

**FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENABUNG DI
BANK SYARIAH KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Mencapai derajat Sarjana S1**

Program Studi Manajemen



Disusun oleh :

Novira Sania Azzahra

Nim : 30401800255

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEMARANG**

2022

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

**FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENABUNG DI
BANK SYARIAH KOTA SEMARANG**

Disusun oleh :

Novira Sania Azzahra

Nim : 30401800255

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan ke hadapan
sidang panitia ujian skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang



Semarang, 19 Juli 2022

Pembimbing,

Drs. H. Bedjo Santoso, M.T., Ph.D

NIK. 210403049

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

**FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENABUNG DI
BANK SYARIAH KOTA SEMARANG**

Disusun Oleh :

Novira Sania Azzahra

NIM : 30401800255

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 05 Agustus 2022

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

Penguji I


Drs. Bedjo Santoso, MT, Ph.D
NIK. 210403049


Prof. Dr. Nunung Ghoniyah, MM
NIK 210488016

Penguji II


Drs. Widiyanto, M.Si, Ph.D
NIK. 210489018

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi
Tanggal 23 Agustus 2022


Dr. H. Ardian Adhiatma, SE, MM
NIK 210499042

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Novira Sania Azzahra
NIM : 30401800255
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH KOTA SEMARANG”** merupakan hasil karya sendiri. Selain itu, sumber informasi dari penulis lain sudah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menerima sanksi dengan ketentuan yang berlaku. Pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 23 Agustus 2022

Pembimbing

Yang memberi pernyataan



Drs. Bedjo Santoso, MT, Ph.D

NIK. 210403049



Novira Sania Azzahra

NIM. 30401800255

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	:	Novira Sania Azzahra
NIM	:	30401800255
Program Studi	:	Manajemen
Fakultas	:	Ekonomi
Alamat Asal	:	Jl. Demak-Bonang No.75 Rt.03/Rw.01, Kalicilik, Demak.
No. HP / Email	:	0895411647405 / saniavira079@gmail.com

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa ~~Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi*~~ dengan judul :

FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH KOTA SEMARANG.

dan menyetujuinya menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 23 Agustus 2022
Yang menyatakan,



Novira Sania Azzahra
NIM. 30401800255

*Coret yang tidak perlu

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim,
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN NASABAH DALAM MENABUNG DI BANK SYARIAH KOTA SEMARANG”** sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat sarjana S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Tak lupa shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarganya dan para sahabatnya yang kita nantikan syafaatnya di dunia dan di yaumul qiyamah nanti.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih setulus – tulusnya kepada :

1. Bapak Drs. H. Bedjo Santoso, M.T., Ph.D selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan selama penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Hj. Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
3. Bapak Dr. H. Ardian Ardhitama, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

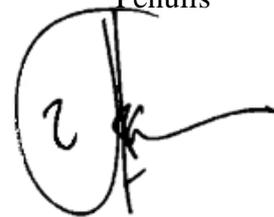
5. Kedua orang tua penulis, Endra Suhartono, S.Sos dan Nurul Fatkhiyah, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta dukungan selama penyusunan skripsi ini.
6. Kakak dan adik – adik penulis tersayang, yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis.
7. Teman sekaligus sahabat terdekat penulis, Nadya, Nadella, Bila, Nova, Salsa, Sulis, Mela, Puspa, Chantika, Devi yang telah memberikan semangat.
8. Teman – teman Fakultas Ekonomi terutama Jurusan Manajemen angkatan 2018, terimakasih atas motivasi, kebaikan, dan kebersamaan selama ini.
9. Serta pihak – pihak yang secara langsung maupun tidak langsung yang penulis tidak dapat sebutkan satu per satu yang telah membantu serta memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi penyempurnaan selanjutnya. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 23 Agustus 2022

Penulis



Novira Sania Azzahra

ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui faktor penentu keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah Kota Semarang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah bank syariah Kota Semarang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *accidental sampling* dengan sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dan MRA (*Moderated Regression Analysis*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Risk* dan *Benefit* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam menabung di bank Syariah, dan Religiusitas tidak memoderasi pengaruh *Perceived Risk* dan *Benefit* terhadap Keputusan Nasabah dalam menabung di bank Syariah.

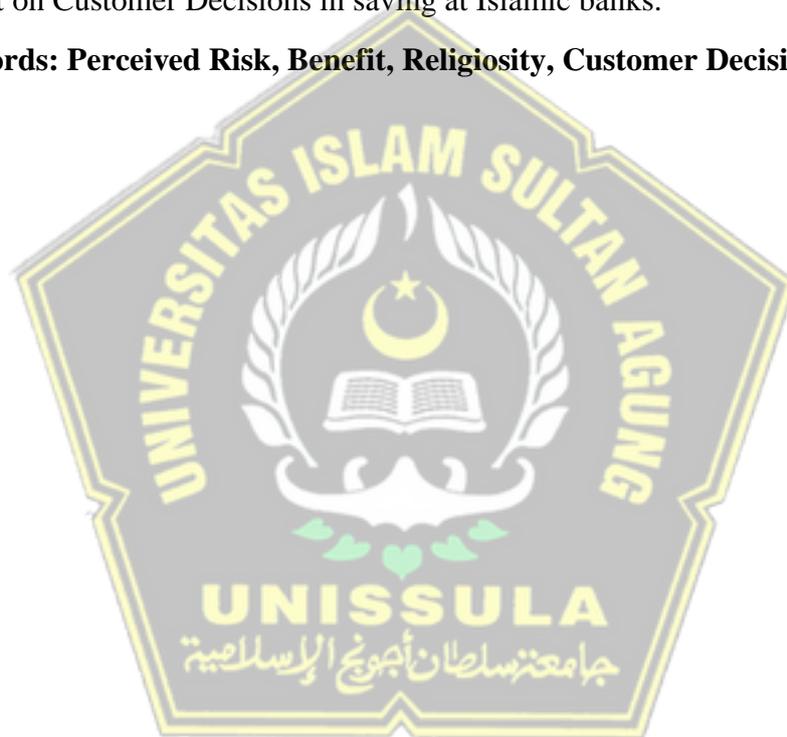
Kata Kunci : *Perceived Risk, Benefit, Religiusitas, Keputusan Nasabah*



ABSTRACT

This study aims to determine the factors that influence customer decisions in saving at Islamic banks in Semarang City. The population used in this research is the customers of Islamic banks in Semarang City. The sampling technique used in this study is to use the accidental sampling method with a sample of 100 respondents. The analytical method used in this research is multiple linear regression and MRA (Moderated Regression Analysis). The results of this study indicate that Perceived Risk and Benefit have a significant effect on Customer Decisions in saving at Islamic banks, and religiosity does not moderate the effect of Perceived Risk and Benefit on Customer Decisions in saving at Islamic banks.

Keywords: Perceived Risk, Benefit, Religiosity, Customer Decision



MOTTO

"Melakukan yang terbaik saat ini menempatkanmu di tempat terbaik untuk saat berikutnya."

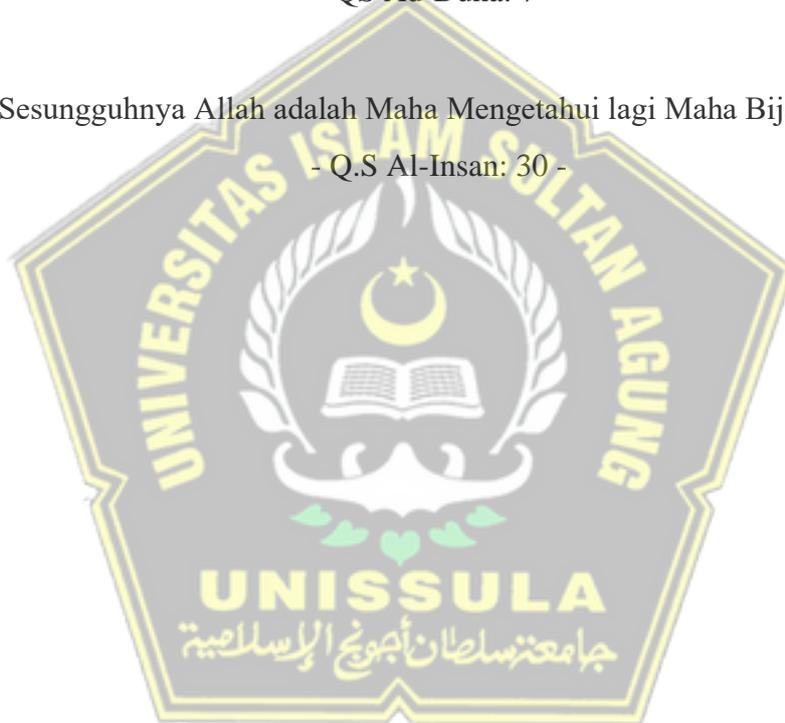
- Oprah Winfrey –

"Dan Dia menemukanmu sebagai seorang yang bingung, lalu Dia memberikan petunjuk."

- QS Ad-Duha: 7 –

“Sesungguhnya Allah adalah Maha Mengetahui lagi Maha Bijaksana.”

- Q.S Al-Insan: 30 -



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
MOTTO.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	10
2.1.2 Keputusan Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah	11
2.1.3 <i>Perceived Risk</i>	13
2.1.4 <i>Benefit</i>	19
2.1.5 Religiusitas.....	21
2.2 Pengembangan Hipotesis.....	22
2.3 Kerangka Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis Penelitian	27

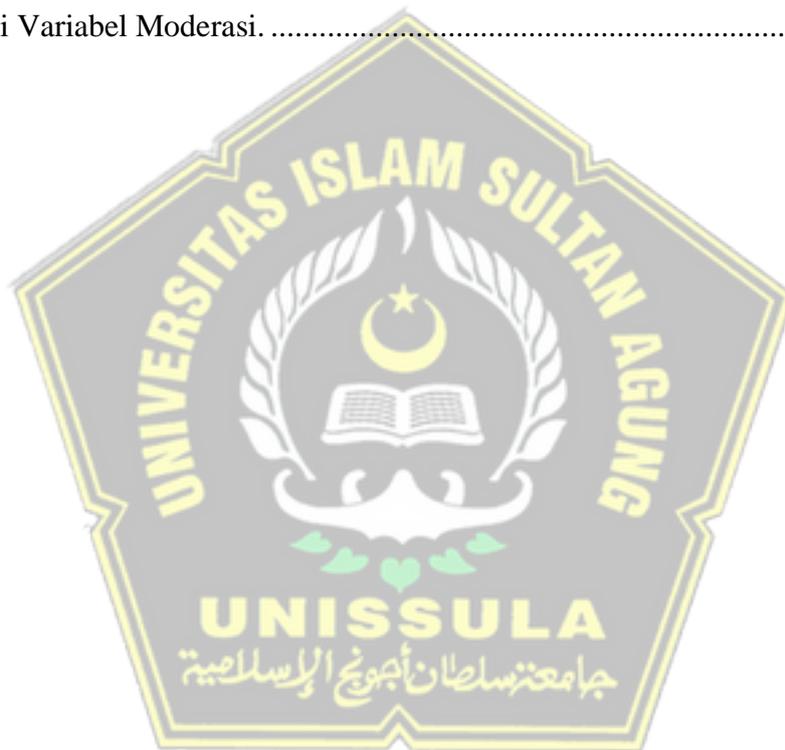
3.2	Populasi dan Sampel.....	27
3.3	Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data.....	29
3.4	Variabel dan Definisi Operasional	30
3.5	Teknik Analisis Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		40
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	40
4.1.1.	Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia.....	40
4.1.2.	Karakteristik Responden	41
4.2.	Analisis Data	46
4.2.1.	Deskripsi Variabel.....	46
4.2.2.	Uji Instrumen	53
4.2.3.	Uji Asumsi Klasik.....	55
4.2.4.	Uji Hipotesis.....	57
4.3.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	62
4.3.1.	Pengaruh <i>Perceived Risk</i> Terhadap Keputusan Nasabah.....	62
4.3.2.	Pengaruh <i>Benefit</i> Terhadap Keputusan Nasabah.	63
4.3.3.	Pengaruh <i>Perceived Risk</i> Terhadap Keputusan Nasabah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating.	64
4.3.4.	Pengaruh <i>Benefit</i> Terhadap Keputusan Nasabah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating.	65
BAB V PENUTUP.....		67
5.1.	Kesimpulan.....	67
5.2.	Implikasi Manajerial.....	68
5.3.	Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA		70

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Jenis-jenis Risiko Perbankan Syariah	13
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator	31
Tabel 4. 1 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4. 2 Kategori Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4. 3 Kategori Responden Berdasarkan Agama	43
Tabel 4. 4 Kategori Responden Berdasarkan Asal atau Tempat Tinggal	43
Tabel 4. 5 Kategori Responden Berdasarkan Status	44
Tabel 4. 6 Kategori Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	44
Tabel 4. 7 Kategori Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Jasa Bank Syariah	45
Tabel 4. 8 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Perceived Risk	46
Tabel 4. 9 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Benefit	48
Tabel 4. 10 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Religiusitas	50
Tabel 4. 11 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Nasabah	51
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas	56
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Regresi dan Determinasi	57
Tabel 4. 18 Hasil Uji Statistik F	59
Tabel 4. 19 Hasil Uji Statistik T	60
Tabel 4. 20 Excluded Variables	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	26
Gambar 4. 1 Pengaruh Percived Risk terhadap Keputusan Nasabah.....	63
Gambar 4. 2 Pengaruh Benefit terhadap Keputusan Nasabah	64
Gambar 4. 3 Pengaruh Percived Risk terhadap Keputusan Nasabah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi.	65
Gambar 4. 4 Pengaruh Benefit terhadap Keputusan Nasabah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi.	66



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia perbankan dari tahun ke tahun mengalami perkembangan yang cukup signifikan dan munculnya perbankan syariah sebagai alternatif publik semakin mendapatkan tanggapan yang baik, terlebih perbankan syariah memiliki pedoman atau prinsip-prinsip syariah. Masyarakat Indonesia yang bermayoritas beragama muslim memiliki alternatif untuk menggunakan jasa perbankan dengan memiliki prinsip yang dianjurkan dalam agama Islam yaitu tidak adanya riba dalam kegiatan berkaitan dengan perbankan. Menurut (Fathurrahman, 2018), Perbankan Syariah dalam melakukan aktivitasnya memberlakukan konsep kemitraan atau akad mudharabah, akad murabahah dan bagi hasil. Perbankan Syariah adalah perbankan yang mencakup penyediaan jasa atau layanan keuangan berpedomanan dengan hukum syariah (Anthony Mariadas & Murthy, 2017).

Perusahaan Syariah dalam menjalankan aktivitasnya memegang prinsip dan kaidah Islam. Perusahaan Syariah memiliki prinsip Islam yang meliputi akad mudharabah, akad murabahah dan bagi hasil. Menurut OJK pada Peraturan Bank Indonesia Nomer 15/4/PBI Tahun 2013 tentang penyampaian laporan bulanan bank umum syariah, menjelaskan bahwa akad wadiah adalah perjanjian pembiayaan atau menanam dana pemiliki dana (shahibul maal) kepada pengelola dana (mudharid) dengan bertujuan melakukan aktivitas sesuai anjuran prinsip Islam. Aktivitas ini nantinya akan menghasilkan hasil dan nantinya adanya proses pembagian hasil antara kedua pihak dengan berlandaskan nisbah. Akad murabahah merupakan

perjanjian pembiayaan yang meliputi transaksi antara jual beli suatu barang senilai harga perolehan barang dan ditambahkan dengan margin sesuai kesepakatan sebelumnya, sedangkan bagi hasil merupakan indikator imbalan yang berasal dari aktivitas menanamkan dana atau menghimpun dana bank dari pelapor (OJK, 2020).

Perbankan syariah memiliki prinsip tidak jauh berbeda dengan perbankan konvensional, yaitu turut berkontribusi membangun perekonomian negara atau sebagai lembaga intermediasi. Lembaga intermediasi ini memiliki hubungan dengan permasalahan keuangan yang menjadi alat kegiatan perdagangan. Hadirnya perbankan yang memiliki prinsip syariah ini menjadi alternatif bagi umat muslim untuk melakukan aktivitas keuangannya dengan prinsip yang dianjurkan oleh agama. Adanya perbankan syariah ini menjadi peluang bagi publik, khususnya umat muslim yang berhubungan dengan aktivitas keuangannya dengan tanpa ragu, tenang dan didasari prinsip keagamaan (Firdaus, 2017).

Kota Semarang merupakan Ibu Kota dari Provinsi Jawa Tengah dan sebagai salah satu kota terbesar di Indonesia. Di kutip dari website resmi Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Semarang Tahun 2020 terdapat 1,685,909 jiwa penduduk yang tercatat dan diantaranya 835,138 jiwa berjenis kelamin laki-laki dan 850,771 jiwa berjenis kelamin perempuan tersebar di 16 kecamatan (Dispendukcapil.semarangkota.go.id, 2021). Hadirnya perbankan syariah di tengah-tengah persaingan industri perbankan konvensional menjadi alternatif masyarakat untuk melakukan aktivitas keuangannya sesuai anjuran agama.

Sesuai pemaparan dari OJK bahwa pada tahun 2017 jumlah nasabah di bank Syariah sekitar 15 juta sedangkan bank konvensional sekitar 80 juta atau baru sekitar 18,75% jumlah nasabah bank Syariah dari total nasabah secara keseluruhan. Selain itu, *market share* bank Syariah pada tahun 2017 juga menurun dari 4,8% menjadi 4,6%. Penyebab rendahnya *market share* bank Syariah ini karena kurangnya sosialisasi mengenai perbankan Syariah yang menjadikan masyarakat kurang memahami tentang perbankan Syariah sehingga masyarakat lebih mengenal bank konvensional daripada bank Syariah. Selain itu, Kepala Departemen Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Ahmad Buchori mengungkapkan tentang penyebab rendahnya nasabah bank Syariah dikarenakan banyak masyarakat yang beranggapan bahwa bank Syariah belum selengkap, semodern, dan sebagus bank konvensional. Banyaknya faktor penentu keputusan masyarakat sebagai nasabah yang ingin menabung di bank syariah meliputi, *perceived risk* atau persepsi risiko dan *benefit* atau manfaat yang ditawarkan oleh bank syariah. Namun selain faktor *perceived risk* dan *benefit*, faktor-faktor yang dapat memperkuat adanya pengaruh keputusan masyarakat menabung di bank syariah dengan adanya religiusitas atau agama yang dianut oleh nasabah.

Perceived risk atau persepsi risiko adalah sifat atau tingkat ketidakpastian yang dialami nasabah atau konsumen untuk menggunakan jasa atau layanan tertentu. Persepsi ini berkaitan risiko yang nantinya dialami konsumen atau nasabah, apabila nantinya mengambil keputusan menabung di bank syariah. Hasil penelitian terdahulu (Kurniaputra & Nurhadi, 2018) menyatakan *perceived risk* berpengaruh negatif terhadap keputusan konsumen menggunakan produk atau

layanan bank. Hal ini disebabkan adanya anggapan dari konsumen yang tidak memahami suatu produk yang ditawarkan akan menimbulkan permasalahan dikemudian hari. Namun berbeda dengan hasil penelitian terdahulu (Anthony Mariadas & Murthy, 2017) menyatakan *perceived risk* berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen membeli atau menggunakan produk atau layanan bank. Nasabah dalam memutuskan menabung di bank syariah dapat dipengaruhi oleh *perceived risk* atau persepsi risiko terhadap bank syariah. Perbankan syariah menerapkan prinsip simpan pinjam dengan tidak adanya bunga dan apabila dalam aktivitasnya perbankan mengalami keuntungan atau kerugian maka akan dibagi kepada pihak-pihak yang bersangkutan. Prinsip Syariah dalam perbankan syariah, nasabah dapat mendapatkan keuntungan dari perdagangan dan investasi dalam bentuk pengembalian apabila nasabah menanggung beberapa risiko sendiri melalui berbagi risiko kepada pihak-pihak yang bersangkutan, sedangkan perbankan konvensional menggunakan bunga deposito.

Perbankan syariah menerapkan prinsip pembagian risiko pada saat *profit* ataupun *loss* dan hal ini menggambarkan *borrowers* atau peminjam dan pihak yang memiliki deposito atau *depositors* akan menanggung tinggi beberapa risiko yang ditentukan investor. Namun biasanya perbankan syariah hanya melakukan aktivitas dengan risiko yang minim atau rendah dengan bertujuan melindungi klien dan memilih memutuskan aktivitas investasi yang andal. Artinya apabila persepsi risiko nasabah tentang perbankan syariah dapat mempengaruhi keputusan nasabah menabung di bank syariah. Selain adanya hubungan positif antara *perceived risk* dengan keputusan konsumen, faktor religiusitas atau agama yang dianut nasabah

memiliki hubungan positif sebagai faktor pendukung keputusan konsumen membeli suatu produk. Religiusitas atau agama yang dianut oleh konsumen tertanam pada diri konsumen dan hal ini akan mempengaruhi tingkat laku konsumen dalam beraktivitasnya termasuk dalam aktivitas keuangannya. Religiusitas atau agama memiliki peran dan dampak keputusan konsumen untuk memilih dan menggunakan jasa keuangan atau perbankan.

Hasil penelitian terdahulu (Firdaus, 2017), menyatakan religiusitas atau agama berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen atau nasabah untuk memilih menabung di bank syariah. Selanjutnya (Su'un *et al.*, 2018) melakukan studi dengan melakukan penelitian faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat Afrika dalam memutuskan menabung di bank syariah. Studi ini menjelaskan terdapat religiusitas di wilayah Afrika dengan 39 % beragama Muslim, 29% beragama Kristen dan 47% agama tradisional mempengaruhi masyarakat menabung di bank syariah. Dalam mempertimbangkan *perceived risk* konsumen juga memiliki faktor pendukung mengenai keyakinannya dalam menggunakan suatu produk yang didasari oleh kepercayaannya. Selain *perceived risk* faktor penentu keputusan masyarakat sebagai nasabah yang ingin menabung di bank syariah adalah faktor *benefit* yang diberikan oleh pemberi jasa atau layanan bagi konsumen memiliki hubungan positif dengan keputusan konsumen membeli suatu produk.

Hasil penelitian terdahulu (Salsabila *et al.*, 2021) benefit berpengaruh negatif terhadap keputusan konsumen menggunakan produk atau layanan. Arah negatif ini didasarkan oleh perilaku konsumen dalam menggunakan suatu produk. Bagi konsumen benefit menjadi hal yang sekunder dan konsumen lebih

mementingkan trend masyarakat. Namun berbeda dengan hasil penelitian (Fathurrahman, 2018), *benefit* berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen menggunakan produk atau layanan. *Benefit* atau manfaat yang diberikan bank syariah berupa bagi hasil antara nasabah dan bank memberikan daya tarik nasabah untuk memilih bank syariah dibandingkan bank konvensional.

Benefit akan memberikan nilai tambah bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya dan adanya *benefit* yang ditawarkan kepada konsumen akan mempengaruhi konsumen terhadap produk. Artinya nasabah dalam memutuskan menabung di bank syariah dapat dipengaruhi oleh *benefit* yang ditawarkan oleh pemberi layanan. Masyarakat menganggap dengan menabung di bank syariah, lebih bermanfaat daripada menabung di bank konvensional. Selain adanya hubungan positif antara *benefit* dengan keputusan konsumen, faktor religiusitas atau agama yang dianut nasabah memiliki hubungan positif sebagai faktor pendukung keputusan konsumen membeli suatu produk

Hasil penelitian terdahulu (Su'un *et al.*, 2018) *benefit* yang diberikan suatu pemberi layanan akan menarik daya tarik konsumen untuk menggunakan suatu produk layanan dengan adanya faktor pendukung kepercayaan yang dianut oleh konsumen. Hubungan antara *benefit* dan religiusitas dalam mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan produk. Ketaatan konsumen akan perintah agama menjadi faktor penting konsumen untuk menggunakan suatu produk dan adanya hubungan manfaat yang diberikan bank syariah dapat mempengaruhi keputusan konsumen menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan bank syariah. Artinya *benefit* atau manfaat yang diberikan suatu layanan kepada konsumen

mempengaruhi keputusan pembelian dengan adanya faktor pendukung, yaitu kepercayaan. Selanjutnya religiusitas dapat mempengaruhi nasabah menabung di bank syariah, yaitu bentuk ketaatan yang ditanamkan nasabah sejak kecil untuk menghindari aktivitas riba dan ditambah adanya manfaat kejelasan sistem bagi hasil.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dilapangan dan hasil penelitian terdahulu yang masih tidak sejalan, maka peneliti tertarik membahas hubungan antara *perceived risk* dan *benefit* terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderating, adapun karya ilmiah berjudul **“FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN NASABAH MENABUNG DI BANK SYARIAH KOTA SEMARANG“**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan mengenai pentingnya variabel *perceived risk* dan *benefit* untuk meningkatkan keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah. Adapun pertanyaan – pertanyaan penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *perceived risk* terhadap keputusan nasabah menabung di bank Syariah ?
2. Bagaimana pengaruh *benefit* terhadap keputusan nasabah menabung di bank Syariah ?
3. Bagaimana pengaruh religiusitas dalam memoderasi pengaruh *perceived risk* terhadap keputusan nasabah menabung di bank Syariah ?

4. Bagaimana pengaruh religiusitas dalam memoderasi pengaruh *benefit* terhadap keputusan nasabah menabung di bank Syariah ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang bertujuan mengetahui faktor penentu keputusan nasabah menabung di bank syariah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh *perceived risk* terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah.
2. Menganalisis pengaruh *benefit* terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah.
3. Menganalisis pengaruh religiusitas dalam memoderasi pengaruh *perceived risk* terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah.
4. Menganalisis pengaruh religiusitas dalam memoderasi pengaruh *benefit* terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

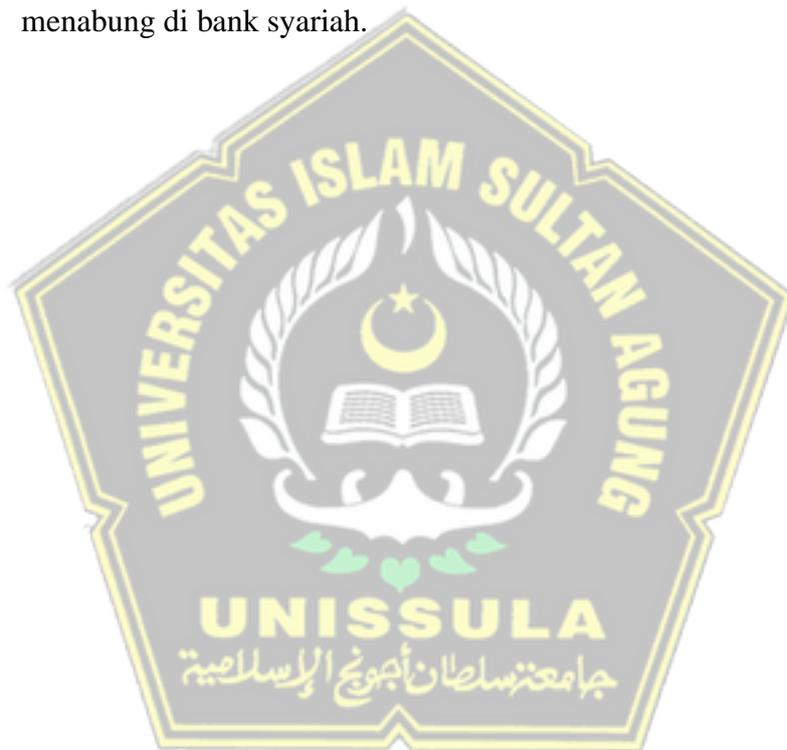
Manfaat yang diharapkan peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat Praktis

Bagi lembaga keuangan khususnya di lembaga keuangan syariah diharapkan mampu memahami faktor penentu keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah agar mampu bertahan di masa pandemi COVID-19 dan diharapkan mampu bersaing dengan bank–bank syariah maupun bank konvensional yang ada di Indonesia.

b. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan kepustakaan dan dapat menjadi informasi mengenai faktor mana yang mempengaruhi nasabah dalam mengambil keputusan menabung di bank syariah. Serta peneliti berharap bahwa hasil penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan pembaca mengenai faktor penentu keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan dari individu dalam mencari, membeli, menggunakan, melakukan evaluasi, dan melakukan konsumsi terhadap produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan. Studi terhadap individu atau kelompok saat menggunakan produk atau jasa, pengalaman atau ide, untuk memuaskan kebutuhan konsumen dan dampaknya. Perilaku konsumen akan menghasilkan keputusan terhadap transaksi yang dilakukan baik layanan atau pembelian produk. Untuk bisa memahami perilaku konsumen maka dibutuhkan penelitian, kebutuhan, sikap, pendapat, dan perbedaan selera pada lingkungan (Heliawan & Wisnu, 2018).

Terdapat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain.

1. Faktor kebudayaan
Kebudayaan menjadi salah satu penentu keinginan dan perilaku untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku. Faktor ini menjadi memberikan pengaruh paling luas pada tingkah laku konsumen.
2. Faktor sosial
Faktor sosial menjadi salah satu bagian yang menciptakan nilai, minat, dan perilaku dari konsumen. Contoh dari faktor ini seperti pendapatan, pekerjaan, pendidikan, dan kombinasi dari faktor-faktor tersebut.
3. Faktor Pribadi

Setiap individu memiliki preferensi dan pandangan masing-masing terhadap produk dan jasa. Hal ini akan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi selanjutnya, contoh seperti mencari harga paling murah, lebih mementingkan kualitas, dan lain sebagainya.

2.1.2 Keputusan Nasabah dalam Menabung di Bank Syariah

Keputusan merupakan suatu proses dalam menyelesaikan masalah yang dimulai dari tahap identifikasi masalah, pencarian informasi, penilaian terhadap alternatif, dan pada akhirnya akan membuat keputusan perilaku.

Keputusan menabung menjadi salah satu bagian penting dari perilaku nasabah selain dari kegiatan nasabah ketika menilai, memperoleh, dan menggunakan barang atau jasa ekonomis yang tersedia. Pada tahap ini, perspektif nasabah mencakup seluruh perilaku untuk bisa memenuhi kebutuhan sesuai dengan faktor yang tersedia untuk memotivasi dan menjadi pengaruh keputusan dari nasabah (Sufitrayati & Nailufar, 2018)

Pengambilan keputusan menjadi proses untuk bisa mengenali masalah dan peluang untuk kemudian ditentukan pemecahannya. Proses ini dilakukan berdasarkan informasi pengetahuan yang dimiliki untuk bisa memprediksi yang akan terjadi selanjutnya. Keputusan didapatkan dari alternatif keputusan yang tersedia. Terdapat 5 tahapan yang dapat dilakukan antara lain, (Hasibuan & Wahyuni, 2020)

1. Pengenalan masalah

Merupakan tahapan dimana pembeli mengenali masalah atau kebutuhannya

2. Pencarian informasi

Konsumen berusaha mencari informasi lebih banyak tentang hal yang dikenalnya sebagai kebutuhan. Biasanya konsumen memperoleh informasi dari sumber pribadi (keuarga, teman, tetangga, dan kenalan), Komersial (iklan, tenaga penjual, perantara dan kemasan), eksperimental (penanganan pemeriksaan dan penggunaan Produk).

3. Evaluasi alternative

Merupakan tahapan dimana konsumen memperoleh informasi tentang suatu objek dan membuat penilaian akhir. Untuk menilai alternatif pilihan terdapat beberapa konsep dasar diantaranya:

- a. Atribut Produk
- b. Tingkat Kepentingan
- c. Keyakinan Merk
- d. Kepuasan Produk total
- e. Prosedur Evaluasi

4. Keputusan pembelian

Merupakan tahapan dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap melakukan transaksi pembelian. Faktor-faktor kepuasan untuk membeli diantaranya:

- a. Sikap orang lain: keluarga, teman, tetangga, orang kepercayaan.
- b. Faktor situasi yang tidak diharapkan: pendapatan, keluarga, manfaat yang diharapkan.

5. Perilaku pasca pembelian

Merupakan tahapan dimana konsumen puas atau tidak terhadap pilihan produk yang tersedia.

Hasil dari tahapan ini akan menghasilkan keputusan nasabah untuk menabung berdasarkan pengetahuan yang didapatkan.

2.1.3 *Perceived Risk*

Risiko adalah ketidakpastian atau dampak yang mungkin terjadi pada suatu pengambilan keputusan. Risiko adalah peluang adanya kerugian yang diakibatkan dari suatu kejadian tertentu. Risiko dalam dunia perbankan menjadi suatu kejadian yang potensial baik itu yang bisa diperkirakan ataupun yang tidak dapat diperkirakan dan memiliki dampak negative terhadap nasabah. Industri perbankan memiliki banyak risiko yang kompleks pada seluruh kegiatan usahanya berdasarkan adanya implikasi sektor keuangan yang dinamis, kompleks, dan kompetitif (Fasa, 2016).

Tabel 2. 1
Jenis-jenis Risiko Perbankan Syariah

No	Jenis Risiko	Uraian
1.	Risiko Kredit	Risiko yang disebabkan oleh adanya kegagalan counterparty dalam memenuhi kewajibannya. Dalam bank syariah, risiko pembiayaan mencakup risiko produk dan risiko terkait pembiayaan koperasi.
2.	Risiko Pasar	Risiko kerugian yang terjadi pada portofolio yang dimiliki oleh bank akibat adanya

		pergerakan variabel pasar (Adverse movement) berupa nilai tukar dan suku bunga.
3.	Risiko likuiditas	Risiko yang antara lain disebabkan oleh ketidakmampuan bank untuk memenuhi kewajibannya pada saat jatuh tempo
4.	Risiko Operasional	Risiko yang antara lain disebabkan oleh ketidakcukupan atau tidak berfungsinya proses internal, human error, kegagalan sistem atau yang mempengaruhi operasional bank.
5.	Risiko Hukum	Risiko yang disebabkan oleh adanya kelemahan aspek yuridis, seperti: adanya tuntutan hukum, ketiadaan peraturan perundang-undangan yang mendukung atau kelemahan perjanjian seperti tidak terpenuhinya syarat keabsahan suatu kontrak atau pengikatan agunan yang tidak sempurna.
6.	Risiko Reputasi	Risiko yang antara lain disebabkan oleh adanya publikasi negatif yang terkait dengan kegiatan bank atau adanya persepsi negatif terhadap bank.
7.	Risiko Strategis	Risiko yang antara lain disebabkan oleh adanya penerapan dan pelaksanaan strategi bank yang tidak tepat, pengambilan keputusan

		bisnis yang tidak tepat atau bank tidak mematuhi/ tidak melaksanakan perubahan perundang-undangan dan ketentuan lain yang berlaku. Pengelolaan risiko strategis dilakukan melalui penerapan sistem pengendalian internal secara konsisten.
8.	Risiko Kepatuhan	Risiko yang disebabkan oleh tidak dipatuhinya ketentuan- ketentuan yang ada, baik ketentuan internal maupun eksternal.
9.	Risiko Imbal Hasil	Risiko akibat perubahan tingkat imbal hasil yang dibayarkan kepada nasabah karena terjadi perubahan tingkat imbal hasil yang diterima bank dari penyaluran dana, yang dapat memengaruhi perilaku nasabah dana pihak ketiga bank
10	Risiko Investasi	Risiko akibat bank ikut menanggung kerugian usaha nasabah yang dibiayai dalam pembiayaan berbasis bagi hasil.

Risiko pada bank Syariah lebih kompleks jika dibandingkan dengan bank konvensional. Hal ini karena bank Syariah selain menghadapi risiko seperti bank konvensional seperti risiko kredit, risiko pasar, risiko kepatuhan, dan lain

sebagainya. Akan tetapi, juga menghadapi kondisi untuk terus mematuhi kewajiban prinsip-prinsip syariah (Fasa, 2016).

Perceived of Risk merupakan salah satu komponen yang penting ketika konsumen melakukan pemrosesan informasi, konsumen akan termotivasi untuk mencari informasi lebih ketika dihadapkan dengan keputusan pembelian atau penggunaan produk atau layanan. (Haryani, 2019). *Perceived of Risk* menjadi keyakinan yang diakibatkan dari potensi negatif ketidakpastian dari proses yang terjadi. *Perceived of risk* menjadi tingkat persepsi penilaian individu dari kemungkinan yang terjadi baik itu negatif maupun positif dari kejadian berupa konsekuensi terhadap usaha untuk memperoleh hasil yang diinginkan konsumen. (Yazid, 2015)

Dimensi-dimensi *Perceived of Risk* Pavlou terbagi menjadi beberapa antara lain, (Haryani, 2019)

1. Financial Risk

Kerugian yang berhubungan secara finansial yang mungkin dialami sebagai konsekuensi dari pembelian atau penggunaan suatu produk atau jasa.

2. Social Risk

Risiko sosial berhubungan dengan kekhawatiran konsumen akan seperti apa pendapat orang atas pembelian suatu produk yang telah dilakukan.

3. Performance Risk

Risiko kinerja yang berhubungan dengan kekhawatiran konsumen tentang apakah suatu produk atau jasa tersebut akan berfungsi atau memiliki manfaat sesuai dengan yang diinginkan.

4. Time and Convenience Risk

Risiko yang berhubungan dengan ketakutan atas kerugian dari kehilangan atau tersia-sianya waktu akibat pembelian atau penggunaan suatu produk atau jasa.

5. Physical Risk

Risiko yang berhubungan dengan kekhawatiran mengenai keamanan produk dan potensi membahayakan diri atau orang lain akibat dari pemakaian suatu produk atau jasa.

6. Psychological Risk

Risiko yang berhubungan dengan kekhawatiran mengenai keamanan produk dan potensi membahayakan diri atau orang lain akibat dari pemakaian suatu produk.

Untuk bisa memperoleh risk perceived maka konsumen perlu untuk mendapatkan pengetahuan. Pengetahuan konsumen terbagi menjadi tiga macam antara lain,

1. Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk merupakan kumpulan dari berbagai macam informasi produk yang meliputi produk, merek, terminologi produk, fitur atau atribut produk, pengetahuan manfaat, dan pengetahuan mengenai kepuasan yang bisa diberikan dari produk terhadap konsumen. Pada bank syariah produk

dikemas sesuai dengan prinsip syariah islam. Adapun produk yang ditawarkan antara lain,

a. Tabungan Wadiah

Produk simpanan yang menggunakan akad wadiah/titipan yang penarikannya dapat dilakukan sesuai perjanjian. Prinsip Wadiah terbagi dua sebagai berikut:

- 1) Wadiah Yad Dhamanah merupakan akad antara dua pihak, satu pihak sebagai pihak yang menitipkan (nasabah) dan pihak lain sebagai pihak yang menerima titipan.
- 2) Wadiah Yad Al-Amanah merupakan titipan murni dari pihak yang menitipkan barangnya kepada pihak penerima titipan dan barang titipan tidak diperkenankan untuk dimanfaatkan.

b. Tabungan Mudharabah

Tabungan Mudharabah merupakan produk penghimpunan dana oleh bank dimana Bank Syariah bertindak sebagai Pengelola (Mudharib) dan nasabah sebagai Pemilik dana (Shahibul Mal). Akad Mudharabah jika dilihat dari segi transaksi yang dilakukan pemilik modal dengan pengelola dibagi menjadi dua diantaranya:

- 1) Mudharabah Muthlaqah adalah penyertaan modal tanpa syarat. Pengusaha atau mudharib bebas melakukan usaha apa saja dan mengelola modalnya sesuai dengan keinginannya asalkan bisa mendapatkan keuntungan.

- 2) Mudharabah Muqayyadah adalah penyertaan modal dengan syarat-syarat tertentu. Artinya tidak semua usaha bisa dijalankan dengan modal tersebut, jadi hanya usaha yang telah ditentukan dalam perjanjian yang boleh dikelola.

2. Pengetahuan Pembelian

Keputusan konsumen mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh pengetahuannya. Implikasi penting bagi strategi pemasaran adalah memberi informasi kepada konsumen dimana konsumen akan membeli produk tersebut.

3. Pengetahuan Pemakaian

Suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dimanfaatkan oleh konsumen lain. Agar produk tersebut bisa memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen maka konsumen harus bisa menggunakan produk tersebut dengan benar. Pengetahuan pemakaian suatu produk adalah penting bagi konsumen karena kesalahan dalam menggunakan suatu produk akan menyebabkan produk tidak bermanfaat.

2.1.4 *Benefit*

Benefit merupakan manfaat yang bisa diperoleh oleh customer ketika melakukan pembelian atau penggunaan produk. Perusahaan seharusnya fokus untuk bisa menjual benefit sebagai sabagai salah satu jawaban dari konsep pemasaran. Benefit menjadi daya tarik yang ditawarkan dari perusahaan kepada konsumen. Benefit sendiri terbagi menjadi tiga hal yakni functional benefit,

symbolic benefit, dan experiential benefit. Fungsional benefit memiliki arti bahwa produk yang tersedia dapat memuaskan kebutuhan dari konsumen untuk memecahkan masalah. Functional benefits itu sendiri umumnya sesuai dengan atribut yang terkait dengan produk seperti keuntungan finansial, keamanan, perencanaan dan nilai tambah suatu pelayanan. Sedangkan Symbolic benefit fokus kepada pemenuhan keinginan konsumen untuk bisa mempertinggi diri melalui posisi peran, keanggotaan pada kelompok, atau identifikasi dari ego. Terakhir, experiential benefit merupakan pemenuhan keinginan yang terkait dengan kesukaan terhadap sensori, keanekaragaman, dan stimulasi kognitif. Experiential benefits berasal dari apa yang dirasakan pelanggan setelah memakai produk atau jasa dan biasanya berhubungan dengan atribut produk tersebut Experiential benefits dianggap sebagai salah satu pendukung untuk meningkatkan intensitas penggunaan produk (Rimadiaz & Rachmayanti, 2018).

Bank Syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi memperlancar mekanisme ekonomi di sektor riil melalui aktivitas kegiatan usaha (investasi, jual beli, atau lainnya) berdasarkan prinsip syariah, yaitu aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan nilai-nilai syariah yang bersifat makro maupun mikro (Hasibuan & Wahyuni, 2020).

Bank syariah memiliki keuntungan yang lebih dibandingkan dengan bank konvensional. Keuntungan ini karena dalam seluruh aktivitasnya bank syariah menjauhi prinsip riba. Prinsip ini akan menggantikan konsep sistem bunga dan

membangun ekonomi yang bebas terhadap pertumbuhan ekonomi, distribusi pendapatan, dan alokasi. Manfaat atau keuntungan bank syariah antara lain,

1. Menjalankan kegiatan ekonomi secara muamalah islami agar terhindar dari riba.
2. Menjalankan bisnis dan aktivitas operasional untuk mendapatkan keuntungan yang sah menurut islam.
3. Menghindari bunga bank.
4. Tidak menahan uang menganggur dan tidak berputar. Akan tetapi, menyalurkan uang melalui kegiatan investasi demi memajukan ekonomi.
5. Azas yang digunakan : kemitraa, keadilan, universal, dan transparansi.
6. Menghindari maisir, ghara, dan riba.
 - a. Maisir yaitu transaksi yang digantungkan kepada suatu keadaan yang tidak pasti dan bersifat untung-untungan.
 - b. Gharar yaitu transaksi yang obyeknya tidak jelas, tidak diketahui keberadaannya, atau tidak dapat diserahkan pada saat transaksi dilakukan.
 - c. Riba yaitu penambahan pendapatan secara tidak sah (bathil).
7. Operasi yang dilakukan berdasarkan atas dasar bagi hasil.

2.1.5 Religiusitas

Religiusitas berasal dari kata *religiosity* yang berarti keshalihan, pengabdian yang besar pada agama. Religiusitas berasal dari *religious* yang berkenaan dengan religi atau sifat religi yang melekat pada diri seorang individu. Religiusitas adalah sebuah ekspresi spiritual seseorang yang berhubungan dengan

sistem keyakinan, nilai, hukum yang berlaku dan ritual. Religiusitas juga merupakan suatu kepercayaan yang dianut oleh konsumen dan tertanam pada diri konsumen dan hal ini akan mempengaruhi tingkah laku konsumen dalam beraktivitas termasuk dalam aktivitas keuangannya. Selanjutnya, kata keagamaan mengacu pada suatu keadaan yang bersifat religius dan bernuansa ketundukan kepada Tuhan, yakni percaya kepada adanya Tuhan serta mengikuti ajaran yang ditetapkan-Nya. Agama memiliki nilai-nilai bagi kehidupan manusia sebagai seorang individu maupun dalam hubungannya dengan kehidupan bermasyarakat. Selain itu agama juga memberi dampak bagi kehidupan sehari-hari. (Zuhirsyan & Nurlinda, 2018). Religiusitas atau agama memiliki peran dan dampak keputusan konsumen untuk memilih dan menggunakan jasa keuangan atau perbankan.

Terdapat pandangan bahwa urusan agama dan bisnis merupakan sesuatu hal yang berbeda. Akan tetapi, kedua hal tersebut tidak dapat untuk dipisahkan. Dalam agama islam dilarang mengenai unsur riba pada kegiatan ekonominya, hal ini terjawab dengan tersedianya bank syariah yang menerapkan prinsip islam dalam setiap aktivitas operasionalnya. (Ma'zumi, Taswiyah, 2017).

2.2 Pengembangan Hipotesis

2.2.1 Pengaruh *Perceived Risk* Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah

Perceived risk adalah kerentanan yang dihadapi nasabah ketika mereka tidak dapat mengantisipasi hasil masa depan dari pilihan pembelian mereka. Menurut teori perilaku konsumen keputusan seorang pembeli juga

dipengaruhi oleh ciri-ciri kepribadiannya. Sehingga perilaku konsumen juga ikut berperan dalam menentukan proses pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Haryani, 2019) menyatakan bahwa *perceived risk* berpengaruh terhadap keputusan pembelian diterima. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Anthony Mariadas & Murthy, 2017) yang juga menyatakan *perceived risk* berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen membeli atau menggunakan produk atau layanan bank. Jika tingkat risiko yang nasabah rasakan terlalu tinggi, nasabah tidak akan menyelesaikan transaksi. Risiko yang dirasakan nasabah akan memberikan pengaruh negatif terhadap kepercayaan pada saat akan melakukan keputusan pembelian. Artinya, semakin tinggi risiko yang diasakan nasabah terhadap produk, maka akan menurunkan tingkat kepercayaan nasabah terhadap produk dan juga akan menurunkan minat beli dan keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah.

H1 : Jika *perceived risk* semakin meningkat, maka keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah akan menurun.

2.2.2 Pengaruh *Benefit* Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah

Benefit yang berupa keunggulan atau manfaat dari produk atau jasa menjadi penawaran utama bagi konsumen dalam menentukan keputusan transaksi. Dalam hal ini yaitu *benefit* yang diterima akan mempengaruhi keputusan

pembelian. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wahyuningtyas & Widiastuti, 2017) yang menunjukkan bahwa benefit berpengaruh terhadap keputusan aktivitas pembelian. Begitu juga penelitian yang dilakukan oleh (Fathurrahman, 2018) dan (Hasanuddin, 2019) yang menyatakan bahwa *benefit* berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen menggunakan produk atau layanan. *Benefit* atau manfaat yang diberikan bank syariah berupa bagi hasil antara nasabah dan bank memberikan daya tarik nasabah untuk memilih bank Syariah.

H2 : Jika *benefit* semakin meningkat, maka keputusan nasabah akan meningkat.

2.2.3 Pengaruh *Perceived Risk* Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating.

Religiusitas adalah keyakinan dalam agama dalam kehidupan sehari-hari yang teratur dengan kekuatan paling penting di dunia dan akhirat. Menurut Almosawi dalam (Qhaerunnisa, 2017) yang mengemukakan bahwa keputusan nasabah dalam memilih bank syariah lebih didorong oleh faktor keagamaan. Hal ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Qhaerunnisa, 2017) dan (Firdaus, 2017) yang menyatakan religiusitas atau agama berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen atau nasabah untuk memilih menabung di bank syariah. Sehingga dapat disimpulkan apabila semakin tinggi tingkat religiusitas, maka keputusan nasabah akan meningkat

Sedangkan penelitian yang dilakukan dilakukan oleh (Gustiany & Wiwaha, 2020) menyatakan bahwa *perceived risk* berpengaruh terhadap keputusan

pembelian diterima atau dalam penelitian ini dinyatakan sebagai keputusan menabung nasabah. Sehingga penelitian ini akan dilakukan pembuktian hipotesis yang membahas mengenai pengaruh *perceived risk* terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderating. untuk membuktikan hasil pada penelitian terdahulu.

H3 : Religiusitas memperkuat dalam memoderasi *perceived risk* terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah.

2.2.4 Pengaruh *Benefit* Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating.

Pada penelitian (Qhaerunnisa, 2017) dijelaskan bahwa dalam melakukan keputusan menabung pada bank syariah didorong oleh faktor religiusitas keagamaan. Religiusitas menjadi keyakinan dari nilai dan perilaku sebagai perenungan, pengalaman, kepercayaan, dan keyakinan suatu agama. Penelitian lain (Parastika et al., 2021) menyatakan adanya pengaruh secara parsial dan positif signifikan religiusitas terhadap keputusan. Bank syariah menjadi salah satu jawaban untuk memberikan solusi permasalahan religiusitas terhadap keputusan menabung nasabah.

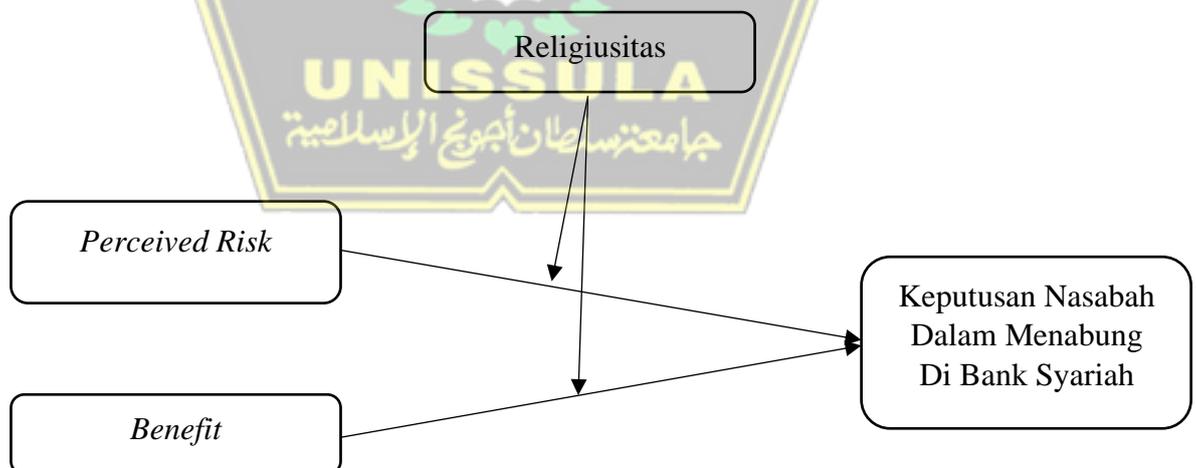
Pada penelitian (Parastika et al., 2021) menunjukkan bahwa sistem bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Penelitian ini akan membahas mengenai pengaruh benefit terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah dengan religiusitas sebagai variabel moderating untuk membuktikan hasil pada penelitian terdahulu yang dilakukan.

H4 : Religiusitas memperkuat dalam memoderasi *benefit* terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah.

2.3 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian adalah suatu model atau gambaran sebagai suatu gagasan yang memperjelas hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Menurut (Dr. Sandu Siyoto, SKM, M.Kes, M. Ali Sodik, 2015) kerangka penelitian dapat dikatakan sebagai rumusan-rumusan masalah yang sudah dibuat berdasarkan dengan proses deduktif dalam rangka menghasilkan beberapa konsep dan juga proposisi yang digunakan untuk memudahkan seorang peneliti merumuskan hipotesis penelitiannya. Berdasarkan tinjauan landasan teori dan penelitian terdahulu maka dapat disusun model riset dalam penelitian ini, seperti yang disajikan dalam gambar berikut:

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *explanatory research* yang bertujuan untuk menguji hipotesis antar variabel. Yang dimana hipotesis tersebut menggambarkan hubungan antara dua variabel, untuk mengetahui apakah variabel dipengaruhi atau tidak oleh variabel yang lainnya. Menurut (Prof. Dr. Sugiyono, 2013) penelitian eksplanasi (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan kedudukan antara variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara variabel yang satu dengan yang lain melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan secara kuantitatif, yang menitikberatkan pada pengukuran dan analisis hubungan sebab - akibat antara bermacam macam variabel, bukan prosesnya (Dr. Sandu Siyoto, SKM, M.Kes, M. Ali Sodik, 2015).

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut (Prof. Dr. Sugiyono, 2013) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank Syariah di Semarang yang jumlahnya tidak diketahui.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Prof. Dr. Sugiyono, 2013). Estimasi jumlah sampel

menggunakan persamaan tertentu. Dalam penelitian ini, penarikan jumlah ukuran sample apabila jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka menggunakan rumus proporsional. Berikut rumus proporsional yang akan digunakan dalam menghitung sampel pada penelitian ini

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

Dimana :

n = jumlah sampel

$Z^2_{1-a/2}$ = *Z score* pada $1 - a/2$ tingkat kepercayaan (1,96)

P = estimasi proporsi (0,5)

d = presisi (0,01 dengan tingkat kepercayaan 95%)

Maka perhitungan sampel penelitian ini adalah :

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,01^2}$$

$$= \frac{0,9604}{0,01}$$

$$= 96,01$$

(dibulatkan menjadi 100)

Dari rumus diatas diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti, yaitu berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Menurut (Prof. Dr. Sugiyono, 2013), *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan

peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3.3 Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer mengacu pada data yang telah dikumpulkan secara langsung (Dr. Sandu Siyoto, SKM, M.Kes, M. Ali Sodik, 2015). Sumber data primer dalam penelitian ini diambil dengan membagikan kuesioner melalui social media kepada para responden berdasarkan variabel yang diteliti, yaitu mengenai tanggapan nasabah bank syariah di kota Semarang terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah yang dilihat dari variabel *perceived risk*, *benefit* dan religiusitas.

Data sekunder adalah data yang tersedia sebelumnya yang dikumpulkan dari sumber-sumber tidak langsung atau tangan kedua misalnya dari sumber-sumber tertulis milik pemerintah atau perpustakaan (Dr. Sandu Siyoto, SKM, M.Kes, M. Ali Sodik, 2015). Dalam hal ini, data yang diambil dari penelitian ini melalui website Dispendukcakil Semarang Kota.

3.3.2 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu melalui kuesioner yang akan di bagikan kepada nasabah bank syariah kota Semarang. Menurut (Prof. Dr. Sugiyono, 2013) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang

dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Dalam penelitian ini, nasabah bank syariah di kota Semarang yang nantinya akan menjadi responden akan memberikan jawaban dengan menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* terdiri dari serangkaian pernyataan tentang sikap responden terhadap objek yang diteliti (Dr. Sandu Siyoto, SKM, M.Kes, M. Ali Sodik, 2015). Skala *Likert* dapat dikatakan sebagai tingkat dukungan sikap dan nilai atau skor tersebut akan dijumlahkan untuk menghasilkan skor total bagi responden. Berikut merupakan skala *Likert* beserta skornya pada penelitian ini :

<i>Skala Likert</i>		
No	Jenis Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.4 Variabel dan Definisi Operasional

Variabel dalam penelitian ini adalah *perceived risk*, *benefit*, religiusitas, dan keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah dengan definisi operasional beserta indikator masing – masing variabel akan dijelaskan dalam tabel berikut :

Tabel 3. 1
Definisi Operasional Variabel dan Indikator

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Perceived Risk</i>	<i>Persepsi risiko</i> didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dihadapi oleh konsumen ketika mereka tidak dapat memprediksi konsekuensi saat melakukan keputusan pembelian.	a. Keamanan saat bertransaksi, b. Tidak ada tambahan biaya, c. Risiko minimal.	Skala likert 1-5 yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju
<i>Benefit</i>	<i>Benefit</i> merupakan manfaat yang bisa diperoleh oleh customer ketika melakukan pembelian atau penggunaan produk.	a. Physical Benefit, b. Value Benefit, c. Social Benefit.	
Religiusitas	Religiusitas adalah sebuah ekspresi spiritual seseorang yang berhubungan dengan sistem keyakinan, nilai, hukum yang berlaku dan ritual.	a. Keyakinan b. Pengetahuan Agama (Maisur et al., 2015)	
Keputusan Nasabah	Keputusan merupakan suatu proses dalam menyelesaikan masalah yang dimulai dari tahap identifikasi masalah,	a. Menetapkan pilihan pada produk tabungan,	

	pencarian informasi, penilaian terhadap alternatif, dan pada akhirnya akan membuat keputusan perilaku.	b. Keyakinan nasabah pada produk tabungan, c. Penggunaan produk secara berulang.	
--	--	---	--

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dapat digunakan untuk menguji hipotesis yang sudah ditentukan oleh peneliti. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan pemilihan model regresi terbaik yaitu regresi *stepwise*. Analisis data dilakukan dengan program *IBM SPSS Statistics 22*. Dalam penelitian ini, Teknik analisis yang digunakan adalah sebagai berikut :

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistika adalah ilmu mengumpulkan, mengolah, meringkas, menyajikan, dan interpretasi data untuk dasar pengambilan keputusan. Statistika mampu melakukan tiga tugas penting dalam ilmu pengetahuan, yaitu menerangkan gejala, meramalkan kejadian, dan mengontrol keadaan .

Statistika deskriptif merupakan bagian statistik yang memikul tugas untuk menerangkan suatu gejala yang bertujuan untuk menggambarkan secara umum tentang objek yang sedang diteliti melalui populasi atau sampel. Statistika deskriptif berkaitan dengan metode pengumpulan, peringkasan, dan penyajian data yang bersifat memberi gambaran. Melalui analisis statistika deskriptif maka dapat

menghasilkan nilai rata-rata (mean), nilai standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum.

3.5.2 Uji Instrumen

3.5.2.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah / valid tidaknya suatu kuesioner. Menurut (Purwanto, 2018) validitas berkaitan dengan sejauh mana ketepatan alat ukur dalam mengukur apa yang hendak di ukur. Sebuah tes dikatakan valid apabila tes tersebut mengukur apa yang hendak diukur (Nurchayanto, 2013).

3.5.2.2. Uji Realiabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu instrumen yang merupakan indikator dari variabel penelitian. Reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen tersebut bisa dibilang stabil ketika digunakan untuk mengukur data serupa ditempat yang berbeda. Menurut (Nurchayanto, 2013) reliabilitas (Reliability, keterpercayaan) menunjuk pada pengertian apakah sebuah instrumen dapat mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten dari waktu ke waktu. Reliabel merujuk pada kemampuan sebuah instrumen dalam menghasilkan data penelitian yang dapat dipercaya (Purwanto, 2018). Instrumen penelitian yang baik adalah instrumen yang bisa menghasilkan kestabilan data. Kestabilan data bisa berupa kesamaan antar responden dalam memberikan tanggapan dari sebuah instrumen penelitian.

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1. Uji Normalitas

Menurut (Echo P, 2016) uji normalitas digunakan untuk memperlihatkan bahwa ada sampel diambil dari populasi yang berdistribusi normal. (Junaidi, 2010) menyatakan uji normalitas untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Apabila terjadi penyimpangan terhadap asumsi distribusi normal, maka akan tetap menghasilkan koefisien regresi yang linier. Uji normalitas dapat menggunakan dengan metode sample *Kolmogorov-smirnov*. Berikut merupakan rumus dari *Kolmogorov-smirnov*

$$KD = 1,36 \frac{\sqrt{n_1 + n_2}}{n_1 + n_2}$$

Dimana :

KD = Jumlah *Kolmogorov-smirnov* yang dicari

n_1 = Jumlah sampel yang diperoleh

n_2 = Jumlah sampel yang diharapkan

Penyimpangan asumsi normalitas ini semakin kecil pengaruhnya apabila jumlah sampel diperbesar. Adapun kriterianya adalah:

- a. H_0 ditolak dan H_a diterima, jika sig. Value $< \alpha$ 5%
- b. H_0 diterima dan H_a ditolak, jika sig. Value $> \alpha$ 5%

Jika H_0 ditolak maka data tidak tersebar normal. Sebaliknya, jika H_0 diterima maka data tersebar normal.

3.5.3.2. Uji Multikolinearitas

Menurut (Echo P, 2016) uji multikolinearitas merupakan alat uji model regresi untuk menemukan adanya korelasi antar variable bebas (independen). Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan uji regresi, dengan menggunakan nilai patokan VIF (Variance Inflation Factor) dan nilai Tolerance. Kriteria yang dapat digunakan adalah:

1. Jika nilai VIF di sekitar angka 1-10, maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.
2. Jika nilai Tolerance ≥ 0.10 , maka dikatakan tidak terdapat masalah multikolinearitas.

3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi (Junaidi, 2010). Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas dan atau tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Banyak metoda statistik yang dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu model terbebas dari masalah heteroskedastisitas atau tidak, seperti misalnya Uji White, Uji Park, Uji Glejser, dan lain-lain (Nihayah, 2019). Dalam penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat uji white. Menurut (Winarno, 2015) uji white dapat dinotasikan sebagai berikut:

C^2 hitung = $n \times R$ Square

C^2 tabel diperoleh melalui tabel Chi Square dengan rumus :

$Df = n - 1$

Ket :

n = jumlah responden

Dengan ketentuan, jika nilai c^2 hitung $< c^2$ tabel maka bebas/ tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, dan jika c^2 hitung $> c^2$ tabel maka tidak bebas/ terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.5.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah sebuah proses untuk melakukan evaluasi kekuatan bukti dari sampel, dan memberikan dasar untuk membuat keputusan terkait dengan populasinya. Sebelum melakukan pengujian hipotesis, kita harus menetapkan terlebih dahulu hipotesis tersebut terlebih dahulu. Hipotesis adalah pernyataan yang kebenarannya masih lemah. Agar pernyataan pada hipotesis tidak lemah lagi maka kita melakukan pengumpulan data dan melakukan pengujian secara terukur. Dengan melakukan pengujian hipotesis yang terukur kita dapat memilih apakah hipotesis tersebut dapat diakui (informasi tidak memberikan bukti untuk menolak hipotesis) atau ditolak (informasi memberikan bukti untuk menolak hipotesis).

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya pengaruh *perceived risk* dan *benefit* terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah dengan religiusitas sebagai variabel

moderating. Metode statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh antara satu variabel dependen dan satu atau lebih variabel dependen adalah regresi. Metode statistik untuk menguji hipotesis adalah regresi linier berganda dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA) yang bertujuan untuk mengetahui gambaran tentang pengaruh *perceived risk* dan *benefit* terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah serta apakah variabel religiusitas mampu memoderasi pengaruh *perceived risk* dan *benefit* dengan keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah. MRA merupakan aplikasi khusus regresi linear berganda yang dimana persamaannya mengandung unsur interaksi.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Berikut merupakan rumus yang digunakan dalam penelitian ini :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_4 X_1 X_3 + \beta_5 X_2 X_3 + e$$

Dimana :

Y = Keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah

α = Konstanta

$\beta_1 - \beta_5$ = Koefisien Regresi

X_1 = *Perceived risk*

X_2 = *Benefit*

$X_1 X_3$ = Interaksi antara *perceived risk* dengan religiusitas

$X_2 X_3$ = Interaksi antara *benefit* dengan religiusitas

e = *Error Term*

3.5.4.1. Koefisien Korelasi Regresi

Koefisien korelasi regresi digunakan untuk memutuskan apakah hubungan antara variabel independent dan variabel dependen itu kuat, sedang, atau lemah.

3.5.4.2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah nilai yang menunjukkan berapa besar varian dalam satu variabel yang ditentukan atau diterangkan oleh satu atau lebih variabel lain dan berapa besar varian dalam satu variabel tersebut berhubungan dengan varian dalam variabel lainnya (Sarwono, 2011). Nilai ini yang digunakan sebagai besaran nilai untuk menunjukkan besarnya jumlah pengaruh semua variabel independent terhadap variabel dependen secara gabungan atau disebut juga sebagai pengaruh gabungan. Besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0 sampai dengan 1. Jika nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0 maka variabel independent sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Namun, jika nilai koefisien determinasi (R^2) mendekati 1, maka dapat diartikan bahwa variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.5.4.3. Uji Statistik F

Uji F dikenal sebagai Uji Simultan atau Uji Model/Uji Anova, yaitu uji untuk melihat bagaimana pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Atau sekali lagi untuk menguji apakah model regresi yang kita buat dapat diterima atau tidak.

3.5.4.4. Uji Statistik T

Uji t dikenal sebagai uji parsial, yaitu menguji bagaimana pengaruh setiap variabel independen secara terpisah terhadap variabel dependen. Pengujian ini harus dimungkinkan dengan membandingkan t hitung dan t tabel atau dengan memeriksa segmen kepentingan untuk setiap t hitung, proses uji t tidak dapat dibedakan dari uji F (lihat estimasi SPSS pada Coefficient Regression Full Model/Enter). Atau bisa juga diganti dengan teknik Stepwise Test.

3.5.4.5. Analisis Regresi Moderasi

Tujuan dari analisis regresi moderasi adalah untuk mengetahui apakah variabel moderating akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Analisis regresi yang digunakan penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk mengetahui gambaran mengenai pengaruh *perceived risk* dan *benefit* terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah serta apakah variabel religiusitas mampu memoderasi pengaruh *perceived risk* dan *benefit* dengan keputusan nasabah dalam menabung di bank syariah.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini bersifat kuantitatif dimana data yang dihasilkan akan berupa angka. sData yang diperoleh dari penelitian dapat dianalisis dengan menggunakan program SPSS. Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor penentu keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah Kota Semarang dengan tujuan didasarkan pada hasil kuesioner yang dikumpulkan dengan melibatkan 100 responden nasabah Bank Syariah Kota Semarang yang menggunakan jasa Bank Syariah Kota Semarang. Penyebaran kuesioner dilakukan secara tertutup dengan menggunakan ukuran Skala Likert 1-5. Penelitian ini menggunakan 2 variabel independen yang terdiri dari *perceived risk* dan *benefit*, 1 variabel moderating yaitu religiusitas, dan variabel dependen yaitu keputusan nasabah. Kuesioner yang dibuat berdasarkan faktor-faktor yang terkonsentrasi memiliki 2 hingga 3 hal pernyataan.

Gambaran umum Bank Syariah Indonesia (BSI) terdiri dari sejarah BSI, lokasi dan struktur organisasi BSI. Kemudian kuesioner penelitian terdiri dari dua bagian, yaitu karakteristik responden dan pernyataan yang harus dijawab oleh responden.

4.1.1. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia

Bank syariah mengambil bagian penting sebagai fasilitator dalam semua latihan keuangan di lingkungan bisnis halal. Kehadiran industri keuangan syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan kemajuan yang sangat besar

dalam kurun waktu lebih dari tiga puluh tahun. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan pola yang positif dari tahun ke tahun.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H, menandai latar belakang sejarah konvergensi Bank Mandiri Syariah, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu substansi, yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Konsolidasi ini akan menggabungkan keunggulan ketiga bank syariah untuk menawarkan dukungan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas, dan memiliki batas modal yang unggul. Ditopang oleh energi koperasi dengan induk organisasi (Mandiri, BNI, BRI) dan tanggung jawab otoritas publik melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk bersaing di tingkat dunia. Konsolidasi ketiga Bank Syariah ini merupakan upaya untuk menjadikan Bank Syariah yang menjadi kebanggaan individu, yang dianggap biasa menjadi energi lain untuk perputaran keuangan publik dan menambah bantuan pemerintah daerah yang lebih luas.

4.1.2. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Kota Semarang yang telah menggunakan jasa Bank Syariah selama minimal 1 tahun. Di segmen karakteristik, responden diminta untuk mengisi beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan informasi pribadi, untuk lebih spesifiknya yaitu mengenai jenis kelamin, usia, agama, asal atau tempat tinggal, status, pendidikan terakhir, dan lama menggunakan jasa Bank Syariah.

a. Jenis Kelamin

Dari hasil jawaban 100 responden dalam penelitian ini dapat dikategorikan berdasarkan jenis kelamin. Berikut adalah data responden yang dikategorikan berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4. 1
Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Keterangan	Jumlah	Persen (%)
1.	Laki – laki	26	26%
2.	Perempuan	74	74%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah (2022).

Dari tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari 100 responden terdapat 26 orang atau 26% responden berjenis kelamin laki – laki dan 74 orang atau 74% berjenis kelamin perempuan. Hal tersebut menunjukkan dalam penelitian ini lebih didominasi responden yang merupakan nasabah bank syariah Kota Semarang berjenis kelamin perempuan.

b. Usia

Tabel 4. 2
Kategori Responden Berdasarkan Usia

No	Keterangan	Jumlah	Persen (%)
1.	17 – 27 tahun	90	90%
2.	28 – 38 tahun	3	3%
3.	39 – 49 tahun	4	4%
4.	50 – 60 tahun	3	3%
5.	> 60 tahun	0	0%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah (2022).

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa usia responden dalam penelitian yang dilakukan sangat beragam. Diantaranya responden yang berusia 17 sampai 27 tahun

berjumlah 90 orang atau 90%, lalu responden yang berusia 28 sampai 38 tahun berjumlah 3 orang atau 3%, kemudian responden yang berusia 39 sampai 49 tahun berjumlah 4 orang atau 4%, dan responden yang berusia 50 sampai 60 tahun berjumlah 3 orang atau 3% berusia 50 sampai 60 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang mendominasi berusia 17 sampai 27 tahun.

c. Agama

Tabel 4. 3
Kategori Responden Berdasarkan Agama

No	Keterangan	Jumlah	Persen (%)
1.	Islam	100	100%
2.	Non Islam	0	0%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah (2022).

Berdasarkan tabel 4.3, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang merupakan nasabah bank syariah Kota Semarang 100% beragama islam. Hal ini dikarenakan mayoritas masyarakat di Kota Semarang memeluk agama islam.

d. Asal atau Tempat Tinggal

Tabel 4. 4
Kategori Responden Berdasarkan Asal atau Tempat Tinggal

No	Keterangan	Jumlah	Persen (%)
1.	Kota Semarang	51	51%
2.	Luar Kota Semarang	49	49%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah (2022).

Pada tabel 4.4 dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini terdapat 51 orang atau 51% yang berasal atau bertempat tinggal di Kota Semarang, sedangkan 49 orang atau 49% lainnya berasal atau bertempat tinggal di luar Kota Semarang. Hal

ini menunjukkan bahwa responden yang merupakan nasabah bank syariah Kota Semarang paling mendominasi yang berasal atau bertempat tinggal di Kota Semarang.

e. Status

Tabel 4. 5
Kategori Responden Berdasarkan Status

No	Keterangan	Jumlah	Persen (%)
1.	Menikah	11	11%
2.	Belum menikah	89	89%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah (2022).

Pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa responden yang sudah menikah berjumlah 11 orang atau 11%, sedangkan responden yang belum menikah berjumlah 89 orang atau 89%. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang belum menikah cukup mendominasi dengan presentase sebesar 89%.

f. Pendidikan Terakhir

Tabel 4. 6
Kategori Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Keterangan	Jumlah	Persen (%)
1.	SD	0	0%
2.	SLTP	0	0%
3.	SLTA	75	75%
4.	S1	21	21%
5.	Lainnya (Diploma)	4	4%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah (2022).

Dari tabel 4.6 dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir yang dimiliki responden pada penelitian ini sangat beragam. Ada sebanyak 75 orang atau 75% responden dengan pendidikan terakhirnya pada tingkat SLTA, kemudian sebanyak

21 orang atau 21% responden dengan pendidikan terakhirnya pada tingkat sarjana atau S1, dan 4 orang atau 4% responden lainnya menyelesaikan pendidikan terakhirnya pada tingkat Diploma (D1, D2, D3, D4). Hal ini menunjukkan bahwa yang mendominasi dalam penelitian ini adalah responden yang telah menyelesaikan pendidikan terakhirnya pada tingkat SLTA.

g. Lama Menggunakan Jasa Bank Syariah

Tabel 4. 7
Kategori Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Jasa Bank Syariah

No	Keterangan	Jumlah	Persen (%)
1.	> 10 tahun	4	4%
2.	6 – 10 tahun	4	4%
3.	2 – 5 tahun	50	50%
4.	1 tahun	42	42%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah (2022).

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa responden yang telah menggunakan jasa bank syariah selama > 10 tahun berjumlah 4 orang atau 4%, lalu responden yang telah menggunakan jasa bank syariah selama 6 sampai 10 tahun berjumlah 4 orang atau 4%, kemudian responden yang telah menggunakan jasa bank syariah selama 2 sampai 5 tahun berjumlah 50 orang atau 50%, dan responden yang telah menggunakan jasa bank syariah selama 1 tahun berjumlah 42 orang atau 42%. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang mendominasi adalah responden yang telah menggunakan jasa bank syariah selama 2 sampai 5 tahun dengan jumlah 50 responden dari 100 responden.

4.2. Analisis Data

4.2.1. Deskripsi Variabel

Statistik deskriptif dalam penelitian ini merupakan hasil dari survei yang ditampilkan mencakup gambaran informasi dari jawaban responden terhadap semua pertanyaan yang ditentukan untuk memudahkan mengetahui reaksi keseluruhan responden terhadap polling yang telah disesuaikan. Untuk memberikan gambaran mengenai variabel-variabel dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tabel penjelasan yang akan disajikan di bawah ini.

4.3.2.1. Tanggapan Mengenai Variabel *Perceived Risk*

Ada 3 pernyataan dalam kuesioner pada variabel *Perceived Risk*. Hasil tanggapan dari responden terhadap variabel *Perceived Risk* dapat dilihat pada tabel 4.8 dibawah ini.

Tabel 4. 8
Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel *Perceived Risk*

Indikator	N	Min	Max	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
Keamanan saat bertransaksi.	100	1	5	375	3,75	1.067	1.139
Tidak ada tambahan biaya.	100	1	5	354	3,54	0,892	0,796
Risiko Minimal	100	1	5	389	3,89	0,764	0,584
Valid N (listwise)	100						

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat diketahui tanggapan responden berjumlah 100. Pada indikator “Keamanan saat bertransaksi” mempunyai total

score dari jawaban responden berjumlah 375 dengan score paling rendah 1 dan score paling tinggi 5. Dari indikator tersebut diperoleh jumlah rata-rata dari skor jawaban responden sebesar 3,75 dengan standard deviasi 1.067. Dari jumlah rata-rata skor yang di dapat maka dapat dikategorikan dalam kategori baik. Sehingga dengan memiliki rata-rata 3,75 dapat dikatakan bahwa nasabah bank syariah merasa aman saat bertransaksi di bank syariah.

Hasil pada indikator “Tidak ada tambahan biaya” mempunyai total score dari jawaban responden berjumlah 354 dengan score paling rendah 1 dan score paling tinggi 5. Dari indikator tersebut diperoleh jumlah rata-rata dari skor jawaban responden sebesar 3,54 dengan standard deviasi 0,892. Dari jumlah rata-rata skor yang di dapat maka dapat dikategorikan dalam kategori baik. Sehingga dengan memiliki rata-rata 3,54 dapat dikatakan bahwa dengan menabung di bank syariah, nasabah tidak perlu khawatir lagi dengan adanya biaya tambahan.

Hasil pada indikator “Risiko minimal” mempunyai total score dari jawaban responden berjumlah 389 dengan score paling rendah 1 dan score paling tinggi 5. Dari indikator tersebut diperoleh jumlah rata-rata dari skor jawaban responden sebesar 3,89 dengan standard deviasi 0,764. Dari jumlah rata-rata skor yang di dapat maka dapat dikategorikan dalam kategori baik. Sehingga dengan memiliki rata-rata 3,89 dapat dikatakan bahwa nasabah tidak perlu khawatir dengan masalah tabungannya, karena bank syariah memiliki risiko yang minimal.

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Percived Risk* nasabah sangat baik karena nasabah bank syariah merasa aman saat bertransaksi, tidak ada tambahan biaya, dan memiliki risiko yang rendah.

4.3.2.2. Tanggapan Mengenai Variabel *Benefit*

Ada 3 pernyataan dalam kuesioner pada variabel *Benefit*. Hasil tanggapan dari responden terhadap variabel *Benefit* dapat dilihat pada tabel 4.9 dibawah ini.

Tabel 4. 9
Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Benefit

Indikator	N	Min	Max	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
Physical Benefit.	100	1	5	378	3,78	0,894	0,800
Value Benefit.	100	1	5	405	4,05	0,892	0,795
Social Benefit.	100	1	5	401	4,01	0,870	0,757
Valid N (listwise)	100						

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Pada tabel 4.9 diatas, dapat diketahui tanggapan responden berjumlah 100. Pada indikator “Physical benefit” mempunyai total score dari jawaban responden berjumlah 378 dengan score paling rendah 1 dan score paling tinggi 5. Dari indikator tersebut diperoleh jumlah rata-rata dari skor jawaban responden sebesar 3,78 dengan standard deviasi 0,894. Dari jumlah rata-rata skor yang di dapat maka dapat dikategorikan dalam kategori baik. Sehingga dengan memiliki rata-rata 3,78 dapat dikatakan bahwa nasabah bank syariah merasakan adanya manfaat secara fisik saat bertransaksi.

Hasil pada indikator “Value benefit” mempunyai total score dari jawaban responden berjumlah 405 dengan score paling rendah 1 dan score paling tinggi 5. Dari indikator tersebut diperoleh jumlah rata-rata dari skor jawaban responden sebesar 4,05 dengan standard deviasi 0,892. Dari jumlah rata-rata skor yang di dapat maka dapat dikategorikan dalam kategori sangat baik. Sehingga dengan memiliki rata-rata 4,05 dapat dikatakan bahwa saat bertransaksi di bank syariah, nasabah sangat merasakan adanya ketenangan batin karena bank syariah sendiri sudah memenuhi syariat islam.

Hasil pada indikator “Social benefit” mempunyai total score dari jawaban responden berjumlah 401 dengan score paling rendah 1 dan score paling tinggi 5. Dari indikator tersebut diperoleh jumlah rata-rata dari skor jawaban responden sebesar 4,01 dengan standard deviasi 0,870. Dari jumlah rata-rata skor yang di dapat maka dapat dikategorikan dalam kategori sangat baik. Sehingga dengan memiliki rata-rata 4,01 dapat dikatakan bahwa nasabah bank syariah meyakini pada produk-produk di bank syariah dapat memberikan manfaat kepada masyarakat.

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Benefit* yang didapatkan atau dirasakan oleh nasabah baik, karena nasabah merasa adanya physical benefit, value benefit, dan social benefit.

4.3.2.3. Tanggapan Mengenai Variabel *Religiusitas*

Ada 2 pernyataan dalam kuesioner pada variabel *Religiusitas*. Hasil tanggapan dari responden terhadap variabel *Religiusitas* dapat dilihat pada tabel 4.10 dibawah ini.

Tabel 4. 10
Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Religiusitas

Indikator	N	Min	Max	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
Keyakinan.	100	1	5	407	4,07	0,844	0,712
Pengetahuan Agama.	100	1	5	384	3,84	0,907	0,823
Valid N (listwise)	100						

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, dapat diketahui tanggapan responden berjumlah 100. Pada indikator “Keyakinan” mempunyai total score dari jawaban responden berjumlah 407 dengan score paling rendah 1 dan score paling tinggi 5. Dari indikator tersebut diperoleh jumlah rata-rata dari skor jawaban responden sebesar 4,07 dengan standard deviasi 0,844. Dari jumlah rata-rata skor yang di dapat maka dapat dikategorikan dalam kategori sangat baik. Sehingga dengan memiliki rata-rata 4,07 dapat dikatakan bahwa nasabah bank syariah merasa sangat yakin bahwa bank syariah beroperasi sesuai dengan syariat islam.

Hasil pada indikator “Pengetahuan agama” mempunyai total score dari jawaban responden berjumlah 384 dengan score paling rendah 1 dan score paling tinggi 5. Dari indikator tersebut diperoleh jumlah rata-rata dari skor jawaban responden sebesar 3,84 dengan standard deviasi 0,907. Dari jumlah rata-rata skor yang di dapat maka dapat dikategorikan dalam kategori baik. Sehingga dengan memiliki rata-rata 3,84 dapat dikatakan bahwa nasabah bank syariah mengetahui tentang konsep bank syariah, yang tentunya konsep tersebut beroperasi sesuai dengan syariat islam.

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa Religiusitas nasabah sangat baik, karena nasabah memiliki keyakinan dan pengetahuan agama yang baik.

4.3.2.4. Tanggapan Mengenai Variabel Keputusan Nasabah

Ada 3 pernyataan dalam kuesioner pada variabel Keputusan Nasabah. Hasil tanggapan dari responden terhadap variabel Keputusan Nasabah dapat dilihat pada tabel 4.11 dibawah ini.

Tabel 4. 11
Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Nasabah

Indikator	N	Min	Max	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
Menetapkan pilihan pada produk tabungan.	100	1	5	356	3,56	0,914	0,835
Keyakinan nasabah pada produk tabungan.	100	1	5	383	3,83	0,922	0,850
Penggunaan produk secara berulang.	100	1	5	377	3,77	0,897	0,805
Valid N (listwise)	100						

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Dilihat pada tabel 4.11 diatas, dapat diketahui tanggapan responden berjumlah 100. Pada indikator “Menetapkan pilihan pada produk tabungan” mempunyai total score dari jawaban responden berjumlah 356 dengan score paling rendah 1 dan score paling tinggi 5. Dari indikator tersebut diperoleh jumlah rata-rata dari skor jawaban responden sebesar 3,56 dengan standard deviasi 0,914. Dari jumlah rata-rata skor yang di dapat maka dapat dikategorikan dalam kategori baik. Sehingga dengan memiliki rata-rata 3,56 dapat dikatakan bahwa nasabah bank

syariah memutuskan untuk menggunakan produk bank syariah dikarenakan adanya faktor kebutuhan dari para nasabah.

Hasil pada indikator “Keyakinan nasabah pada produk tabungan” mempunyai total score dari jawaban responden berjumlah 383 dengan score paling rendah 1 dan score paling tinggi 5. Dari indikator tersebut diperoleh jumlah rata-rata dari skor jawaban responden sebesar 3,83 dengan standard deviasi 0,922. Dari jumlah rata-rata skor yang di dapat maka dapat dikategorikan dalam kategori baik. Sehingga dengan memiliki rata-rata 3,83 dapat dikatakan bahwa nasabah bank syariah meyakini produk yang nasabah pilih merupakan pilihan yang tepat untuk menjamin keamanannya.

Hasil pada indikator “Penggunaan produk secara berulang” mempunyai total score dari jawaban responden berjumlah 377 dengan score paling rendah 1 dan score paling tinggi 5. Dari indikator tersebut diperoleh jumlah rata-rata dari skor jawaban responden sebesar 3,77 dengan standard deviasi 0,897. Dari jumlah rata-rata skor yang di dapat maka dapat dikategorikan dalam kategori baik. Sehingga dengan memiliki rata-rata 3,77 dapat dikatakan bahwa nasabah bank syariah akan tetap menabung di bank syariah.

Dari penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa Keputusan nasabah untuk menabung di bank syariah baik, karena nasabah merasa produk tabungan yang dipilih sudah sesuai dengan kebutuhan serta merasa yakin bahwa produk yang dipilih sudah sesuai syariat islam, dan nasabah akan tetap menabung di bank syariah.

4.2.2. Uji Instrumen

4.2.2.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya kuesioner. Sebuah kuesioner seharusnya bisa dikatakan sah dengan asumsi pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkap sesuatu yang akan diperkirakan oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dapat diketahui dengan melihat r hitung dan r tabel. Berikut merupakan tabel hasil uji validitas pada penelitian ini:

Tabel 4. 12
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel
<i>Perceived Risk</i>	X1.1	0,772	0,198
	X1.2	0,707	0,198
	X1.2	0,808	0,198
<i>Benefit</i>	X2.1	0,737	0,198
	X2.2	0,769	0,198
	X2.3	0,780	0,198
Religiusitas	Mod 1.1	0,794	0,198
	Mod 1.2	0,771	0,198
Keputusan Nasabah	Y1.1	0,660	0,198
	Y1.2	0,845	0,198
	Y1.3	0,796	0,198

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Tabel hasil uji validitas diatas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang terdapat pada kuesioner penelitian bersifat valid. Hasil uji validitas tersebut menunjukkan bahwa r hitung dari seluruh item pernyataan pada kuesioner penelitian lebih besar dari r tabel, sehingga dapat dikatakan data kuesioner valid dan data kuesioner tersebut dapat digunakan unuk melakukan penelitian.

4.2.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya. Sebuah kuesioner seharusnya reliabel

dengan asumsi bahwa respons individu terhadap pernyataan itu stabil atau konsisten. Uji reliabilitas menunjuk pada kestabilan, konsistensi, dan keakuratan. Pengujian yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah hasil uji yang menghasilkan informasi yang dapat diandalkan. Sehingga dilakukan uji reliabilitas pada penelitian ini dengan menghitung nilai *cronbach alpha*. Sehingga dapat dikatakan bahwa pernyataan kuesioner pada penelitian ini reliabel apabila $\alpha > 0,6$. Berikut merupakan tabel hasil uji reliabilitas pada penelitian ini.

Tabel 4. 13
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Standarisasi
<i>Perceived Risk</i>	X1.1	0,754	0,6
	X1.2	0,761	
	X1.3	0,761	
<i>Benefit</i>	X2.1	0,760	
	X2.2	0,758	
	X2.3	0,759	
Religiusitas	Mod 1.1	0,759	
	Mod 1.2	0,758	
Keputusan Nasabah	Y1.1	0,762	
	Y1.2	0,755	
	Y1.3	0,757	

Sumber : Data primer yang diolah, 2022.

Tabel 4.13 diatas memberikan gambaran tentang nilai statistik masing-masing pernyataan pada kuesioner penelitian. Dapat dilihat bahwa semua nilai *cronbach alpha* pada seluruh pernyataan adalah $>0,6$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan kuesioner reliabel.

4.2.3. Uji Asumsi Klasik

4.2.3.1. Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual yang sudah di standarisasi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-smirnov*. Sehingga untuk mengetahui apakah nilai residual yang sudah di standarisasi berdistribusi normal dengan melihat nilai signifikan harus lebih dari 0,05. Jika nilai signifikan kurang dari 0,05 maka nilai residual yang sudah di standarisasi tidak normal. Hasil dari uji normalitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 14
Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual	Keterangan
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,142	Berdistribusi Normal

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.14 dapat dilihat bahwa nilai signifikan pada hasil uji normalitas adalah 0,142, yang artinya hasil tersebut memiliki nilai $>0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual yang sudah di standarisasi berdistribusi normal.

4.2.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi dalam penelitian ini terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel independen. Dalam model regresi linear yang layak, seharusnya tidak ada hubungan antara variabel bebas. Pengujian ini diselesaikan dengan melihat nilai tolerance dan

Variance Inflation Factor (VIF), dengan asumsi nilai tolerance $> 0,1$ atau $VIF < 10$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 15
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai Tolerance	VIF
X1 (<i>Perceived Risk</i>)	0,412	2,429
X2 (<i>Benefit</i>)	0,367	2,722
Mod (Religiusitas)	0,376	2,658

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Tabel 4.15 diatas menunjukkan seluruh nilai tolerance $> 0,1$ dan seluruh nilai $VIF < 10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel yang terdapat pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

4.2.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas menggunakan *uji white*. Uji *white* diselesaikan dengan cara meregres residual kuadrat (U_2t) dengan variabel independen, variabel independen kuadrat dan perkalian antar variabel independen. Sehingga hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 4.16.

Tabel 4. 16
Hasil Uji Heteroskedastisitas

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,485	0,235	0,159	2,65820

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Pada tabel 4.16 terlihat bahwa nilai R adalah 0,485 dan nilai R Square adalah 0,235. Untuk mengetahui apakah data bebas/terdeteksi gejala

heteroskedastisitas adalah menghitung hasil C^2 Hitung dengan mengkalikan nilai R Square dengan jumlah responden, maka hasil C^2 Hitung $0,235 \times 100 = 23,5$.

Hasil perkalian R Square dengan jumlah responden akan dibandingkan dengan nilai Chi Square Tabel (C^2 Tabel) dengan $df = n - 1$, maka hasil $df = 99$. Untuk $df = 99$ pada tingkat signifikansi 0,05 atau 5% nilai C^2 Tabel adalah 123,225. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai C^2 hitung ($23,5$) $<$ C^2 tabel ($123,225$), sehingga dapat dikatakan bahwa data penelitian bebas dari gejala Heteroskedastisitas.

4.2.4. Uji Hipotesis

4.2.4.1. Koefisien Korelasi Regresi

Koefisien korelasi regresi digunakan untuk memutuskan apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen itu kuat, sedang, atau lemah. Hubungan antar variabel independen dan moderasi terhadap variabel dependen tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 17
Hasil Uji Koefisien Regresi dan Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,827	0,684	0,681	1,344
2	0,844	0,712	0,706	1,288

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.17 diatas diperoleh hasil nilai R (koefesien korelasi) pada model 1 pada variebel *Perceived Risk* (X1) terhadap Nilai Keputusan Nasabah (Y) sebesar 0,827 atau 82,70 %. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara

Perceived Risk (X1) terhadap Nilai Keputusan Nasabah (Y) dalam menabung di Bank Syariah Kota Semarang sangat kuat.

Sedangkan pada model 2 diperoleh hasil nilai R (koefisien korelasi) pada variabel *Perceived Risk* (X1) dan *Benefit* (X2) terhadap Nilai Keputusan Nasabah (Y) sebesar 0,844 atau 84,40 %. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara *Perceived Risk* (X1) dan *Benefit* (X2) terhadap Nilai Keputusan Nasabah (Y) dalam menabung di Bank Syariah Kota Semarang sangat kuat.

4.2.4.2. Koefien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) atau disebut R-square merupakan salah satu ukuran yang sederhana dan sering digunakan untuk menguji kualitas suatu persamaan garis regresi. Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel independent, Nilai R^2 yang kecil mendekati nol, berarti kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variasi dependent sangat terbatas. Begitu juga sebaliknya jika nilai R^2 mendekati satu berarti variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependent.

1. Tabel 4.17 pada model 1 diatas menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) antara variabel *Perceived Risk* (X₁) terhadap Nilai Keputusan Nasabah (Y) Dalam Menabung di Bank Syariah Kota Semarang yaitu sebesar 0,684 atau 68,40 %. Sedangkan sisanya sebesar 31,60% dijelaskan oleh peubah lain di luar model.
2. Tabel 4.17 pada model 2 di atas menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) antara variabel *Perceived Risk* (X₁) dan *Benefit* (X₂) terhadap Nilai Keputusan

Nasabah (Y) Dalam Menabung di Bank Syariah Kota Semarang yaitu sebesar 0,712 atau 71,20 %. Sedangkan sisanya sebesar 28,80% dijelaskan oleh peubah lain di luar model.

Berdasarkan tabel 4.17 diatas, dapat diketahui bahwa yang memiliki nilai R dan R² terbesar adalah model kedua dengan nilai R sebesar 0,844 atau 84,40 % dan R² sebesar 0,712 atau 71,20 %. Sehingga model yang dipilih pada penelitian ini yaitu model kedua.

4.2.4.3. Uji Statistik F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama menjelaskan variabel dependen. Analisa uji F dilakukan dengan membandingkan F hitung dan F tabel. Namun sebelum membandingkan nilai F tersebut, harus ditentukan tingkat kepercayaan (1- α) dan derajat kebebasan (degree of freedom) = n - (k+1) agar dapat ditentukan nilai kritisnya. Adapun nilai Alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,05. Adapun hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. 18
Hasil Uji Statitik F

Model	F hitung	F tabel	Sig	Alpha (α)	Keterangan	Hipotesis
2	120,008	2,699	0,000	< 0,05	Signifikan	H ₀ ditolak H _a diterima

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.19 diatas pada pada model 2 diketahui F hitung= 120,008 > F tabel ($\alpha=5\%$, df1= 4 - 1 =3, df2 = 100 - 4= 96) = 2,699 atau Sig sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti H₀ ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa

variabel *Perceived Risk* (X1) dan *Benefit* (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y).

4.2.4.4. Uji Statistik T

Setelah diketahui adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama, selanjutnya adalah dilakukan uji t statistic untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel dengan tingkat signifikansi sebesar 5 % dan degree of freedom (df) = n – k. Dimana apabila t hitung > t tabel, maka hipotesis diterima, dengan kata lain variabel independen secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika t hitung < t tabel maka hipotesis ditolak. Berikut ini merupakan tabel hasil uji t sebagai berikut :

Tabel 4. 19
Hasil Uji Statistik T

Model	Variabel	T hitung	Ttabel	Sig	Alpha (α)	Ket	Hipotesis
2	<i>Perceived Risk</i> (X1)	8,280	1,985	0,000	< 0,05	Sig	H01 ditolak H1 diterima
	<i>Benefit</i> (X2)	3,096	1,985	0,003	< 0,05	Sig	H02 ditolak H2 diterima

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.19 di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai T-hitung *Perceived Risk* (X1) adalah sebesar 8,280 > nilai T-tabel 1,985 (df= n-k = 96) dan nilai signifikan adalah 0,000 < α = 0,05. Karena nilai t-hitung *Perceived Risk* (X1) sebesar 8,280 > nilai T-tabel 1,985 dan nilai

signifikan adalah $0,000 < \alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti *Perceived Risk* (X_1) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah Kota Semarang (Y).

2. Sedangkan nilai T-hitung *Benefit* (X_2) adalah sebesar $3,096 >$ nilai T-tabel $1,985$ ($df = n - k = 96$) dan nilai signifikan adalah $0,000 < \alpha = 0,05$. Karena nilai t-hitung *Benefit* (X_2) sebesar $3,096 >$ nilai T-tabel $1,985$ dan nilai signifikan adalah $0,003 < \alpha = 0,05$, maka H_{02} ditolak dan H_2 diterima. Hal ini berarti *Benefit* (X_2) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah Kota Semarang.

Tabel 4. 20
Excluded Variables

	Variabel	T hitung	T tabel	Sig	Alpha	Ket	Hipotesis
2.	Interaksi antara <i>percived risk</i> dengan religiusitas	0,446	1,985	0,656	>0,05	Tidak Sig	H_{03} diterima H_3 ditolak
	Interaksi antara <i>benefit</i> dengan religiusitas	0,727	1,985	0,496	>0,05	Tidak Sig	H_{04} diterima H_4 ditolak

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.19 di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai T hitung pada interaksi antara *Percived Risk* (X_1) dengan *Religiusitas* adalah sebesar $0,446 <$ nilai T tabel $1,985$. Interaksi antara *Percived Risk* (X_1) dengan *Religiusitas* mempunyai nilai signifikan sebesar $0,656 > 0,05$, maka

H_{03} diterima dan H_3 ditolak. Hal ini berarti interaksi antara *Percived Risk* (X_1) dengan *Religiusitas* secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y). Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *Religiusitas* bukan merupakan variabel moderasi kepada variabel *Percived Risk* (X_1) terhadap Keputusan Nasabah (Y). Oleh karena itu, variabel *Religiusitas* dikeluarkan dari model atau excluded variabel.

2. Nilai T hitung pada interaksi antara *Benefit* (X_2) dengan *Religiusitas* adalah sebesar $0,727 < \text{nilai T tabel } 1,985$. Interaksi antara *Percived Risk* (X_1) dengan *Religiusitas* mempunyai nilai signifikan sebesar $0,496 > 0,05$, maka H_{02} diterima dan H_2 ditolak. Hal ini berarti interaksi antara *Benefit* (X_2) dengan *Religiusitas* secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y). Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel *Religiusitas* bukan merupakan variabel moderasi kepada variabel *Benefit* (X_2) terhadap Keputusan Nasabah (Y). Oleh karena itu, variabel *Religiusitas* dikeluarkan dari model atau excluded variabel.

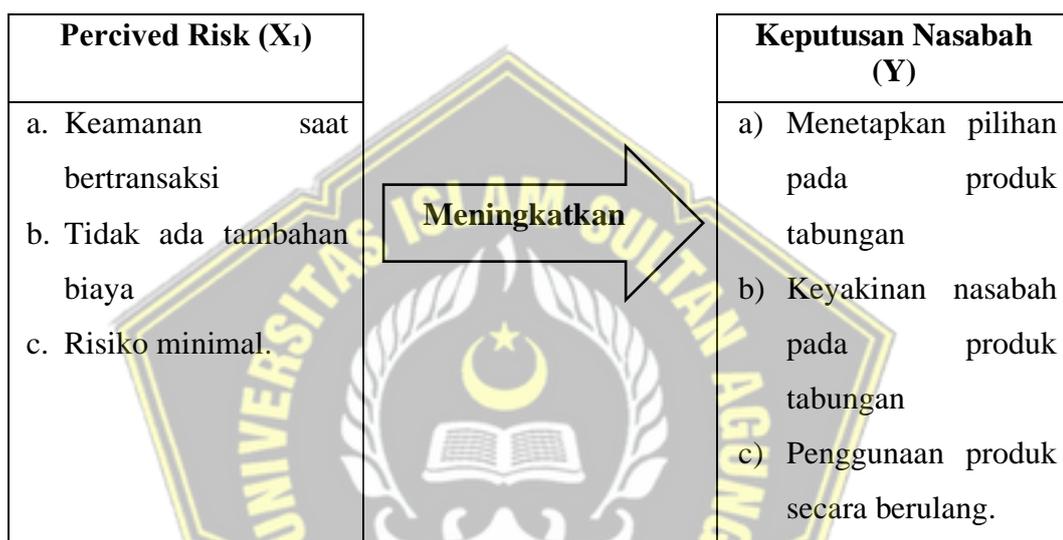
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian

4.3.1. Pengaruh *Perceived Risk* Terhadap Keputusan Nasabah.

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa jika *Percived Risk* semakin meningkat, maka keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah akan meningkat. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Risk* (X_1) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y). Maka dapat dikatakan bahwa jika *Perceived Risk* semakin meningkat, maka Keputusan Nasabah dalam menabung di bank Syariah akan

meningkat. Dengan demikian H_{01} ditolak dan H_1 diterima. Hasil dalam penelitian ini didukung oleh (Haryani, 2019) dan (Anthony Mariadas & Murthy, 2017) yang menyatakan bahwa *Perceived Risk* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Nasabah

Gambar 4. 1
Pengaruh *Perceived Risk* terhadap Keputusan Nasabah

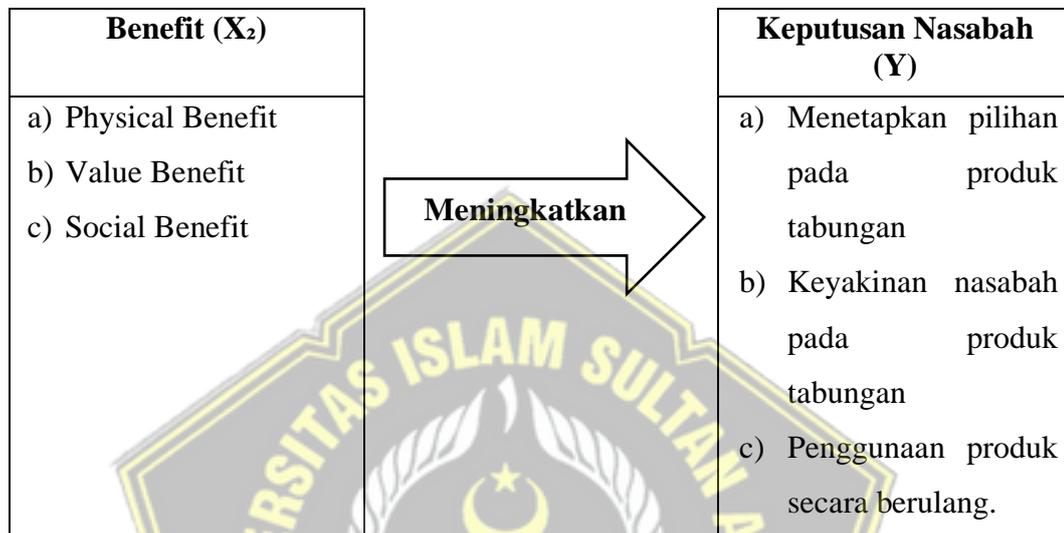


4.3.2. Pengaruh *Benefit* Terhadap Keputusan Nasabah.

Hipotesis kedua dalam penelitian ini menyatakan bahwa jika *Benefit* semakin meningkat, maka keputusan nasabah akan meningkat. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa *Benefit* (X_2) secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Nasabah (Y). Dengan demikian H_{02} ditolak dan H_2 diterima.. Hasil dalam penelitian ini didukung oleh penelitian dari (Wahyuningtyas & Widiastuti, 2017), (Fathurrahman, 2018), dan (Hasanuddin, 2019) yang menyatakan bahwa *Benefit* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan

Nasabah. Dan hasil penelitian ini menentang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Salsabila et al., 2021).

Gambar 4. 2
Pengaruh *Benefit* terhadap Keputusan Nasabah

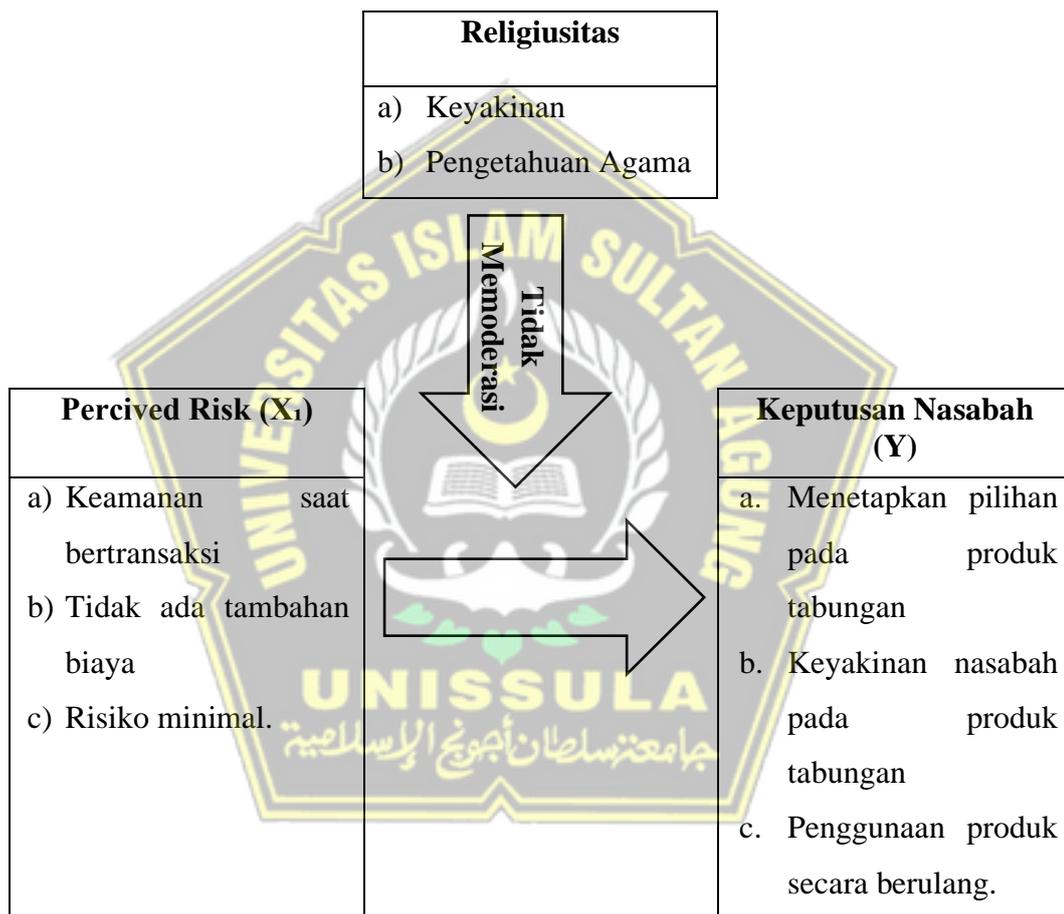


4.3.3. Pengaruh *Perceived Risk* Terhadap Keputusan Nasabah dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating.

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menyatakan bahwa *Religiusitas* memperkuat dalam memoderasi *Perceived Risk* terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah. Namun, berdasarkan hasil *Moderated Regression Analysis* (MRA) yang sudah dilakukan dapat diketahui variabel *Religiusitas* tidak mempengaruhi hubungan antara *Perceived Risk* (X₁) terhadap Keputusan Nasabah (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa *Religiusitas* bukan variabel moderating bagi *Perceived Risk* (X₁) terhadap Keputusan Nasabah (Y). Dengan demikian H₀₃ diterima dan H₃ ditolak. Hal ini dikarenakan kebanyakan nasabah hanya mengetahui atau mengamalkan ibadah mahdhah (sholat, zakat, puasa, haji), belum

terlalu mengetahui atau mengamalkan ibadah ghairu mahdhah atau muamalah (silaturahmi, sedekah, menjenguk orang sakit, dll). Sehingga disarankan untuk mengadakan sosialisasi mengenai ibadah muamalah itu sendiri kepada masyarakat.

Gambar 4. 3
Pengaruh *Percived Risk* terhadap Keputusan Nasabah dengan *Religiusitas* Sebagai Variabel Moderasi.

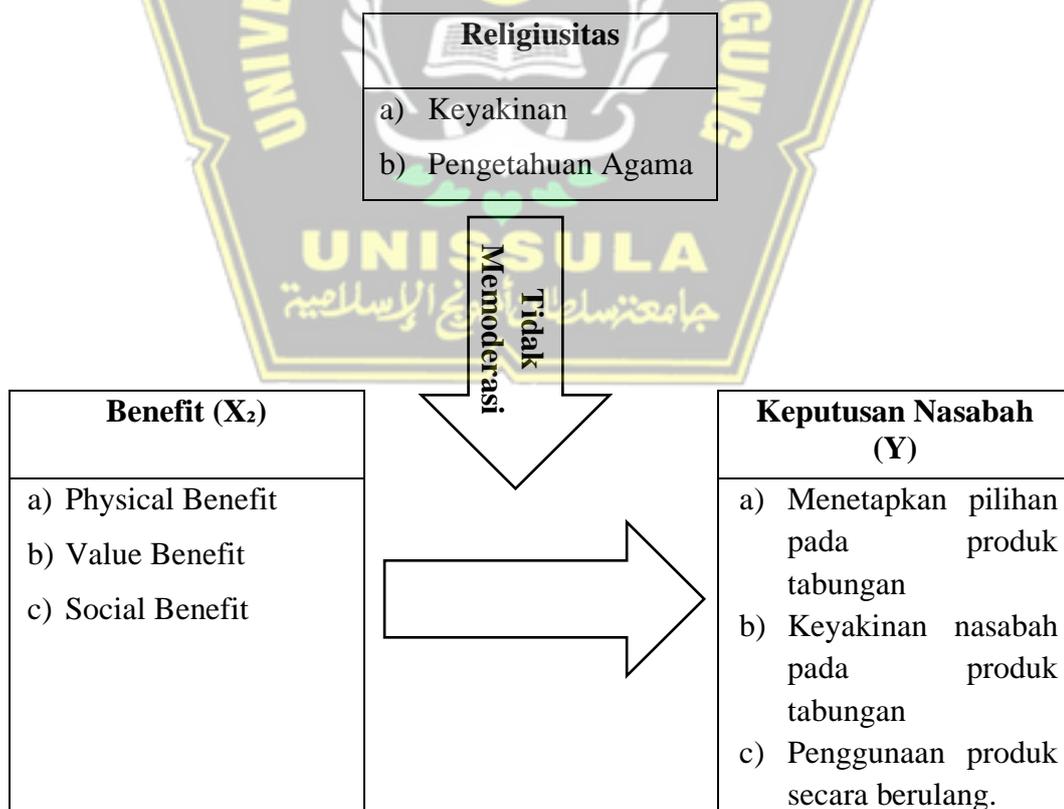


4.3.4. Pengaruh *Benefit* Terhadap Keputusan Nasabah dengan *Religiusitas* Sebagai Variabel Moderating.

Hipotesis keempat dalam penelitian ini menyatakan bahwa *Religiusitas* memperkuat dalam memoderasi *benefit* terhadap keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah. Namun, berdasarkan hasil *Moderated Regression*

Analysis (MRA) yang sudah dilakukan dapat diketahui variabel *Religiusitas* tidak mempengaruhi hubungan antara *Benefit* (X_2) terhadap Keputusan Nasabah (Y). Hasil ini menunjukkan bahwa *Religiusitas* bukan variabel moderating bagi *Benefit* (X_2) terhadap Keputusan Nasabah (Y). Dengan demikian H_{04} diterima dan H_4 ditolak. Hal ini dikarenakan kebanyakan nasabah hanya mengetahui atau mengamalkan ibadah mahdhah (sholat, zakat, puasa, haji), belum terlalu mengetahui atau mengamalkan ibadah ghairu mahdhah atau muamalah (silaturahmi, sedekah, menjenguk orang sakit, dll). Sehingga disarankan untuk mengadakan sosialisasi mengenai ibadah muamalah itu sendiri kepada masyarakat.

Gambar 4. 4
Pengaruh *Benefit* terhadap Keputusan Nasabah dengan *Religiusitas* Sebagai Variabel Moderasi.



BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Perceived Risk* dan *Benefit* terhadap Keputusan Nasabah dengan *Religiusitas* sebagai variabel moderating. Berdasarkan pembahasan dan hasil dari bab-bab sebelumnya yang membahas tentang faktor penentu keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah Kota Semarang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Semakin tinggi *Perceived Risk* (X_1) maka akan meningkatkan Keputusan Nasabah (Y). Sehingga ketika nasabah merasa aman saat bertransaksi, kemudian merasa tidak ada biaya tambahan, dan memiliki risiko yang minimal. Maka dapat membuat nasabah untuk tetap memilih menabung di bank syariah dengan memilih produk tabungan yang sesuai dengan kebutuhan dan syariat islam.
2. Semakin tinggi *Benefit* (X_2) yang ditawarkan atau disediakan oleh pihak bank, maka akan semakin meningkatkan Keputusan Nasabah (Y). Sehingga ketika nasabah merasakan adanya *physical benefit*, *value benefit*, dan *social benefit* maka nasabah dapat menetapkan produk tabungan sesuai dengan kebutuhan, dan dapat meyakini bahwa produk yang dipilih sudah sesuai dan terjamin keamanannya, serta dapat membuat nasabah tetap menabung di bank syariah.
3. *Religiusitas* belum menjadi variabel yang memoderasi pengaruh *Perceived Risk* (X_1) terhadap Keputusan Nasabah (Y). Sehingga meskipun nasabah memiliki keyakinan dan pengetahuan agama belum pasti nasabah akan memilih bank

syariah. Meskipun dengan tidak adanya tambahan biaya, terjamin keamanannya, serta memiliki risiko yang minimal.

4. *Religiusitas* belum menjadi variabel yang memoderasi pengaruh *Benefit* (X_2) terhadap Keputusan Nasabah (Y). Sehingga meskipun nasabah memiliki keyakinan dan pengetahuan agama belum pasti nasabah akan tetap menabung di bank syariah. Meskipun dengan adanya physical benefit, value benefit, dan social benefit yang dirasakan oleh nasabah. Hal ini dikarenakan nasabah hanya mengetahui atau mengamalkan ibadah mahdhah (sholat, zakat, puasa, haji), belum terlalu mengetahui atau mengamalkan ibadah ghairu mahdhah atau muamalah (silaturahmi, sedekah, menjenguk orang sakit, dll).

5.2. Implikasi Manajerial

Meningkatkan Keputusan Nasabah dalam menabung di bank syariah Kota Semarang.

1. Bank harus meyakinkan keamanan dalam menabung di bank syariah kepada masyarakat yang merupakan calon nasabah.
2. Bank harus meyakinkan kepada masyarakat yang merupakan calon nasabah, bahwa dengan menabung di bank syariah itu tidak ada biaya tambahan.
3. Bank harus meyakinkan masyarakat yang merupakan calon nasabah bahwa bank syariah sudah meminimal kan risiko yang akan terjadi. Sehingga tidak perlu khawatir lagi dengan menabung di bank syariah.
4. Bank harus meyakinkan masyarakat yang merupakan calon nasabah bahwa bank syariah mampu membantu menyelesaikan masalah perbankan yang diperlukan calon nasabah.

5. Bank harus meyakinkan masyarakat yang merupakan calon nasabah bahwa calon nasabah akan merasakan ketenangan batin ketika menabung di bank syariah.
6. Bank harus meyakinkan masyarakat yang merupakan calon nasabah bahwa bank syariah akan memberikan manfaat yang lebih luas kepada masyarakat dalam hal tolong menolong, kerjasama, dan persudaraan.

5.3. Saran

Penelitian tentang faktor penentu keputusan nasabah dalam menabung di bank Syariah selanjutnya diharapkan memiliki opsi untuk memberikan hasil eksplorasi yang lebih baik, dengan mempertimbangkan saran-saran berikut:

1. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya dengan mengembangkannya seperti menambahkan beberapa variabel atau mengganti satu atau beberapa variabel, menggunakan sampel yang lebih banyak, serta metode analisis yang berbeda mengenai faktor penentu keputusan nasabah dalam menabung di Bank Syariah.
2. Pemeriksaan lebih lanjut diduga melibatkan faktor-faktor yang berbeda sebagai faktor penentu dalam keputusan nasabah misalnya: faktor pribadi, faktor budaya, faktor promosi, dll.
3. Penelitian yang selanjutnya diharapkan mencakup pihak-pihak lain yang berbeda dalam menentukan tingkat keterpaparan sebagai bahan untuk evaluasi ulang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anthony Mariadas, P., & Murthy, U. (2017). Factors Influencing the Adoption of Islamic Banking in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 12(11), 187. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v12n11p187>
- Dispendukcapil.semarangkota.go.id. (2021). *Jumlah Penduduk Kota Semarang*. Dispendukcapil.Semarangkota.Go.Id.
- Dr. Sandu Siyoto, SKM, M.Kes, M. Ali Sodik, M. (2015). *Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (Issue March).
- Echo P. (2016). *Olah Data Skripsi Dengan SPSS 22*. LAB KOM MANAJEMEN FE UBB.
- Fasa, M. I. (2016). Manajemen Risiko Perbankan Syariah di Indonesia. *Li Falah Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(2), 36–53.
- Fathurrahman, A. (2018). Analisis Faktor-Faktor Preferensi Mahasiswa terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking-e:2622-4798, DOI: Hpps://Doi.Org/10, 0274*.
- Firdaus, S. R. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Untuk Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Angkatan 2013). *Jurnal Universitas Brawijaya*.
- Gustiany, M. A., & Wiwaha, A. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Kartu Kredit BCA. In *E-Journal Widya Ekonomika* (Vol. 2, Issue 2, p. 100).
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(2), 198–209. <https://doi.org/10.33373/dms.v8i2.2155>

- Hasanuddin, R. (2019). *PENGARUH PRODUK, PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MENABUNG DI BANK SYARIAH STUDI PADA NASABAH BANK MUAMALAT INDONESIA KOTA JAMBI*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTHAN THAHA SAIFUDDIN JAMBI.
- Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). PENGARUH PENGETAHUAN MASYARAKAT DAN MINAT PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN TABUNGAN PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 22–33. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.790>
- Heliawan, Y. A., & Wisnu, A. M. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kecamatan Kartasura, Sukoharjo. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 18(2), 174. <https://doi.org/10.29040/jap.v18i2.114>
- Junaidi. (2010). *Processing Data Penelitian Kuantitatif Menggunakan EVIEWS*.
- Kurniaputra, A. Y., & Nurhadi, M. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan , Risiko dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BRI. *Journal of Business and Banking ISSN 2088-7841*, 8(1), 109–120. <https://doi.org/10.14414/jbb.v8i1.1557>
- Ma'zumi, Taswiyah, N. (2017). PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU EKONOMI MASYARAKAT PASAR TRADISIONAL (Studi Empiris Pada Masyarakat Pasar Tradisional di Kota Serang Provinsi Banten). *Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*, 34(2), 1–23.
- Maisur, Arfan, M., & Shabri, M. (2015). Pengaruh Prinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religiusitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah di Banda Aceh. *Jurnal Magister Akuntansi*, 4(2), 1–8.
- Nihayah, A. Z. (2019). Pengolahan Data Penelitian Menggunakan Software SPSS

23.0. *UIN Walisongo Semarang*, 1–37.

Nurchayanto, G. (2013). Uji Instrumen Penelitian. *Ebook Uji Instrumen Penelitian*, 1–19.

OJK. (2020). SPS Perbankan Syariah 2020. *Ojk*.

Parastika, P., Hartini, T., & Amri, U. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Intelektualita: Keislaman, Sosial Dan Sains*, 10(1), 177–187. <https://doi.org/10.19109/intelektualita.v10i1.8609>

Prof. Dr. Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. ALFABETA, CV.

Purwanto. (2018). Teknik Penyusunan Instrumen Uji Validitas Dan Reliabilitas Penelitian Ekonomi Syariah. In *StaiaPress* (Issue December). https://drive.google.com/file/d/1RBVxcqDLwX4a9f-Wrt-GHOXliN_wjDp-/view

Qhaerunnisa. (2017). *BANK SYARIAH (Studi Pada Perbankan Syariah di Kota Palopo) Influence Of Products , Religiusity , and Systems On Results On Customers ' Decisions In Syariah Banks (Studies on Islamic Banking in Palopo City) Latar Belakang Dalam perekonomian suatu negar*.

Rimadiaz, S., & Rachmayanti, F. S. (2018). Analisis Peran Functional Benefits, Symbolic Benefits, Experiential Benefits Dan Customer Satisfaction Sebagai Pembentuk Loyalty Intention Pada Customer the Body Shop (Telaah Pada: the Body Shop Di Wilayah Jakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen & Ekonomika*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.35384/jime.v8i1.90>

Salsabila, H. Z., Tria, L., & Hutami, H. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko , Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan-Vol. 9 No. 1, 2021-Pp. 87-96-E-ISSN 2721 – 169X*, 9(1), 87–96.

- Sarwono, J. (2011). Get to know the path of Analysis: History, Understanding, and Application, Scientific Journal of Business Management. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 11(2), 285–296.
- Su'un, Possumah, B. T., Appiah, M. K., & Hilmiyah, N. (2018). Determinants of islamic banking adoption across different religious groups in ghana: A panoptic perspective. *Journal of International Studies*, 11(4), 138–154. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2018/11-4/10>
- Sufitrayati, & Nailufar, F. (2018). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH BANK SYARI'AH DI KOTA BANDA ACEH. *Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Serambi Mekkah*, 2(1).
- Wahyuningtyas, Y. F., & Widiastuti, D. A. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Barang Fashion Di Facebook). *Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha*, 23(2), 112–120. <https://doi.org/10.32477/jkb.v23i2.208>
- Winarno, W. W. (2015). *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews* (Edisi 4).
- Yazid, F. (2015). *Pengaruh trust dan perceived risk terhadap intensi belanja online pada tokopedia.com*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2018). Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 48. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2812>