada pemilik. Hal ini sama halnya dengan kegiatan *leasing*.

6) Prinsip *Mabda A-Ajr Wa A-Umulah* (Pengambilan *fee*)

Prinsip ini terdiri dari beberapa bentuk sebagai berikut :

a. *Al-Kafalah*

Prinsip ini merupakan pemberian jaminan terhadap pelaksanaan proyek dan pemenuhan kewajiban tertentu oleh pihak yang dijamin dengan cara bank meminta pihak yang dijamin untuk menyetorkan sejumlah dana sebagai setoran jaminan dengan prinsip *al-wadiah*. Hasilnya bank akan memperoleh *fee*.

b. *Al-Wakalah*

Prinsip ini merupakan jasa penitipan uang atau surat berharga, dimana bank mendapat kuasa dari yang menitipkan untuk mengelola uang atau surat berharga tersebut. Hasilnya bank akan mengambil *fee* sebagai imbalan.

c. *Al-Hiwalah*

Prinsip ini merupakan jasa bank untuk melakukan kegiatan transfer baik kiriman uang atau pengalihan tagihan. Hasilnya bank akan mengambil *fee* sebagai imbalan.

d. *Al-Ji'alah at au Ujr*

Prinsip ini merupakan akad dimana pihak pertama berjanji untuk memberi sejumlah imbalan tertentu kepada pihak kedua atas suatu usaha yang sifat dan batas-batasnya tercantum dalam perjanjian.

7. Prinsip *Al-Qardhul Hasan* (Biaya Administrasi)

Prinsip *Al-Qardhul Hasan* adalah akad pinjaman dari bank kepada pihak tertentu yang wajib dikembalikan dengan jumlah yang sama sesuai dengan yang dipinjam. Pengembalian pinjaman dapat dilakukan angsuran atau langsung lunas.

8. Prinsip *Rahn* (Gadai)

Prinsip *Rahn* adalah akad penyerahan barang sebagai jaminan baik sebagian atau seluruh hutang.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa jenis bank jika dilihat dari cara menentukan harta terbagi menjadi dua macam, yaitu bank yang berdasarkan prinsip konvensional dan bank yang berdasarkan prinsip syariah. Hal utama yang menjadi perbedaan antara kedua jenis bank ini adalah dalam hal penentuan harga, baik untuk harga jual maupun harga beli. Dalam bank konvensional penentuan harga selalu didasarkan kepada bunga, sedangkan dalam bank syariah didasarkan kepada konsep Islam, yaitu kerjasama dalam skema bagi hasil, baik untung maupun rugi.

Jadi yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional

adalah landasannya dimana bank syariah berlandaskan Al-Quran dan Al-Hadis sedangkan bank konvensional berlandaskan undang-undang yang dibuat oleh manusia. selanjutnya yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional ialah apabila bank syariah menggunakan sistem bagi sedangkan bank konvensional menggunakan sistem bunga.

B. Kerangka Berfikir

Ajaran Islam sangat lengkap dan menyeluruh. Islam adalah suatu sistem dan jalan hidup yang utuh dan terpadu (*a comprehensive way of life*). Ia memberikan panduan yang dinamis dan lugas terhadap semua aspek kehidupan, termasuk disektor bisnis dan transaksi keuangan. Sangatlah tidak konsisten jika kita menerapkan syariat Islam hanya dalam satu atau sebagian sisi saja dalam kehidupan ini, misalnya dalam acara ritual kelahiran bayi, pernikahan, pemakaman mayat, tetapi Islam kita tinggalkan ketika berurusan dengan pembiayaan proyek, ekspor-impor, perbankan, asuransi, dan pasar modal.

Menurut Nurcholis Majid, agama bukanlah sekedar tindakan-tindakan ritual seperti shalat dan membaca do'a. Agama lebih dari itu, yaitu keseluruhan tingkah laku manusia yang terpuji, yang dilakukan demi memperoleh ridla atau perkenan Allah (Sahlan, 2012:42).

Setiap individu yang memiliki sifat religiusitas yang tinggi akan

tercermin dalam kehidupannya, keyakinannya kepada Allah sangat kokoh, berusaha konsisten menjalankan perintahNya dan menjauhi laranganNya. membuka wawasan / pengetahuannya dengan senantiasa menuntut ilmu, menggali ilmu ibadah maupun muamalah, serta mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari. Termasuk perilaku sebagai konsumen dalam memilih lembaga keuangan/perbankan yang mana penggunaan perbankan pada saat ini menjadi kebutuhan yang tidak bisa ditawar-tawar lagi. Ia akan memilih dan menggunakan perbankan dengan berdasarkan prinsip syariah Islam yang ia pahami dapat membawa keselamatan dunia dan akhirat.

Teori yang digunakan dalam pengambilan keputusan menggunakan jasa bank syariah adalah teori keputusan pembelian yang dirujuk dari pendapat Kotler (2005). Menurut Kotler, keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi faktor psikologis seseorang yaitu motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan dan sikap. Dalam hal ini penulis mencoba mengkaji adanya keterkaitan atau hubungan bahwa faktor motivasi dan dorongan religiusitas yang menyebabkan konsumen akan memilih bank syariah dari pada bank konvensional.

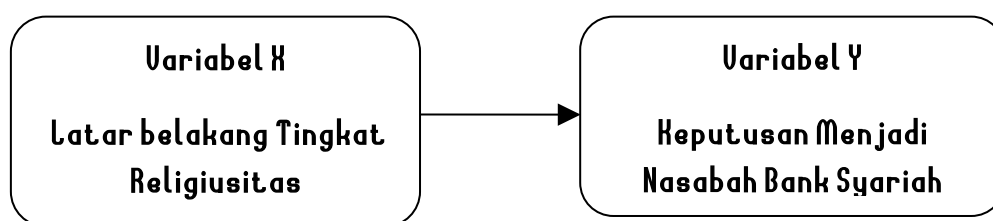
Dalam melakukan pengambilan keputusan pembelian seseorang akan melalui tahapan-tahapan keputusan membeli sebagaimana yang disebutkan oleh Kotler, diawali dengan pengenalan kebutuhan akan sebuah produk, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan

membeli dan perilaku pasca pembelian.

Begitupun dalam memutuskan menjadi nasabah bank syariah, hal pertama yang ada pada konsumen adalah kebutuhan akan rasa tenang dan aman dalam menyimpan dananya, dilanjutkan dengan pencarian informasi mengenai bank syariah, evaluasi alternatif terhadap bank syariah, dan akhirnya memutuskan menjadi nasabah bank syariah, dan tahap akhir perilaku pasca menjadi nasabah bank syariah. Jika motivasinya murni karena sifat religiusitas atau dalam rangka menjalankan perintah Allah maka akan timbul rasa kepuasan dalam hatinya.

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran



X = Tingkat Religiusitas

Y = Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah

→ = Hubungan

C. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2014 :99) "Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan". Selanjutnya Suliyanto (2009:53) mendefinisikan bahwa "Hipotesis yaitu merupakan jawaban sementara yang hendak atau diuji terlebih dahulu kebenarannya melalui riset". Hal senada dikemukakan Prof. Dr. S.Nasution definisi hipotesis ialah "pernyataan tentative yang merupakan dugaan mengenai apa saja yang sedang kita amati dalam usaha untuk memahaminya"(Nasution:2000).

Berdasarkan definisi diatas.maka penulis memberikan hipotesis yaitu:

- H_i :Terdapat hubungan yang positif antara latar belakang tingkat religiusitas dengan keputusan menjadi nasabah Bank syariah.
- H_o :Tidak terdapat hubungan antara latar belakang tingkat religiusitas dengan keputusan menjadi nasabah Bank syariah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan subjek yaitu Nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Kuningan Jawa Barat, dengan melakukan penelitian terjun langsung untuk memperoleh data yang dibutuhkan. "Metode penelitian merupakan ilmu yang mempelajari tentang cara penelitian, ilmu tentang alat-alat dalam suatu penelitian". (Muhadjir 2000:6).

Secara lebih luas lagi Sugiyono (2013:6) menjelaskan bahwa "Metode penelitian adalah cara-cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid, dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah".

Jadi dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah uraian yang mengemukakan secara teoritis tentang metode yang digunakan dalam penelitian mulai dari tahap pengumpulan data sampai dengan analisis data.

Berkaitan dengan metode penelitian di sini penulis akan

memaparkan hal sebagai berikut :

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis Penelitian Kuantitatif. "Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menemukan ketertarikan mengenai apa yang ingin diketahui" (Margono 2010:105).

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang memerlukan analisa statistik (data berupa angka) untuk kebenaran mengenai apa yang ingin diketahui.

Menurut Sugiyono (2013:14):

Metode kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dengan analisis korelasional dan analisis regresi.

Menurut Nana Syaodih Sukmadinata (2013:54) : "Metode deskriptif (*descriptive research*) adalah suatu metode penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, yang berlangsung pada saat ini atau saat yang lampau".

Penelitian ini mengkaji tentang bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan dan perbedaan dengan fenomena lain. Penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi, atau pengubahan pada variabel-variabel bebas, tetapi menggambarkan suatu kondisi apa adanya.

Dengan demikian penulis dapat menarik kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan metode deskriptif adalah salah satu metode penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta yang ada dengan cara pengumpulan data, dan kemudian data tersebut dianalisis untuk menarik kesimpulan. Dengan menggunakan metode ini diharapkan dapat menentukan dan membuat prediksi berdasarkan antar variabel.

2. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013 :38) variabel penelitian adalah "segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya". Ada dua variabel yang diamati dalam suatu penelitian, yaitu:

a. Variabel Independent (Bebas)

Variabel Independent (variable stimulus / predictor / antecedent / eksogen / bebas) adalah variabel yang

mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variable dependen (terikat) (Sugiyono, 2013: 39). Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah latar belakang tingkat *religiusitas* nasabah.

b. Variabel Dependent (Terikat)

Merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013: 39). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (Y) yaitu keputusan menjadi nasabah Bank Syariah.

Tabel 3.2
Variabel Penelitian

Variabel	Konsep Variabel	Indikator
----------	-----------------	-----------

<p>Religiusitas (X)</p>	<p>Religiusitas adalah suatu keadaan yang ada pada diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama (Jalaludin. 2010:251)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keyakinan 2. Praktik Agama 3. Pengalaman 4. Pengetahuan agama 5. Konsekuensi
<p>Keputusan Pembelian (Y)</p>	<p>Keputusan pembelian adalah beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk (Kotler. 2009:181)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Keputusan Membeli 5. Perilaku pasca

		pembelian
--	--	-----------

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Bank Muamalat Indonesia HCP Kuningan Jln. Siliwangi No.124 Kuningan, Jawa Barat. Penelitian dilaksanakan terhitung dari mulai bulan Oktober 2018 sampai bulan Desember 2018.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh nasabah yang menggunakan produk simpanan Bank Muamalat Indonesia HCP Kuningan Jawa Barat.

Menurut data yang diperoleh dengan melaksanakan observasi pada kantor Bank Muamalat Indonesia HCP Kuningan, bahwa jumlah nasabah / yang membuka rekening tabungan sampai dengan bulan November tahun 2018 mencapai angka lebih dari 10.000 nasabah. Adapun dalam waktu 2 tahun terakhir nasabah aktif dapat di perkirakan mencapai 10% dari jumlah keseluruhan yaitu 1.000 nasabah.

Berikut ini adalah Produk-produk tabungan yang ada di Bank Muamalat Indonesia KCP Kuningan :

1. Tabungan IB Muamalat
2. Tabunganku IB Muamalat
3. Tabungan iB Muamalat Rencana
4. Tabungan iB Muamalat Prima
5. Tabungan iB Muamalat Sahabat
6. Tabungan Deposito Mudharabah IB Muamalat

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2014). Metode teknik sampling yang digunakan dengan metode *Simple Random Sampling*, metode ini digunakan karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen (Sugiyono, 2014). Terkait dengan besar sampel yang akan di ambil Slovin mengemukakan formula untuk penentuan besarnya sampel yang disebut rumus *slovin* sebagai berikut :

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

keterangan :

n = Jumlah sampel minimal

N = Populasi

e^2 = Toleransi kesalahan penarikan sampel (Suharsaputra, 2014:119)

Dari rumus tersebut dengan toleransi kesalahan 10 % diperoleh sampel yang dibutuhkan dari populasi 1000 orang / nasabah, yaitu :

$$n = \frac{1000}{1 + (1000 \cdot (0,1)^2)} = 91$$

Maka berdasarkan perhitungan yang diperoleh diatas, jumlah sampel yang diteliti adalah sebesar 91 responden.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sebagai suatu metode yang independen terhadap metode analisis dan atau bahkan menjadi alat utama metode dan teknik analisis data. Untuk mendukung penulisan skripsi ini, ada beberapa teknik pengumpulan data yang penulis gunakan, yakni

1. Observasi

Menurut Sukmadinata (2013:220) "Observasi (*observation*) atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan

terhadap kegiatan yang sedang berlangsung". Dalam observasi ini penulis mengadakan pengamatan yang sebenarnya sesuai dengan fakta yang ada di lapangan, tanpa berusaha untuk mengatur, merubah dan memanipulasi data. Obyek dari observasi ini adalah Nasabah Bank Muamalat yang menggunakan produk simpanan.

2. Wawancara

Wawancara yaitu sebuah proses untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan orang-orang yang diwawancarai dan jawaban responden di catat atau direkam dengan alat perekam. Menurut Sugiyono (2013:137)

"Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur (peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh) maupun tidak terstruktur (peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap sebagai pengumpul datanya) dan dapat dilakukan secara langsung (tatap muka) maupun secara tidak langsung (melalui media seperti telepon)".

Dalam wawancara ini pertanyaan-pertanyaan yang diajukan tidak terstruktur secara baku, namun mengalir sesuai kebutuhan. Wawancara merupakan salah satu bentuk teknik pengumpulan

data yang banyak digunakan dalam penelitian deskriptif kuantitatif.

3. Angket atau Kuesioner

Menurut Sugiyono (2013:142) kuesioner / angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Angket ini diberikan kepada responden yaitu Nasabah Bank Muamalat yang menggunakan produk simpanan.

Bentuk angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah model skala Likert yang telah dimodifikasi oleh peneliti, yang mengharuskan responden untuk menjawab suatu pernyataan dengan jawaban SS (sangat setuju), S (setuju), R (ragu-ragu), TS (tidak setuju) dan STS (Sangat tidak setuju). Urutan skala terdiri dari angka 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju) untuk semua variabel. Kemudian jawabannya untuk setiap item pertanyaan memakai skala Likert dapat ditentukan nilainya sebagai berikut :

Tabel 3.1
Pernyataan Skala Likert

Alternatif Jawaban	Skor Nilai
Sangat Setuju	5

Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat tidak Setuju	1

Sumber : Sugiono, 2013:136

4. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yang dilakukan oleh penulis adalah dengan mempelajari buku-buku literatur dan bacaan-bacaan lain yang dapat membantu dalam pemecahan masalah atau yang berhubungan dengan variabel. Sumber ini penulis peroleh baik dari buku, jurnal, maupun informasi secara *online*.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Pengujian validitas berkenaan untuk menunjukkan derajat ketetapan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti (Sugiyono, 2010: 363). Sunyoto(2011: 106) mengemukakan bahwa Alat ukur adalah dengan menggunakan rumus teknik kolerasi pearson produk moment. guna menghitung kolerasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total.

$$r = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

r = koefisien korelasi *pearson*

X = skor item instrument dalam variable tersebut

Y = skor semua item instrument dalam variable tersebut

N = jumlah responden dalam uji coba instrument

Maka kesimpulan pengujian validitas dengan menggunakan taraf signifikansi 5% adalah sebagai berikut:

- 1) Item pernyataan kusioner penelitian dikatakan valid jika r hitung lebih besar atau sama dengan r table.
- 2) Item pernyataan kusioner penelitian dikatakan tidak valid jika r hitung lebih kecil dengan r table.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil suatu pengukuran yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Menurut Arikunto (dalam Buku Supranto dan Nandan) Pengujian reabilitas dengan teknik Alfa Cronbanch dilakukan jenis data interval. Rumus Alfa Cronbanch sebagai berikut :

$$r_a = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_j^2}{S_x^2} \right)$$

- r_a = tingkat kehandalan
- k = banyaknya belahan tes (banyaknya atribut pertanyaan terhadap 1 dimensi mutu pelayanan)
- S_j^2 = belahan j
- j = 1, 2, ..., k (masing-masing varian dari atribut-atribut pertanyaan dalam satu dimensi mutu pelayanan)
- S_x^2 = varian skor tes (jumlah dari atribut-atribut pertanyaan yang menghasilkan satu varian dalam satu dimensi mutu pelayanan).

Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliable dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas memperoleh nilai alfa diatas 0,600.

F. Teknik Analisis Data

Pengolahan data merupakan pengubahan data kasar menjadi data halus dan lebih bermakna. Sedangkan analisis yang dimaksud adalah untuk menguji data hubungannya dengan pengujian hipotesis penelitian. Secara garis besar teknik analisa data meliputi langkah-langkah sebagai berikut :

1. Persiapan, kegiatan yang dilakukan adalah :

- a. Mengecek kelengkapan data angket yang berisi soal, lembar jawaban dan lembar isian dokumentasi.
- b. Menyebarakan angket kepada responden.
- c. Mengecek jumlah angket yang kembali dari responden.
- d. Mengecek kelengkapan angket yang telah kembali dari responden.

2. Tabulasi kegiatan yang dilakukan adalah :

- a. Memberi skor pada tiap item jawaban.
- b. Menjumlahkan skor yang didapat dari setiap variabel.

3. Penerapan data sesuai dengan pendekatan penelitian.

Adapun prosedur yang ditempuh dalam mengawali data ini adalah sebagai berikut :

- a. Memeriksa jumlah angket yang dikembalikan dan memeriksa jawabannya serta kebenaran pengisiannya.
- b. Memberi kode/tanda sudah memeriksa lembar jawaban angket.
- c. Memberi skor pada lembar jawaban angket.
- d. Mengontrol data dengan uji statistik.
- e. Menguji hipotesis berdasarkan hasil pengolahan data.

1. Perhitungan Prosentase Variabel

Untuk mengetahui gambaran variabel X dan variabel Y, digunakan rumus prosentase. Perhitungan prosentase digunakan

untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian yaitu mengetahui gambaran umum variabel X dan variabel Y. Untuk mengetahui gambaran umum variabel X dan dihitung dengan menggunakan rumus prosentase dan menggunakan daerah kriterium, dengan langkah sebagai berikut :

- a. Menentukan jumlah skor kriterium (SK) dengan menggunakan

$$\text{rumus: } SK = ST \times JB \times JR$$

Keterangan :

ST = Skor Tertinggi

JB = Jumlah Butir

JR = Jumlah Responden (Sugiyono, 2006)

- b. Membandingkan jumlah skor hasil angket dengan jumlah skor kriteriumnya. Untuk mencari jumlah skor dapat dilakukan dengan menggunakan rumus :

$$\sum_{i=1}^n = X_1 + X_2 + \dots + X_n$$

- c. Menentukan daerah kriterium, yaitu dengan membagi menjadi beberapakategori yaitu baik, cukup baik, kurang baik dan rendah.

Untuk mengetahui skala persentase dengan lebih mudah, digunakan skala presentase sebagaimana yang dikemukakan oleh

Suharsimi Arikunto sebagai berikut :

Tabel 3.3
Skala Persentase Analisis Statistik Deskriptif

Persentase	Penafsiran
76% – 100%	Baik
56% – 75%	Cukup
40% – 55%	Kurang Baik
< 40%	Tidak Baik

Sumber : (Arikunto, 2010 : 195)

2. Uji Prasyarat Data

a. Uji Normalitas Data

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, maka terlebih dahulu akan dilakukan pengujian normalitas data. Uji normalitas dilakukan untuk membuktikan apakah sebuah variabel memiliki sebaran data yang berdistribusi normal atau tidak.

Uji normalitas adalah pengujian untuk melihat apakah dari variabel-variabel penelitian sudah mengikuti distribusi kurva normal. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui kenormalan distribusi skor variabel dengan melihat seberapa jauh terjadi penyimpangan. Adapun untuk mengetahui apakah data sampel

tersebut berdistribusi normal atau tidak peneliti menggunakan uji *kormogolov smirnov*. Uji normalitas dilakukan dengan bantuan program *Statistical Package Social Science (SPSS)* versi *23 for windows* dengan kaidah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi < 0.05 , maka distribusi adalah tidak normal
- 2) Jika nilai signifikansi > 0.05 , maka distribusi adalah normal

b. Uji Homogenitas

Dalam statistik uji homogenitas digunakan untuk mengetahui varian dari beberapa populasi sama atau tidak. Uji ini biasanya dilakukan sebagai prasyarat dalam analisis Independent Sampel T Test dan Anova. Asumsi yang mendasari dalam Analisis of varians (ANOVA) adalah bahwa varian dari beberapa populasi adalah sama.

Dasar pengambilan keputusan seperti pada uji statistik lainnya, uji homogenitas digunakan sebagai bahan acuan untuk menentukan keputusan uji statistik. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji homogenitas adalah:

- a. Jika nilai signifikansi < 0.05 , maka dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah tidak sama.
- b. Jika nilai signifikansi > 0.05 , maka dikatakan bahwa varian

dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah sama.

c. Uji Linearitas Data

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear, pengujian dilakukan pada taraf signifikansi 0.05. Dengan menggunakan metode ANOVA (*Analysis of Variance*), dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0.05. Uji linearitas ditentukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{Sb^2}{Sw^2}$$

Dimana varian between:

$$Sb^2 = n_1(x_1 - \bar{x})^2 + n_2(x_2 - \bar{x})^2 + \dots + n_n(x_n - \bar{x})^2$$

Dimana rata-rata gabungannya:

$$\bar{x} = \frac{n_1 \cdot x_1 + n_2 \cdot x_2 + \dots + n_n \cdot x_n}{k-1}$$

Sementara varian within:

$$Sw^2 = \frac{(n_1-1)S_1^2 + (n_2-1)S_2^2 + \dots + (n_n-1)S_n^2}{n-k}$$

Keterangan:

F = ANOVA.

S_w = varian within.

S_n^2 = varian kelompok.

\bar{x} = rata-rata gabungan.

\bar{x}_n = rata-rata kelompok.

N_n = banyaknya sampel pada kelompok.

H = banyaknya kelompok.

Dalam penelitian ini, selanjutnya perhitungan uji linearitas instrument akan menggunakan *software IBM SPSS Stastistik 23 for windows*. Suatu uji yang dilakukan harus berpedoman pada dasar pengambilan keputusan yang jelas. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas dapat dilakukan dengan dua cara antara lain:

- 1) Berdasarkan nilai Signifikansi pada output SPSS : Jika nilai signifikansi lebih besar ($>$) dari 0.05 maka kesimpulannya adalah terdapat hubungan linear secara signifikan antara variable *predictor*(X) dengan Variabel Kriteriaum (Y). sebaliknya jika nilai signifikansi lebih kecil ($<$) dari 0.05 makakesimpulannya adalah tidak terdapat hubungan yang linear antara variable *predictor*(X) dengan Variabel Kriteriaum (Y).
- 2) Dengan melihat nilai F hitung dan F tabel : Jika nilai F hitung lebih kecil ($<$) dari F tabel maka kesimpulannya adalah

terdapat hubungan linear secara signifikan antara variable *predictor*(X) dengan Variabel Kriteria (Y). Jika F hitung lebih besar ($>$) dari F tabel maka kesimpulannya adalah tidak terdapat hubungan linear antara variable *predictor*(X) dengan Variabel *Kriteria* (Y).

3. Uji Hipotesis

a. Uji Korelasi Product Moment

Uji korelasi dilakukan untuk menjawab pernyataan ketiga, yaitu korelasi latar belakang tingkat religiusitas dengan keputusan menjadi nasabah Bank Syariah untuk menguji salah satu hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Analisis ini digunakan untuk mencari besarnya hubungan antara variabel X dan variabel Y, juga menganalisis korelasi *Product Moment* melalui nilai *Pearson Correlation* yang bertujuan mencari indeks korelasi (r_{xy}). Caranya adalah mencari hitung dengan memasukkan angka-angka statistik dari tabel penolong dengan rumus berikut :

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r = nilai korelasi.
 N = jumlah responden.
 X = skor nilai pertanyaan atau pernyataan.
 Y = jumlah skor pertanyaan atau pernyataan tiap responden.

Dalam uji korelasi ini juga akan diketahui interpretasi dari nilai r berdasarkan hasil konsultasi dengan table interpretasi koefisien korelasi nilai r untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel X dengan variabel Y . Interpretasi nilai r didasarkan pada tabel berikut:

Tabel 3.4
Kriteria Koefisien Korelasi

Positif	Negatif	Penafsiran
0.9 – 1.00	0.9 – 1.00	Korelasi Sangat tinggi (<i>Very high</i>)
0.70 – 0.90	0.70 – 0.90	Korelasi tinggi (<i>High</i>)
0.50 – 0.70	0.50 – 0.70	Korelasi sedang (<i>Moderate</i>)
0.30 – 0.50	0.30 – 0.50	Korelasi rendah (<i>Low</i>)
0.00 – 0.30	0.00 – 0.30	Sangat kecil (<i>Little if any</i>)

Sumber : Suharsaputra Uhar (2012:138)

b. Uji Analisis Regresi Data

Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui hubungan satu variabel yang yang diterangkan (*the explained variable*) dengan satu atau dua variabel yang menerangkan (*the explanatory*) melalui nilai *Unstandardized Coefficients B*. Variabel pertama disebut juga sebagai variabel tergantung dan variabel kedua disebut juga sebagai variabel bebas.

Analisis ini juga menampilkan nilai *R Square* yang menerangkan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varian dari variabel terikatnya dan menunjukkan seberapa bagus model regresi yang dibentuk oleh interaksi variabel bebas dan variabel terikat.

Uji regresi linear terdiri dari satu variabel terikat dengan persamaan berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = variabel terkait

a = konstanta regresi

bX = nilai turunan atau peningkatan variabel bebas

F. Hipotesis Statistika

$H_0: \rho \neq 0$: Tidak terdapat hubungan antara latar belakang

tingkat religiusitas dengan keputusan menjadi nasabah Bank Syariah.

$H_0: \rho = 0$: Terdapat hubungan antara latar belakang tingkat religiusitas dengan keputusan menjadi nasabah Bank Syariah.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi data

1. Karakteristik Responden

Penelitian yang dilakukan kepada nasabah pengguna produk simpanan pada Bank Muamalat Indonesia KCP Kuningan ini membutuhkan responden sebanyak 91 orang. Untuk lebih jelasnya, berikut ini gambaran umum responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Pria	58	63.7
2.	Wanita	33	36.3
Jumlah		91	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa proporsi responden yang mengisi kuesioner dari 91 responden ternyata sebanyak 58 responden (63.7%) adalah berjenis kelamin pria, sedangkan sisanya yaitu sebanyak 33 responden (36.3%) adalah berjenis kelamin wanita.

b. Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1.	18 – 28 Tahun	42	46.2
2.	29 – 39 Tahun	27	29.7
3.	40 – 49 Tahun	20	22
4.	>50 Tahun	2	2.2
Jumlah		91	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa rata-rata usia responden yang mengisi kuisisioner, dari 91 responden ternyata sebanyak 42 responden (46.2%) adalah responden berusia 18 – 28 tahun, 27 responden (29.7%) adalah responden berusia 29 – 39 tahun, 20 responden (22%) adalah responden berusia 40 – 49 tahun, dan 2 responden (2.2%) berusia lebih dari 50 tahun.

c. Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3

Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1.	SMA / SMK / MA	32	35.2
2.	Diploma (D1, D2, D3)	10	11
3.	Starta Satu (S1)	44	48.4
4.	Starta Dua (S2)	5	5.5
5.	Starta Tiga (S3)	0	0
6.	Lainnya	0	0
Jumlah		91	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa rata-rata jenjang pendidikan responden yang mengisi kuisioner, ternyata sebanyak 44 responden (48.4%) adalah responden yang menempuh pendidikan terakhir di S1. 32 responden (35.2%) adalah responden yang menempuh pendidikan terakhir SMA/SMK/MA. Sisanya, sebanyak 10 responden (11%) adalah responden dengan jenjang pendidikan terakhir di D1-D3, dan sebanyak 5 responden

(5.5%) adalah responden dengan jenjang pendidikan terakhir di S2.

d. Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4
Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Pelajar / Mahasiswa	18	19.8
2.	Pegawai Negri	15	16.5
3.	Pegawai swasta	39	42.9
4.	Wiraswasta	16	17.6
5.	Lainnya	3	3.3
Jumlah		91	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 91 responden yang mengisi kuisioner, ternyata sebanyak 39 responden (42.9%) responden adalah pegawai swasta, 18 responden (19.8%) adalah seorang pelajar / mahasiswa, dan 16 responden (17.6%) adalah seorang wiraswasta. Sedangkan sisanya yaitu sebanyak 15 orang (16.5%) responden adalah PNS, dan sebanyak 3 responden (3.3%)

memiliki pekerjaan lainnya.

e. Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Tabel 4.5
Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

No	Pendapatan Perbulan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	< Rp. 500.000	17	18,7
2.	Rp.500.000 – Rp. 2.000.000	33	36,3
3.	Rp.2.000.000 – Rp. 3.500.000	14	15,4
4.	Rp.3.500.000 – Rp. 5.000.000	17	18,7
5.	> Rp. 5.000.000	10	11
Jumlah		91	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebagian besar tingkat pendapatan responden dalam penelitian ini adalah Rp.500.000 – Rp. 2.000.000 yakni sebanyak 33 responden (36.3%), kemudian disusul oleh responden yang mempunyai tingkat pendapatan Rp.3.500.000 – Rp. 5.000.000 sebanyak 17 responden (18.7%). responden yang pendapatan < Rp. 500.000 sebanyak 17

responden (18,7%) dan 10 responden (11%) mempunyai pendapatan > Rp. 5.000.000.

f. Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah Bank Muamalat Indonesia

Tabel 4.6

Responden menurut lamanya menjadi nasabah Bank Muamalat

No	Lama menjadi nasabah Bank Muamalat	Frekuensi	Persentase (%)
1.	< 1 Tahun	23	25.3
2.	1 – 3 Tahun	41	45.1
3.	4 – 6 Tahun	17	18.7
4.	7 – 10 Tahun	7	7.7
5.	> 10 Tahun	3	3.3
Jumlah		91	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa responden yang mengisi kuisisioner, sebanyak 41 responden (45,1%) adalah responden yang telah menjadi nasabah Bank Muamalat selama 1 – 3 tahun, 23 responden (25,3%) adalah nasabah Bank kurang dari 1 tahun, 17 responden telah menjadi nasabah selama 4 – 6 tahun, 7

responden (1.1%) yang telah menjadi nasabah selama 7- 10 tahun. dan 3 responden (3.3%) adalah mereka yang telah menjadi nasabah selama lebih dari 10 tahun.

g. Berdasarkan Kepemilikan Rekening Di Bank Konvensional

Tabel 4.1

Responden berdasarkan kepemilikan rekening di Bank Konvensional

No	Memiliki Rekening bank Konvensional	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Ya	66	72.5
2.	Tidak	25	27.5
Jumlah		91	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden yang mengisi kuesioner dari total 91 responden ternyata sebanyak 66 responden (72.5%) membuka rekening di bank konvensional, sedangkan sisanya yaitu sebanyak 25 responden (27.5%) hanya menggunakan Bank Muamalat.

2. Uji Validitas

Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Diketahui *degree of freedom* (df) = $n - 2 = 91 - 2 = 88$ dan $\alpha = 0.05$, maka r tabel = 0.207.

- a. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau signifikansi (sig) $< \alpha = 0.05$ maka dikatakan pertanyaan/pernyataan tersebut valid.
- b. Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ atau signifikansi (sig) $> \alpha = 0,05$ maka dikatakan pertanyaan/pernyataan tersebut tidak valid.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel X

No Soal	VALIDITAS		HETERANGAN
	r_{hitung}	r_{tabel}	
1	0.612	0.207	Valid
2	0.575	0.207	Valid
3	0.656	0.207	Valid
4	0.678	0.207	Valid
5	0.633	0.207	Valid
6	0.702	0.207	Valid
7	0.670	0.207	Valid
8	0.761	0.207	Valid
9	0.678	0.207	Valid
10	0.723	0.207	Valid
11	0.561	0.207	Valid
12	0.552	0.207	Valid
13	0.720	0.207	Valid
14	0.634	0.207	Valid
15	0.675	0.207	Valid
16	0.672	0.207	Valid
17	0.609	0.207	Valid
18	0.585	0.207	Valid
19	0.682	0.207	Valid
20	0.727	0.207	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Tabel 4.9
Uji Validitas Variabel Y

No Soal	VALIDITAS		KETERANGAN
	r_{hitung}	r_{tabel}	
1	0.4	0.207	Valid
2	0.642	0.207	Valid
3	0.6	0.207	Valid
4	0.488	0.207	Valid
5	0.747	0.207	Valid
6	0.612	0.207	Valid
7	0.483	0.207	Valid
8	0.576	0.207	Valid
9	0.729	0.207	Valid
10	0.537	0.207	Valid
11	0.308	0.207	Valid
12	0.337	0.207	Valid
13	0.696	0.207	Valid
14	0.556	0.207	Valid
15	0.795	0.207	Valid
16	0.560	0.207	Valid
17	0.675	0.207	Valid
18	0.701	0.207	Valid
19	0.693	0.207	Valid
20	0.241	0.207	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan hasil output SPSS dapat dilihat bahwa seluruh item pernyataan variabel X dan Variabel Y dinyatakan Valid, dengan demikian seluruh item pernyataan tidak ada yang dibuang/dihapus dan akan dimasukkan dalam pengujian selanjutnya.

3. Uji Reliabilitas

Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliable dengan menggunakan teknik *Alpa Cronbach* bila memiliki koefisien keadaan atau alpa 0.5 atau lebih. Berikut hasil dari uji realibilitas

untuk semua variable dengan *SPSS 23.00 for windows*:

Tabel 4.10
Reliabilitas Variabel X

Cronbach's Alpha	N of Items
.925	20

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Tabel 4.11
Reliabilitas Variabel Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	20

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS variabel X (Latar Belakang Tingkat Religiusitas) memperoleh nilai reliabilitas sebesar **0,925** dan untuk variabel Y (Keputusan Menjadi Nasabah) memperoleh nilai reliabilitas sebesar **0,888**. inimenunjukkan bahwa pernyataan pada kuisisioner pada penelitian dianggap reliabel.

4. Perhitungan Prosentase Variabel

a. Deskripsi Latar Belakang Tingkat Religiusitas (X)

Untuk mengetahui gambaran atau deskripsi mengenai latar belakang tingkat religius (X), berikut tabel hasil output

SPSS U.23:

Tabel 4.12
Perhitungan Statistik Dasar Variabel X

VariabelX		
N	Valid	91
	Missing	0
Mean		85.57
Std. Error of Mean		.811
Median		86.00
Mode		84
Std. Deviation		7.733
Range		29
Minimum		70
Maximum		99
Sum		7787
Percentiles	25	81.00
	50	86.00
	75	92.00

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer. 2018

Tabel 4.13
Distribusi Frekuensi Skor Variabel X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 70	4	4.4	4.4	4.4
71	4	4.4	4.4	8.8
74	3	3.3	3.3	12.1
77	3	3.3	3.3	15.4
79	3	3.3	3.3	18.7
80	4	4.4	4.4	23.1
81	5	5.5	5.5	28.6
82	3	3.3	3.3	31.9

83	6	6.6	6.6	38.5
84	7	7.7	7.7	46.2
85	3	3.3	3.3	49.5
86	6	6.6	6.6	56.0
87	3	3.3	3.3	59.3
88	3	3.3	3.3	62.6
89	5	5.5	5.5	68.1
91	5	5.5	5.5	73.6
92	4	4.4	4.4	78.0
93	3	3.3	3.3	81.3
94	4	4.4	4.4	85.7
95	4	4.4	4.4	90.1
96	4	4.4	4.4	94.5
98	2	2.2	2.2	96.7
99	3	3.3	3.3	100.0
Total	91	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel di atas, bahwa untuk variabel Latar Belakang Tingkat Religiusitas (K), diketahui:

1) N: 91, nilai terendah 70, nilai tertinggi 99, rata-rata (mean) 85.57, median 86, nilai yang sering muncul (mode) 84, simpangan baku (standar deviasi) 7.733, Jumlah nilai 7787.

2) Banyaknya kelas

$$K = 1 + 3.3 \log n$$

$$K = 1 + 3.3 \log 91$$

$$K = 1 + 3.3 \cdot 1.959$$

$$K = 7.46$$

Jadi jumlah kelas interval adalah 7 (dibulatkan)

3) Range / Jangkauan

$$R = K_{\max} - K_{\min} \text{ (Skor tertinggi - skor terendah)}$$

$$= 99 - 70$$

$$= 29$$

4) Interval Kelas

$$P = R : K \text{ (Range : Banyaknya kelas)}$$

$$= 29 : 7$$

$$= 4.14 \text{ (Dibulatkan 4)}$$

Sehingga panjang kelas yang digunakan adalah 4

Tabel 4.14
Kelas Interval Variabel X

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 70-73	8	8.8	8.8	8.8
74-77	6	6.6	6.6	15.4
78-81	12	13.2	13.2	28.6
82-85	19	20.9	20.9	49.5
86-89	17	18.7	18.7	68.1
90-93	12	13.2	13.2	81.3
94-99	17	18.7	18.7	100.0
Total	91	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

5) Skor kriterium (SK) = Skor tertinggi x Jumlah butir x Jumlah

Responden

$$= 5 \times 20 \times 91 = 9.100$$

$$6) \text{ Nilai prosentase variabel} = \frac{\text{Jumlah Skor Angket}}{\text{Skor Kriterion}} \times 100\%$$

$$= \frac{7787}{9100} \times 100 \%$$

$$= \mathbf{85.57\%}$$

7) Menentukan daerah kriterion, yaitu dengan membagi menjadi beberapa kategori yaitu baik, cukup baik, kurang baik dan rendah.

Untuk mengetahui skala persentase dengan lebih mudah, digunakan skala presentase sebagaimana yang dikemukakan oleh Suharsimi Arikunto sebagai berikut :

Tabel 4.15
Skala Persentase Analisis Statistik Deskriptif

Persentase	Penafsiran
76% – 100%	Baik
56% – 75%	Cukup
40% – 55%	Kurang Baik
< 40%	Tidak Baik

Sumber : (Arikunto, 2010 : 195)

Jika dibandingkan dengan tabel di atas maka nilai variabel X sebesar **85,57%** terletak pada daerah kriterium **baik** yang berada pada interval 76% – 100%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Tingkat Religiusitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Kuningan adalah baik.

b. Deskripsi Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y)

Untuk mengetahui gambaran atau deskripsi mengenai Keputusan Menjadi Nasabah (Y), berikut tabel hasil output SPSS U.23:

Tabel 4.16
Perhitungan Statistik Dasar Variabel Y

N	Valid	91
	Missing	0
Mean		80.71
Std. Error of Mean		.812
Median		81.00
Mode		78 ^a
Std. Deviation		7.749
Range		34
Minimum		62
Maximum		96
Sum		7345
Percentiles	25	77.00
	50	81.00
	75	86.00

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Tabel 4.17
Distribusi Frekuensi Skor Variabel Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 62	2	2.2	2.2	2.2
63	2	2.2	2.2	4.4
67	2	2.2	2.2	6.6
70	3	3.3	3.3	9.9
71	2	2.2	2.2	12.1
72	2	2.2	2.2	14.3
74	2	2.2	2.2	16.5
75	5	5.5	5.5	22.0
76	2	2.2	2.2	24.2
77	5	5.5	5.5	29.7
78	8	8.8	8.8	38.5
79	3	3.3	3.3	41.8
80	1	1.1	1.1	49.5
81	3	3.3	3.3	52.7
82	8	8.8	8.8	61.5
83	5	5.5	5.5	67.0
84	2	2.2	2.2	69.2
85	3	3.3	3.3	72.5
86	5	5.5	5.5	78.0
87	4	4.4	4.4	82.4
88	1	1.1	1.1	90.1
93	2	2.2	2.2	92.3
94	1	1.1	1.1	93.4
95	3	3.3	3.3	96.7
96	3	3.3	3.3	100.0
Total	91	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan tabel di atas, untuk variabel Keputusan Menjadi Nasabah (Y), diketahui sebagai berikut:

1) N: 91, nilai terendah 62, nilai tertinggi 96, rata-rata (mean) 80,71, median 81, nilai yang sering muncul (mode) 78 dan 82, simpangan baku (standar deviasi) 7,749, Jumlah nilai 7345.

2) Banyaknya kelas

$$K = 1 + 3.3 \log n$$

$$K = 1 + 3.3 \log 91$$

$$K = 1 + 3.3 \cdot 1.959$$

$$K = 7.46$$

Jadi jumlah kelas interval adalah 7 (dibulatkan)

3) Range / Jangkauan

$$R = X_{\max} - X_{\min} \text{ (Skor tertinggi - skor terendah)}$$

$$= 96 - 62$$

$$= 34$$

4) Interval Kelas

$$P = R : K \text{ (Range : Banyaknya kelas)}$$

$$= 34 : 7$$

$$= 4.85 \text{ di bulatkan (5)}$$

Sehingga panjang kelas yang digunakan adalah 5

Tabel 4.18
Kelas Interval Variabel Y

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 62-66	4	4.4	4.4	4.4
67-71	7	7.7	7.7	12.1
72-76	11	12.1	12.1	24.2
77-81	26	28.6	28.6	52.7
82-86	23	25.3	25.3	78.0

87-91	11	12.1	12.1	90.1
92-96	9	9.9	9.9	100.0
Total	91	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

5) Skor kriterium (SK) = Skor tertinggi x Jumlah butir x Jumlah Responden

$$= 5 \times 20 \times 91 = 9.100$$

6) Nilai prosentase variabel = $\frac{\text{Jumlah Skor Angket}}{\text{Skor Kriterium}} \times 100\%$

$$= \frac{7345}{9100} \times 100 \%$$

$$= \mathbf{80.71\%}$$

7) Menentukan daerah kriterium, yaitu dengan membagi menjadi beberapakategori yaitu baik, cukup baik, kurang baik dan rendah.

Untuk mengetahui skala persentase dengan lebih mudah, digunakan skala presentase sebagaimana yang dikemukakan oleh Suharsimi Arikunto sebagai berikut :

Tabel 4.19

Skala Persentase Analisis Statistik Deskriptif

Persentase	Penafsiran
76% - 100%	Baik
56% - 75%	Cukup

40% – 55%	Kurang Baik
< 40%	Tidak Baik

Sumber : (Arikunto, 2010 : 195)

Jika melihat dari tabel di atas maka nilai variabel Y sebesar **80,71%** terletak pada daerah kriterium **baik** yang berada pada interval 76% – 100%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Keputusan Menjadi Nasabah Pada Nasabah Bank Muamalat HCP Kuningan adalah baik.

B. Pengujian Persyaratan Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data dari masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Jika analisis menggunakan metode parametrik, maka persyaratan normalitas harus terpenuhi yaitu data berdistribusi normal. Dalam pembahasan pengujian normalitas ini akan digunakan uji *One Sample Holmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0.05. Kriteria yang digunakan yaitu:

- a. Data berdistribusi normal, jika nilai sig (signifikansi) $> 0.05 / 5\%$
- b. Data berdistribusi tidak normal, jika nilai sig (signifikansi) $< 0.05 / 5\%$

Hasil perhitungan Uji Normalitas menggunakan Program SPSS v.23 terlihat seperti tabel berikut :

Tabel 4.20
Hasil Uji Normalitas (one-sample Kolmogorov-Smirnov Test)

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Tingkat_Religiuitas	.077	91	.200	.966	91	.018
Keputusan_Menjadi_Nasabah	.075	91	.200	.975	91	.080

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Terlihat dari hasil perhitungan menggunakan *SPSS* diperoleh nilai signifikansi variabel Latar Belakang Tingkat Religiusitas (X) sebesar 0.2 dan nilai signifikansi variabel Keputusan Menjadi Nasabah (Y) sebesar 0.2, kedua nilai tersebut lebih besar dari 0.05 yang berarti bahwa data variabel latar belakang tingkat religiusitas (x) dan keputusan menjadi nasabah (y) berdistribusi normal.

2. Uji Homogenitas

Dalam statistik uji homogenitas digunakan untuk mengetahui varian dari beberapa populasi sama atau tidak. Uji ini biasanya dilakukan sebagai prasyarat dalam analisis Independent Sampel T Test dan Anova. Asumsi yang mendasari dalam Analisis of varians (ANOVA) adalah bahwa varian dari beberapa populasi adalah sama.

Dasar pengambilan keputusan seperti pada uji statistik lainnya, uji homogenitas digunakan sebagai bahan acuan untuk

menentukan keputusan uji statistik. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji homogenitas adalah :

- a. Jika nilai signifikansi < 0.05 , maka dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah tidak sama.
- b. Jika nilai signifikansi > 0.05 , maka dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah sama.

Tabel 4.21
Hasil Uji Homogenitas

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.234	22	68	.251

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Dari output diatas dapat diketahui nilai signifikan untuk latar belakang tingkat religiusitas yaitu $0.251 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa data keputusan menjadi nasabah (Y) berdasarkan data latar belakang tingkat religiusitas(X) mempunyai varian yang sama.

3. Uji Linearitas Data

Uji linearitas data dilakukan untuk mengetahui hubungan yang linear antara dua variabel. Dalam uji linearitas ini akan diketahui nilai signifikansi, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka artinya terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel *predictor* (X) dengan variabel *response* (Y). Sebaliknya,

jika nilai signifikan kurang dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak ada hubungan yang linear antara variabel diantara keduanya.

Uji linearitas data dibantu dengan menggunakan *software IBM SPSS Statistics 23 for Windows*, dan didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.22
Hasil Uji Linearitas Variabel X dan Variabel Y

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_Menjadi_Nasabah	Between Group	(Com bined)	1894.240	22	86.102	1.668	.057
Tingkat_Religiusitas	s	Linea rity Devia tion from Linea rity	619.394	1	619.394	11.999	.001
			1274.847	21	60.707	1.176	.300
Within Groups			3510.331	68	51.623		
Total			5404.571	90			

Sumber : Hasil pengolahan menggunakan SPSS 23, 2018

Berdasarkan tabel di atas didapatkan nilai signifikansi 0,300, nilai ini lebih besar dari 0,05 ($0,30 > 0,05$). Artinya terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel Tingkat Religiusitas (X) dengan variabel Keputusan Menjadi Nasabah (Y).

Sedangkan berdasarkan nilai F , diperoleh nilai F hitung = 1.176 sedangkan F tabel dapat ditemukan melalui tabel distribusi nilai F 0.05 melalui angka df -nya. Dari tabel diatas diketahui df adalah 21.68. Berdasarkan tabel distribusi nilai F 0.05, ditemukan nilai 1.71, itu artinya nilai F hitung lebih kecil daripada nilai F tabel ($1.176 < 1.71$). maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel X dan variabel Y .

C. Pengujian Hipotesis

1. Uji Korelasi Product Moment

Analisis Korelasi dengan menggunakan rumus korelasi r_{xy} bertujuan untuk membuktikan adanya hubungan yang signifikan antara latar belakang tingkat religiusitas dengan keputusan menjadi nasabah. Hal ini dimaksudkan untuk mengukur koefisien korelasi antara dua variabel. Analisis ini dimaksudkan untuk mengungkap korelasi atau pengaruh antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya.

Ada dua cara untuk pengambilan keputusan dalam analisis korelasi yakni dengan melihat nilai signifikansi dan tanda bintang yang diberikan pada output program SPSS yaitu :

- a. Berdasarkan nilai Signifikansi : Jika nilai signifikansi < 0.05 maka terdapat korelasi, sebaliknya jika nilai signifikansi $>$

0.05 maka tidak terdapat korelasi.

- b. Berdasarkan Tanda Bintang (*) yang diberikan SPSS : jika terdapat tanda bintang pada *pearson correlation* maka antara variabel yang di analisis terjadi korelasi. sebaliknya jika tidak terdapat tanda bintang pada *pearson correlation* maka antara variabel yang di analisis tidak terjadi korelasi.

Tabel 4.23
Hasil Uji Korelasi

		Tingkat_Religi sitas	Keputusan_Menj adi_Nasabah
Tingkat_R eligi sitas	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.339** 91	.001** 91
Keputusa n_Menj adi_Nasabah	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.339** 91	.001** 91

Sumber : Hasil pengolahan menggunakan SPSS 23. 2018

Tabel 4.24
Kriteria Koefisien Korelasi

Positif	Negatif	Penafsiran
0.9 – 1.00	0.9 – 1.00	Korelasi Sangat tinggi (<i>Very high</i>)
0.70 – 0.90	0.70 – 0.90	Korelasi tinggi (<i>High</i>)

0.50 – 0.70	0.50 – 0.70	Korelasi sedang (<i>Moderate</i>)
0.30 – 0.50	0.30 – 0.50	Korelasi rendah (<i>Low</i>)
0.00 – 0.30	0.00 – 0.30	Sangat kecil (<i>Little if any</i>)

Sumber : Suharsaputra Uhar (2012 :138)

Pada tabel output diatas didapatkan bahwa nilai Sig (2-tailed) = 0.001. karena nilai Sig (2-tailed) < 0.05. maka disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antara Latar Belakang Tingkat Religiusitas dengan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah.

Untuk melihat seberapa kuat pengaruhnya dapat dilihat dari nilai *pearson correlation*. dari tabel output di dapatkan nilai $r = 0.339$. jika dilihat pada tabel kriteria koefisien korelasi diatas maka dapat disimpulkan kekuatan hubungan antara Latar Belakang Tingkat Religiusitas (variabel X) dan Keputusan menjadi nasabah (variabel Y) adalah rendah.

Berdasarkan tanda bintang dari output SPSS di atas diketahui bahwa nilai *Pearson Correlation* yang dihubungkan antara masing-masing variabel mempunyai tanda bintang. ini berarti terdapat korelasi yang signifikan antara variabel yang dihubungkan.

2. Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi ini dilakukan untuk memprediksi atau menguji

pengaruh satu variabel bebas atau variabel independen terhadap variabel dependen atau terikat. Jika nilai variabel bebas diketahui, maka nilai variabel terikatnya bisa diprediksi besarnya. Analisis regresi juga dapat dilakukan untuk menemukan linearitas variabel terikat dengan variabel lainnya.

Dalam pengujian regresi juga didapatkan output koefisien determinasi yaitu

analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.

Tabel 4.25
Koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.339 ^a	.115	.105	7.333

Sumber : Hasil pengolahan menggunakan SPSS 23, 2018

Tabel diatas menjelaskan besarnya nilai korelasi / pengaruh (R) yaitu sebesar 0.339 dan R Square 0.115. R Square merupakan besarnya prosentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil dari pengkuadratan R. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R²) sebesar 0.115 atau 11.5 % yang mengandung pengertian bahwa latar belakang tingkat

religiusitas memberikan kontribusi terhadap keputusan menjadi nasabah sebesar 11.5 % sedangkan sisanya 88.5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar latar belakang tingkat religiusitas.

Tabel 4.26
Koefisien Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	51.686	8.587		6.019	0
	Tingkat_Religiusitas	0.339	0.1	0.339	3.394	0.001

Sumber : Hasil pengolahan menggunakan SPSS 23. 2018

Keterangan tabel Coefficients :

- a = Angka konstan dari Unstandardized Coefficients Pada tabel Coefficients merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada Tingkat Religiusitas (X), maka nilai konsisten Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y) adalah sebesar 51.686.
- b = Angka koefisien regresi. Nilainya sebesar 0.339. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1 % Tingkat Religiusitas (X), maka Keputusan Menjadi Nasabah bank Syariah (Y) akan meningkat sebesar 0.339.

- Karena nilai koefisien regresi bernilai positif (+) maka ini menunjukkan arah hubungan yang searah, yaitu kenaikan atau penurunan variabel independen (X) akan mengakibatkan kenaikan / penurunan variabel dependen (Y). itu artinya terjadi hubungan positif antara Latar Belakang Tingkat Religiusitas dengan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah. semakin naik Tingkat Religiusitas maka semakin meningkat Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah sehingga persamaan regresinya dapat ditulis :

$$\hat{Y} = a + bX$$

$$\hat{Y} = 51.686 + 0.339 X$$

\hat{Y} = Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah

X = Latar Belakang Tingkat Religiusitas

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Setelah melakukan berbagai pengujian statistik terhadap data yang diperoleh, penulis mendapat gambaran dimana dalam pengujian prasyarat analisis data yaitu uji normalitas dan homogenitas. dari uji normalitas terlihat bahwa nilai Holmogorov-Smirnov yang diperoleh adalah sebesar 0.2 untuk Variabel X, dan 0.2 untuk Variabel Y. kedua nilai tersebut lebih besar dari 0.05 yang menjadi batasan normal tidaknya data tersebut. dengan demikian data variabel latar belakang tingkat religiusitas (x) dan keputusan menjadi nasabah (y) berdistribusi

normal. dari uji homogenitas didapatkan nilai signifikan untuk latar belakang tingkat religiusitas yaitu $0.25 > 0.05$. maka dapat disimpulkan bahwa data keputusan menjadi nasabah (y) berdasarkan data latar belakang tingkat religiusitas (x) mempunyai varian yang sama.

Setelah itu dilakukan uji linearitas terhadap data hasil angket antara kedua variabel. Uji linearitas ini menggunakan *software IBM SPSS Statistics 23 for Windows* dan ditemukan bahwa nilai signifikansi 0.3. Berdasarkan ketentuan, bila nilai signifikansi bernilai lebih dari 0.05 maka dapat dikatakan data bersifat linear. Maka kesimpulannya model regresi kedua variabel adalah linear.

Dengan menggunakan *software* yang sama dilakukan pula uji korelasi data. dari perhitungan didapatkan nilai sig (2-tailed) $0.000 < 0.05$. hal ini berarti korelasi yang terjadi antara latar belakang tingkat religiusitas dan keputusan menjadi nasabah Bank Syariah adalah signifikan. Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan nilai r_{hitung} sebesar 0.339 ini menunjukkan bahwa tingkat hubungan antara Variabel X dan Variabel Y berdasarkan hasil konsultasi dengan tabel interpretasi koefisien korelasi adalah **rendah**. setelah itu diketahui angka korelasi antara kedua variabel bernilai positif ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel X dan Y searah.

Selanjutnya dilakukan uji regresi yang akan mengetahui hipotesis dari penelitian. Melalui analisis ini diperoleh nilai R Square yang menunjukkan seberapa bagus model regresi yang dibentuk oleh interaksi variabel bebas dan variabel terikat. Nilai R Square yang diperoleh adalah 11.5 % yang dapat ditafsirkan bahwa variabel Latar Belakang Tingkat Religiusitas (X) memiliki pengaruh kontribusi sebesar 11.5 % terhadap variabel Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Y) dan 88.5% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel X. Dan model persamaan regresi yang dihasilkan dari analisis regresi ini adalah $Y = 51.686 + 0.339 X$.

Dengan acuan di atas maka hipotesis yang bisa disimpulkan adalah H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya ada hubungan yang signifikan antara variabel Latar Belakang tingkat Religiusitas (X) dengan variabel Keputusan Menjadi Nasabah bank syariah (Y). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Latar Belakang tingkat Religiusitas memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah bank syariah (Bank Muamalat Indonesia KCP Kuningan). Artinya jika terjadi peningkatan Religiusitas nasabah, maka akan terjadi pula peningkatan terhadap keputusannya menjadi nasabah atau nasabah yang loyal.

Berdasarkan penjelasan di atas maka keadaan yang berada di lapangan ada kesesuaian dengan teori yang dikemukakan

Jalaludin(Sahlan, 2011: 41)bahwa:

keberagamaan atau *religiusitas* seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya. aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural. Bukan hanya berkaitan dengan kegiatan yang tampak dan dapat dilihat dengan mata, tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada diri seseorang..

Dari teori diatas bahwa seseorang yang tingkat religiusitasnya tinggi akan tercermin dalam kehidupannya dalam mengamalkan perintah agama yang dianutnya dalam hal ini berhubungan dengan pemilihan perbankan syariah.

BAB U

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang analisis latar belakang tingkat religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah melalui kuisioner terhadap 91nasabahBank Muamalat Indonesia KCP Kuningan pengguna produk simpanan / tabungan maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat Religius nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Kuningan termasuk kedalam kategori baik. dengan presentasi angka mencapai 85,57% pada interval 76% -100%.
2. Variabel Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah pada nasabah Bank Muamalat Indonesia KCP Kuningan termasuk kedalam kategori baik. dengan presentasi angka mencapai 80,71 % pada interval 76% -100%.
3. Berdasarkan hasil uji korelasi, tingkat religiusitas seseorang memiliki hubungan yang signifikan dan bernilai positif dengan keputusannya menjadi nasabah Bank Syariah. Dan berdasarkan uji regresi bahwa latar belakang tingkat religiusitas memberikan kontribusi pengaruh sebesar 11,5 % terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah. sedangkan sisanya 85,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis. Dengan demikian hasil hipotesis penulis yang menyatakan "Terdapat hubungan yang

signifikan antara Latar Belakang Tingkat Religiusitas dengan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah” dapat diterima kebenarannya.

B. Saran

Dari seluruh bahasan dalam penelitian ini, ada beberapa saran yang kiranya menjadi penting dikemukakan, di antaranya yaitu:

1. Bagi Pihak Bank Muamalat Indonesia seyogyanya bekerjasama dengan lembaga keagamaan Islam yang ada di Kuningan seperti MUI dalam sosialisasi tentang maslahatnya ekonomi Syariah yang didalamnya terdapat perbankan Syariah.
2. Bagi Nasabah dan Masyarakat agar berpartisipasi dan ikut membumikan ekonomi Islam salah satunya adalah dengan memilih perbankan Syariah sebagai mitra dalam mengelola keuangan.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variable lain untuk hasil bahasan dan kesimpulan yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, D., & F.N. S. (2004). *Psikologi Islam Solusi Islam Atas Problem – Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Desmita. (2008). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Cetakan pertama. Jakarta: Kencana.
- Jalaluddin. (2010). *Psikologi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Jalaludin. (2007). *Psikologi Agama Memahami Perilaku Keagamaan Dengan Mengaplikasikan Prinsip-prinsip Psikologi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Karim, A. (2007). *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Machmud, A., & Rukmana. (2010). *Bank Syariah (Teori, kebijakan, dan Studi Empiris di Indonesia)*. Jakarta: Erlangga.
- Mucharam, & Nashori. (2002). *Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Islami*. Yogyakarta: Menara Kudus.

- Praja, J. (2012). *Ekonomi Syariah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sahlan, A. (2011). *Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Tradisi Keagamaan di Perguruan Tinggi Islam*. Malang: UIN Maliki Press.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Bisnis Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Suharnan. (2005). *Psikologi Kognitif*. Surabaya: Srikandi.
- Suharsaputra, Uhar. (2012). *Metode Penelitian (kuantitatif, Kualitatif, Tindakan)*. Bandung: PT Refika Aditama
- Suliyanto. (2005). *Metode Riset Bisnis*. Purwokerto: Andi Offset.
- Sumitro, W. (2004). *Asas-Asas Perbankan Islam dan Lembaga Terkait*. Jakarta: Raja Grafindo persada.
- Syafei, M. A. (2001). *Bank syariah*. Jakarta: Gema Insani.
- Syamsi, I. (2000). *Pengambilan Keputusan dan sistem informasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Thouless, R. (2000). *Pengantar Psikologi Agama*. Jakarta: Rajawali Press.
- Asraf. (2014). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap keputusan Menyimpan Dana Di Bank Muamalat Indonesia KCP Pasaman Barat Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderator*. <http://id.portalgaruda.org/?ref=browse&mod=viewarticle&article=273999>. (diakses 01 Juni 2018).
- Bukhori, M. (2012). *Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Kapitalis*. <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/iqtishad/article/viewfile/2551/1959>. (Diakses 16 Mei 2018).
- Maski, G. (2010). *Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi Pada Bank Syariah di Malang*. <http://jiae.ub.ac.id/index.php/jiae/article/view/120>.

(Diakses 01 Juni 2018).

Sartika, D., Mubarak, A., & Larasati, I. (2011). *Hubungan antara "Religious Commitment" dengan Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah pada Dosen Unisba*. <http://prosidinglppm.unisba.ac.id/index.php/sosial/article/view/163>. (Diakses 02 Juni 2018).

www.adiwarmankarim.com. "Article ([ekonomi-dan-keuangan-syariah-di-mancanegara](#))". (Diakses tanggal 17 Mei 2018).

www.bi.go.id. "Outlook Perbankan Syariah Tahun 2014". (Diakses 16 Mei 2018).

www.bankmuamalat.co.id. "Profil Perusahaan". (Diakses tanggal 17 Mei 2018)

www.mysharing.co "Berita Ekonomi Syariah (4 tahun pangsa bank syariah oman lampau indonesia)". (Diakses tanggal 1 April 2018).

www.ojk.go.id. "Statistik Perbankan Syariah". (Diakses tanggal 13 Maret 2018).