

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP PREFERENSI MASYARAKAT
UJUNG PADANG MENGGUNAKAN
PRODUK PERBANKAN SYARIAH**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh:

**MEI SAPUTRI HARAHAHAP
NIM 20 401 00142**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP PREFERENSI MASYARAKAT
UJUNG PADANG MENGGUNAKAN
PRODUK PERBANKAN SYARIAH**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh:

**MEI SAPUTRI HARAHAHAP
NIM 20 401 00142**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2024**

**PENGARUH PENGETAHUAN DAN RELIGIUSITAS
TERHADAP PREFERENSI MASYARAKAT
UJUNG PADANG MENGGUNAKAN
PRODUK PERBANKAN SYARIAH**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah*

Oleh:

**MEI SAPUTRI HARAHAHAP
NIM 20 401 00142**

Pembimbing I

**Dra. Hj. Replita, M.Si.
NIP. 196905261995032001**

Pembimbing II

**Ferri Alfadri, S.E.I., M.E.
NIP. 199409282020121007**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2024

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **MEI SAPUTRI HARAHAHAP**
lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 20 September 2024

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidempuan

Di-

Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. MEI SAPUTRI HARAHAHAP yang berjudul **"Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Preferensi Masyarakat Ujung Padang Menggunakan Produk Perbankan Syariah"**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

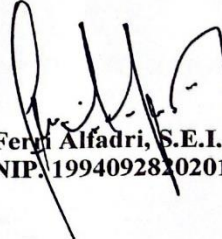
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Dra. Hj. Replita, M.Si.
NIP. 196905261995032001

Pembimbing II



Ferry Alfadri, S.E.I., M.E
NIP. 199409282020121007

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **MEI SAPUTRI HARAHAHAP**
NIM : 2040100142
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Preferensi Masyarakat Ujung Padang Menggunakan Produk Perbankan Syariah.

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan pasal 14 ayat 14 tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 20 September 2024
Saya yang menyatakan,



MEI SAPUTRI HARAHAHAP

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Universitas Agama Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Darry Padangsidempuan. Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : **MEI SAPUTRI HARAHAHAP**
NIM : 2040100142
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Agama Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Darry Padangsidempuan Hak Bebas *Royalti Non eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right)* atas karya Ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Preferensi Masyarakat Ujung Padang Menggunakan Produk Perbankan Syariah”**. Dengan Hak Bebas *Royalti Noneksklusif* ini Universitas Agama Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Darry Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 20 September 2024



MEI SAPUTRI HARAHAHAP



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin KM. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Mei Saputri Harahap
NIM : 20 401 00142
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Preferensi Masyarakat Ujung Padang Menggunakan Produk Perbankan Syariah

Ketua

Idris Saleh, M.E
NIDN. 2009109301

Sekretaris

Rini Hayati Lubis, MP
NIDN. 2013048702

Anggota

Idris Saleh, M.E
NIDN. 2009109301

Rini Hayati Lubis, MP
NIDN. 2013048702

Ferry Alfadri, M.E
NIDN. 2028099401

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIDN. 2017038301

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Ruang Sidang Aula FEBI
Hari/Tanggal : Selasa/ 15 Oktober 2024
Pukul : 09.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 79,5 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.66
Predikat : Sangat Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

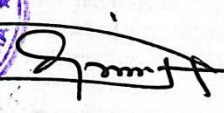
Judul Skripsi : **Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Preferensi Masyarakat Ujung Padang Menggunakan Produk Perbankan Syariah**
Nama : **Mei Saputri Harahap**
NIM : **2040100142**

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 13 November 2024

Dekan,




Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Mei Saputri Harahap
NIM : 2040100142
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Preferensi Masyarakat Ujung Padang Menggunakan Produk Perbankan Syariah.

Indonesia adalah negara mayoritas Islam di dunia namun pada kenyataannya masih sedikit masyarakat yang menggunakan bank syariah terkhususnya di Kelurahan Ujung Padang yang penduduknya kebanyakan beragama Islam serta berpendidikan tinggi tetapi masih sedikit yang menggunakan produk di bank syariah. Mereka lebih tertarik untuk menggunakan produk bank konvensional. Meskipun demikian, masih ada tantangan besar dalam menarik minat masyarakat untuk beralih dari bank konvensional ke bank syariah, sehingga berdampak pada preferensi masyarakat dalam memilih produk perbankan syariah terutama di Kelurahan Ujung Padang. Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah. Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan teori pengetahuan, teori religiusitas, dan teori preferensi. Preferensi merupakan kecenderungan untuk memilih atau menentukan sesuatu hal yang dianggap lebih baik dan suka atau tidak suka terhadap suatu produk. Dari faktor-faktor diatas yang menjadi faktor preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan yang dipertimbangkan peneliti adalah religiusitas dan pengetahuan. Metode Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan analisis regresi berganda, teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan rumus slovin. populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Kelurahan Ujung Padang berjumlah 10,890 orang. Uji analisis data yang digunakan yakni, uji statistik deskriptif, uji normalitas, uji asumsi klasik yaitu uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji hipotesis, yaitu uji parsial/ (uji t), uji secara simultan (uji f), uji koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS Versi 23 Hasil penelitian menjelaskan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah. religiusitas berpengaruh terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah. Variabel pengetahuan dan religiusitas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan Syariah.

Kata Kunci: *Pengetahuan, Religiusitas, Preferensi, Produk Perbankan Syariah*

ABSTRACT

Name : Mei Saputri Harahap
Reg. Number : 2040100142
Title : The Influence of Knowledge and Religiosity on the Preferences of Ujung Padang Community in Using Sharia Banking Products.

Indonesia is a predominantly Muslim country in the world, but in reality there are still few people who use sharia banks, especially in Ujung Padang Village, whose population is mostly Muslim and highly educated, but there are still few who use products at sharia banks. They are more interested in using conventional bank products. However, there are still major challenges in attracting people's interest to switch from conventional banks to sharia banks, which has an impact on people's preferences in choosing sharia banking products, especially in Ujung Padang Village. The formulation of the problem in this research is whether there is an influence of knowledge and religiosity on people's preferences in using sharia banking products. The purpose of this study is to determine the influence of knowledge and religiosity on people's preferences in using sharia banking products. The discussion in this study is related to the theory of knowledge, theory of religiosity, and theory of preference. Preference is a tendency to choose or determine something that is considered better and like or dislike a product. Of the factors above, the factors that are the preference factors for people to use banking products that are considered by researchers are religiosity and knowledge. This research method is quantitative research with multiple regression analysis, the sampling technique is using the Slovin formula. The population in this study were people domiciled in Ujung Padang Village totaling 10,890 people. The data analysis tests used were descriptive statistical tests, normality tests, classical assumption tests, namely multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, hypothesis tests, namely partial (t tests), simultan (f tests), determination coefficient tests using SPSS Version 23. The results of the study explain that knowledge influences people's preferences for using Islamic banking products. religiosity influences people's preferences for using Islamic banking products. The variables of knowledge and religiosity together (simultaneously) influence people's preferences for using Islamic banking products.

Keywords: *Knowledge, Religiosity, Preferences, Islamic Banking Products*

خلاصة

الاسم : مي سابوتري هارهاب

الرقم : ٢٠٤٠١٠٠١٤٢

عنوان الأطروحة : تأثير المعرفة والتدين على تفضيل مجتمع أوجونغ بادانج لاستخدام المنتجات المصرفية الشرعية.

تعد إندونيسيا دولة ذات أغلبية مسلمة في العالم، ولكن في الواقع لا يزال هناك عدد قليل جدًا من الأشخاص الذين يستخدمون البنوك الشرعية، خاصة في قرية أوجونغ بادانج، حيث معظم السكان من المسلمين وذوي التعليم العالي، ولكن عدد قليل فقط من الناس يستخدمون منتجات البنوك الشرعية. إنهم مهتمون أكثر باستخدام المنتجات المصرفية التقليدية. ومع ذلك، لا تزال هناك تحديات كبيرة في جذب الاهتمام العام بالتحول من البنوك التقليدية إلى البنوك الشرعية، مما له تأثير على تفضيلات الناس في اختيار المنتجات المصرفية الشرعية، خاصة في منطقة أوجونغ بادانج الفرعية. وصياغة مشكلة البحث هي ما إذا كان هناك تأثير للمعرفة والتدين على تفضيلات الناس لاستخدام المنتجات المصرفية الشرعية. الهدف من هذا البحث هو تحديد تأثير المعرفة والتدين على تفضيلات الناس لاستخدام المنتجات المصرفية الشرعية. وتتعلق المناقشة في هذا البحث بنظرية المعرفة، ونظرية التدين، ونظرية التفضيل. التفضيل هو الميل لاختيار أو تحديد شيء يعتبر أفضل، وإبداء الإعجاب أو عدم الإعجاب بالمنتج. ومن العوامل المذكورة أعلاه، فإن العوامل التي تحدد تفضيلات الناس لاستخدام المنتجات المصرفية والتي يعتبرها الباحثون هي التدين والمعرفة. طريقة البحث هذه هي البحث الكمي مع تحليل الانحدار المتعدد، وتقنية أخذ العينات تستخدم صيغة سلوفين. يبلغ عدد السكان في هذه الدراسة ١٠٨٩٠ شخصًا يعيشون في قرية أوجونغ بادانج. اختبارات تحليل البيانات المستخدمة هي الاختبارات الإحصائية الوصفية، واختبارات الحالة الطبيعية، واختبارات الافتراض الكلاسيكية، وهي اختبارات الخطية المتعددة، واختبارات التغاير، واختبارات الفرضيات، وهي الاختبارات الجزئية (اختبارات ت)، والاختبارات المتزامنة (اختبارات ف)، واختبارات معامل التحديد باستخدام إصدار الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية ٢٣ توضح نتائج البحث أن المعرفة تؤثر على تفضيلات الناس لاستخدام المنتجات المصرفية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية. يؤثر التدين على تفضيلات الناس لاستخدام المنتجات المصرفية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية. تؤثر متغيرات المعرفة والتدين معًا (في نفس الوقت) على تفضيلات الأشخاص لاستخدام المنتجات المصرفية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية.

الكلمات المفتاحية: المعرفة، التدين، التفضيل، المنتجات المصرفية الشرعية

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat beserta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, yakni seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Preferensi Masyarakat Ujung Padang Menggunakan Produk Perbankan Syariah”**. Ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada bidang Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan dengan sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terimakasih utamanya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan

- Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.
2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr Rukiah, SE., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
 3. Ibu Dr. Sarmiana Batubara, selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bismis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
 4. Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si selaku Pembimbing I peneliti ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah ibu berikan.
 5. Bapak Ferri Alfadri, S.E.I.,M.E selaku Pembimbing II peneliti ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah bapak berikan.

6. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (UIN SYAHADA) yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak serta Ibu dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (UIN SYAHADA) yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan.
8. Skripsi ini peneliti persembahkan sepenuhnya kepada kedua orang tua peneliti yaitu Ayahanda Maulana Harahap Cinta pertama peneliti dan sekaligus ayah hebat dan sangat luar biasa, dan Ibunda Sapriana Lubis Cinta pertama peneliti dan sekaligus ibu yang sangat luar biasa dan sangat hebat, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang setinggi tingginya kepada kedua orang tua tercinta atas segala doa, dukungan, dan cinta kasih yang selalu diberikan , dan terima kasih atas pengorbanan, kerja keras, dan waktu yang telah diberikan sepenuhnya kepada putri satu satunya , serta kepercayaan dan segala bentuk yang telah diberikan, yang tidak mengenal kata lelah mendengar semua keluhan peneliti hingga titik ini. Terima kasih selalu berjuang untuk menuruti keinginan peneliti, Beliau juga tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik, memotivasi, memberikan dukungan dan kasih sayang hingga penulis mampu menyelesaikan studinya

sampai sarjana. Peneliti bersyukur mempunyai Orangtua hebat seperti ayah dan mama. Semoga ayah dan mama selalu dalam lindungan Allah Swt.

9. Terima kasih kepada Saudara laki- laki peneliti yaitu Abang Aldi Saputra Harahap dan Adik Riski Saputra Harahap yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat, senyum dan doannya untuk keberhasilan ini, terima kasih juga atas kasih sayang yang diberikan kepada peneliti dan menuruti keinginan peneliti serta menjaga peneliti dari hal hal yang tidak baik bagi peneliti dan untuk abang terimakasih atas motivasi, dukungan yang tiada henti, selalu menjadi support system dalam langkah peneliti, terima kasih dan sayang ku untuk kalian.
10. Terima kasih kepada Nenek peneliti tercinta yang selalu mendukung, memotivasi serta nasehat dan doa kepada cucu kesayangannya. Serta adik sepupu peneliti Suci Rahmadani yang selalu membantu peneliti dalam penelitian.
11. Terima kasih kepada teman tersayang peneliti Septy Amelia Tambunan yang telah mendukung serta pendengar yang baik semua keluhan kesah peneliti .
12. Terima Kasih Kepada Teman saya Tiara Ritonga, Nisbah Hani, Elfa Yulina Siahaan. Terima kasih telah menjadi teman terbaik selama perkuliahan dan serta saling support, membantu satu sama lain. Peneliti bersyukur mengenal, berteman tanpa iri dan menjudge. Serta terimakasih kepada teman-teman seruangan peneliti Ps 5 yang telah menjadi teman terbaik.

13. Rekan-rekan mahasiswa/I utamanya Program Studi Ekonomi Bisnis Islam khususnya jurusan perbankan syariah enam atas dukungan dan kerjasamanya selama menempuh pendidikan serta penyelesaian penyusunan skripsi ini.
14. Terimakasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga do'a, dukungan dan perhatian dari semua pihak yang telah diberikan kepada peneliti mendapatkan balasan dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik serta saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi sempurnanya skripsi ini.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, peneliti mengharapkan semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat yang sangat penting, khususnya bagi peneliti sendiri dan bagi semua pihak yang membutuhkan pada umumnya.

Padangsidempuan, September 2024
Peneliti,

MEI SAPUTRI HARAHAHAP
NIM. 2040100142

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonemena konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik dibawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	.. ' ..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fatḥah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍommah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
... ..َ...ي...َ	fatḥah dan ya	Ai	a dan i
... ..َ...و...ُ	fatḥah dan wau	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
...ا...َ...ي...ِ	fathāh dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
...ي...ِ	kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
...و...ُ	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua yaitu:

a. *Ta marbutah* hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathāh, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

b. *Ta marbutah* mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

٢. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu

b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan a postrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa Alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. *Tajwid*

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Definisi Operasional Variabel.....	11
F. Tujuan Penelitian	13
G. Manfaat Penelitian	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Kerangka Teori	15
1. Pengertian Perbankan Syariah.....	15
2. Produk Perbankan Syariah	18
3. Pengertian Preferensi.....	21
4. Preferensi dalam Perspektif Islam.....	24
5. Indikator Preferensi	26
6. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Preferensi.....	26
7. Pengertian Pengetahuan	27
8. Indikator Pengetahuan.....	29
9. Pengertian Religiusitas.....	30
10.Indikator Religiusitas	33
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Pikir	38
D. Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Waktu dan Lokasi Penelitian	40

B. Jenis Penelitian.....	40
C. Populasi dan Sampel.....	40
D. Sumber Data.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F. Teknik Analisis Data.....	44
1. Uji Validitas	44
2. Uji Reliabilitas.....	46
3. Analisis Deskriptif.....	46
4. Uji Normalitas	46
5. Uji Asumsi Klasik	47
a. Uji Multikolinieritas	47
b. Uji Heteroskedastisitas	48
c. Uji Hipotesis.....	49
d. Analisis Regresi Berganda	50
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	52
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
B. Visi dan Misi Kelurahan Ujung Padang	53
C. Teknik Analisis Data.....	53
1. Hasil Uji Validitas.....	53
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	55
3. Hasil Uji Deskriptif.....	55
4. Hasil Uji Normalitas	56
5. Hasil Uji Asumsi Klasik	57
6. Hasil Uji Hipotesis.....	58
7. Hasil Uji Koefisien Determinasi	60
8. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
D. Pembahasan Penelitian.....	61
1. Pengaruh Pengetahuan terhadap Preferensi Masyarakat.....	62
2. Pengaruh Religiusitas terhadap Preferensi Masyarakat	63
3. Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Preferensi Masyarakat	65
E. Keterbatasan Penelitian	64
BAB V PENUTUP.....	66
A. Kesimpulan	66
B. Implikasi	66
C. Saran	67

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel	11
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel III.1 Indikator Skor.....	43
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Pengetahuan	53
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Religiusitas.....	54
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Preferensi	54
Tabel IV.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel IV.5 Hasil Uji Deskriptif.....	55
Tabel IV.6 Uji Normalitas.....	56
Tabel IV.7 Hasil Uji Multikolineritas	56
Tabel IV.8 Uji Heterokedastisitas	57
Tabel IV.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	58
Tabel IV.10 Hasil Uji T	58
Tabel IV.11 Hasil Uji F.....	59
Tabel IV.12 Hasil Uji R2	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Berpikir	52
Gambar IV.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah di Indonesia telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam beberapa dekade terakhir. Sejak berdirinya Bank Muamalat Indonesia pada tahun 1992, sektor perbankan syariah terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Hal ini didukung oleh pengakuan pemerintah terhadap sistem perbankan syariah yang tercermin dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, yang memberikan dasar hukum bagi operasional bank syariah di Indonesia.¹ Dengan semakin majunya sistem keuangan syariah, masyarakat kini memiliki pilihan untuk menggunakan produk dan jasa perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam, yang melarang riba dan mendorong transaksi berbasis keadilan dan transparansi.² Produk-produk perbankan syariah seperti, tabungan, pembiayaan, dan investasi yang sesuai dengan prinsip syariah, menawarkan alternatif yang menarik bagi umat islam yang ingin menghindari riba dan tetap mendapatkan layanan perbankan modern. Perkembangan ini juga diiringi oleh persaingan yang semakin ketat di industri perbankan, yang memaksa bank syariah untuk terus meningkatkan daya saingnya.³

¹Yasushi Suzuki dan Sigit Pramono, *The Growth of Islamic Banking in Indonesia: Theory and Practice* (Routledge, 2020).

²Rendy Syaid Abdullah dan Wanda Khairun Nasirin, "Types Of Linkages Between Islamic Bank Financing, Interest Rate And Economic Growth Factors: Evidance From Aceh Province With Granger Causality Test," *Al-Bay': Journal of Sharia Economic and Business* 1, no. 2 (2022), <https://doi.org/10.24952/bay.v1i2.6001>.

³ Rahmatina Kasri, "Islamic Banking in Indonesia: New Perspectives on Monetary and Financial Issues," *Bulletin of Indonesian Economic Studies* Volume 50, no. 3 (2 September 2015): hlm. 500-502, <https://doi.org/10.1080/00074918.2014.980391>.

Preferensi adalah melibatkan penilaian atau keinginan terbaik dari konsumen. Oleh karena itu, preferensi terhadap produk ataupun jasa penting untuk dikembangkan. Preferensi ini memainkan peran kunci dalam menentukan pilihan konsumen, terutama ketika dihadapkan pada berbagai pilihan produk.⁴ Negara Indonesia adalah negara mayoritas Islam di dunia namun pada kenyataannya masih sedikit masyarakat yang menggunakan bank syariah terkhususnya di Kelurahan Ujung Padang yang penduduknya kebanyakan beragama Islam serta berpendidikan tapi masih sedikit yang menabung di bank syariah. Mereka lebih tertarik untuk menggunakan bank konvensional. Meskipun demikian, masih ada tantangan besar dalam menarik minat masyarakat untuk beralih dari bank konvensional ke bank syariah, sehingga berdampak pada preferensi masyarakat dalam memilih produk perbankan, terutama di Kelurahan Ujung Padang, Kecamatan Padangsidempuan Selatan, Kota Padangsidempuan.

Tantangan ini meliputi kurangnya pemahaman masyarakat tentang manfaat dan prinsip-prinsip perbankan syariah, serta pengaruh kuat dari kebiasaan dan kenyamanan menggunakan layanan bank konvensional yang sudah lama dikenal. Selain itu, persepsi risiko yang lebih tinggi dan keraguan tentang keuntungan yang ditawarkan oleh bank syariah juga menjadi hambatan. Tantangan ini terkait erat dengan perilaku konsumen dalam memilih produk perbankan syariah.

⁴Aditya Wardhana, *Perilaku Konsumen di Era Digital* (Cv. Eureka Media Aksara, 2024), hlm. 75.

Teori perilaku konsumen menjelaskan bahwa keputusan konsumen menggunakan produk perbankan dipengaruhi oleh berbagai faktor lingkungan, termasuk budaya, kelas sosial, pribadi, keluarga, dan situasi. Di antara faktor-faktor tersebut, faktor budaya memiliki pengaruh yang paling signifikan. Budaya mencakup berbagai aspek kompleks seperti pengetahuan, agama, seni, hukum, moral, kebiasaan, dan kemampuan. Selain faktor budaya, faktor sosial juga berperan penting. Faktor sosial ini dipengaruhi oleh referensi, keluarga, dan status sosial.⁵ Dari berbagai faktor tersebut, peneliti memfokuskan pada dua faktor utama yang memengaruhi preferensi masyarakat dalam menggunakan produk perbankan, yaitu pengetahuan dan religiusitas.

Faktor yang mempengaruhi preferensi yang pertama adalah Pengetahuan. Pengetahuan Adalah mencakup segala kegiatan dengan cara dan sarana yang digunakan maupun segala hasil yang diperolehnya.⁶ Pengetahuan mengenai produk dan jasa perbankan syariah memainkan peran penting dalam mempengaruhi preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah. Namun, hasil wawancara dengan masyarakat Ujung Padang menunjukkan bahwa pengetahuan yang rendah tentang produk perbankan syariah berdampak negatif pada preferensi menggunakan produk perbankan syariah.

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Lamsari, beliau mengatakan kesulitan memahami konsep dasar dan operasional perbankan syariah (*analytical thinking*). Ketika ditanya tentang perbedaan antara sistem bagi hasil di bank

⁵Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Kegiatan Konsumen* (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2019).

⁶Rukmi Dilla Octaviana dan Aditya Reza Ramadhani, "Pengetahuan (Knowledge), Ilmu Pengetahuan (Sains), Filsafat Dan Agama," *Jurnal Tawadhu* Volume 5, no. No. 2 (2021).

syariah dan bunga di bank konvensional, beliau tidak dapat menjelaskan dengan jelas. beliau juga bingung saat mencoba menggabungkan informasi dari berbagai sumber untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang keuntungan menggunakan produk syariah (*conceptual thinking*). Selain itu, beliau merasa tidak memiliki pengetahuan teknis yang cukup untuk memanfaatkan produk syariah secara optimal (*expertise*), seperti cara membuka rekening atau mengajukan pembiayaan syariah. Akibatnya, beliau merasa tidak percaya diri dan lebih memilih tetap menggunakan bank konvensional yang sudah dikenalnya.⁷

Kurangnya informasi lengkap dan kesulitan dalam memahami serta memanfaatkan produk syariah menyebabkan masyarakat seperti Ibu Lamsari tetap bertahan dengan bank konvensional. Pengetahuan konsumen memainkan peran penting dalam membentuk preferensi terhadap produk dan jasa pada perbankan syariah.

Teori perilaku konsumen mengidentifikasi tiga elemen utama dari pengetahuan yang mempengaruhi preferensi, *analytical thinking* (AT) untuk menganalisis situasi dengan sebab-akibat yang jelas, *conceptual thinking* (CT) untuk memahami konsep secara abstrak, dan *expertise* (EXP) untuk menggunakan produk secara efisien.⁸ Kurangnya pengetahuan tentang produk perbankan syariah dapat membuat konsumen merasa tidak percaya diri dan enggan untuk beralih dari bank konvensional. Untuk mengatasi hal ini, edukasi

⁷Wawancara dengan Ibu Lamsari, Tanggal 25 Januari 2024, Pukul 10:42.

⁸Iffah Rosyiana, *Innovative Behavior At Work: Tinjauan Psikologi & Implementasi di Organisasi* (Deepublish: Cv Budi Utama, 2019), hlm. 26.

yang komprehensif dari bank syariah diperlukan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan konsumen.

Selain itu faktor religiusitas juga mempengaruhi preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah. Religiusitas adalah ketertarikan dan ketaatan seseorang terhadap ajaran agama dan diaktualisasikan lewat perilaku dalam kehidupannya sesuai yang diperintahkan agamanya, Individu yang religius tidak hanya sebatas mengetahui segala perintah dan larangan agamanya, akan tetapi mentaati dan melaksanakan segala perintah agama.⁹

Religiusitas, atau tingkat kesadaran dan komitmen seseorang terhadap ajaran agama Islam, juga sangat berpengaruh terhadap preferensi masyarakat. Masyarakat yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih memilih produk perbankan syariah karena merasa lebih sesuai dengan keyakinan dan nilai-nilai agama Islam. Hasil wawancara melalui pertanyaan tentang keyakinan, praktik, pengetahuan, pengalaman, dan konsekuensi agama, ditemukan bahwa individu yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi cenderung lebih condong menggunakan produk bank syariah.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan Ahmad, yang rajin melakukan ibadah dan memiliki pengetahuan agama yang baik, menyatakan bahwa keyakinannya akan prinsip-prinsip syariah mendorongnya untuk menggunakan produk perbankan yang sesuai dengan nilai-nilai agamanya. Selain itu, responden yang aktif berpartisipasi dalam praktik agama, seperti shalat lima waktu dan membaca Al-Quran, juga cenderung lebih memilih bank syariah

⁹Said Alwi, *Perkembangan Religiusitas Remaja* (Yogyakarta, 2015), hlm. 2.

karena percaya bahwa menggunakan produk syariah adalah bagian dari pengamalan agama yang konsisten.¹⁰

Namun, ditemukan bahwa ada beberapa responden yang meskipun memiliki keyakinan agama yang kuat, kurang memiliki pengetahuan tentang prinsip-prinsip perbankan syariah, sehingga hal ini dapat menghambat responden tersebut dalam membuat keputusan yang tepat. Sebagai hasilnya, tingkat religiusitas yang tinggi tidak selalu secara langsung menghasilkan preferensi yang konsisten terhadap produk bank syariah, terutama jika pengetahuan mereka tentang produk tersebut masih terbatas.

Berdasarkan wawancara dengan seorang warga Ujung Padang bernama Aliansyah merupakan seorang yang rajin menjalankan ibadah harian dan memiliki keyakinan agama yang kuat. Tetapi, ketika ditanya tentang pengetahuannya mengenai prinsip-prinsip perbankan syariah, ia mengaku kurang memahami secara mendalam mengenai *maysir*, *gharar*, dan *riba*. beliau mengungkapkan bahwa meskipun beliau menginginkan untuk menggunakan produk yang sesuai dengan nilai-nilai agamanya, ketidakpastiannya tentang bagaimana produk perbankan syariah bekerja membuatnya memilih untuk tetap menggunakan bank konvensional.¹¹

Hasil wawancara ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas yang tinggi tidak selalu menghasilkan preferensi yang konsisten terhadap produk bank syariah, terutama jika pengetahuan masyarakat tentang produk tersebut masih

¹⁰Wawancara dengan Ahmad, Tanggal 25 Januari 2024, Pukul 11.30.

¹¹Wawancara dengan Aliansyah, Tanggal 25 Januari 2024, Pukul 12:10.

terbatas. Maka, religiusitas memainkan peran penting dalam membentuk preferensi konsumen terhadap produk perbankan syariah. Menurut teori perilaku konsumen, tingkat keyakinan agama, praktik keagamaan, pengetahuan agama, pengalaman agama, dan konsekuensi agama memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk atau jasa yang sesuai dengan nilai-nilai agama seseorang.¹²

Berdasarkan hasil observasi menunjukkan bahwa pengetahuan dan religiusitas memengaruhi preferensi masyarakat terhadap produk perbankan syariah. Responden dengan pengetahuan rendah cenderung ragu untuk beralih dari bank konvensional, sementara tingkat religiusitas yang tinggi cenderung mendorong penggunaan produk syariah. Namun, ditemukan bahwa beberapa responden, meskipun memiliki keyakinan agama yang kuat, masih kurang memahami produk perbankan syariah. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan dan religiusitas sama-sama berperan dalam membentuk preferensi konsumen terhadap produk perbankan syariah.

Studi-studi sebelumnya telah menginvestigasi pengaruh pengetahuan terhadap preferensi masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah. Beberapa penelitian menemukan adanya pengaruh signifikan antara pengetahuan tentang produk perbankan syariah dengan preferensi penggunaan produk tersebut. Misalnya, penelitian oleh Saptasari menunjukkan bahwa pengetahuan secara positif memengaruhi preferensi terhadap penggunaan

¹²Junaidi, *Peran Agama dan Tingkat Spiritualitas: Keputusan dalam Memilih Bank Syariah di Indonesia* (Epigrafi Komunikata Prima, 2022), hlm. 84.

produk perbankan syariah.¹³ Namun, ada juga penelitian yang menemukan hasil yang berbeda. Studi oleh Anin, yang tidak menemukan hubungan yang signifikan antara pengetahuan tentang perbankan syariah dengan preferensi penggunaan produk perbankan syariah.¹⁴

Selain itu, terdapat beberapa penelitian menemukan adanya pengaruh signifikan antara tingkat religiusitas dan preferensi penggunaan produk perbankan syariah. Penelitian oleh Kameilina menunjukkan bahwa tingkat keyakinan agama yang tinggi secara positif memengaruhi preferensi terhadap penggunaan produk perbankan syariah.¹⁵

Namun, temuan lain menunjukkan hasil yang berbeda. Studi oleh Anin, menemukan bahwa religiusitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi penggunaan produk perbankan syariah.¹⁶ Meskipun telah terjadi pertumbuhan yang signifikan dalam industri perbankan syariah, masih ada tantangan besar dalam menarik minat masyarakat untuk beralih dari bank konvensional ke bank syariah. Tantangan ini meliputi kurangnya pemahaman masyarakat tentang manfaat dan prinsip-prinsip perbankan syariah, serta pengaruh kuat dari kebiasaan dan kenyamanan menggunakan layanan bank

¹³Kunti Saptasari dan Hendy Mustiko Aji, "Factors affecting Muslim non-customers to use Islamic bank: Religiosity, knowledge, and perceived quality," *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* Volume 6, no. No. 2 (1 September 2020): 165–80, <https://doi.org/10.20885/jeki.vol6.iss2.art7>.

¹⁴Noviyanti Anin, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Lokasi Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk di Bank Syariah (Studi Pada Guru Sdit At- Taqwa Gumawang, Kab. Oku Timur, Sumatera Selatan)" (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2024).

¹⁵Kameilina Lora Palik Padang, Junaidi Junaidi, dan Antong Antong, "THE INFLUENCE OF RELIGIUSITY, KNOWLEDGE, AND PROFIT SHARING ON STUDENTS' PREFERENCE ON ISLAMIC BANK," *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam* Volume 9, no. No. 2 (22 Desember 2023): hlm. 209-217, <https://doi.org/10.30997/jsei.v9i2.7487>.

¹⁶Anin, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Lokasi Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk di Bank Syariah (Studi Pada Guru Sdit At- Taqwa Gumawang, Kab. Oku Timur, Sumatera Selatan)."

konvensional. Pengetahuan dan religiusitas masyarakat memainkan peran penting dalam membentuk preferensi terhadap produk perbankan syariah.

Maka, penelitian ini penting untuk memberikan pemahaman tentang bagaimana pengetahuan dan religiusitas memengaruhi preferensi konsumen terhadap produk perbankan syariah, dengan tujuan untuk memberikan panduan yang lebih baik bagi bank syariah dalam meningkatkan layanan dan edukasi kepada masyarakat. Oleh karena itu, penelitian berjudul **“Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Preferensi Masyarakat Ujung Padang Menggunakan Produk Perbankan Syariah.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian masalah tersebut, maka diperoleh hasil identifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Banyak masyarakat Kelurahan Ujung Padang yang belum menggunakan produk bank syariah.
2. Masyarakat Ujung Padang masih menggunakan produk bank konvensional.
3. Terdapat masalah terkait pengetahuan masyarakat tentang produk perbankan syariah, dengan kurangnya informasi lengkap dan kesulitan memahami serta memanfaatkan produk syariah menyebabkan ketidakpercayaan dan ketidakpastian dalam beralih ke bank syariah.
4. Tingkat religiusitas memengaruhi preferensi masyarakat, namun, ada kasus di mana tingkat religiusitas yang tinggi tidak selalu menghasilkan preferensi yang konsisten terhadap produk bank syariah, terutama jika pengetahuan tentang produk tersebut masih terbatas.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini hanya membahas tentang Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Preferensi Masyarakat Ujung Padang menggunakan produk Perbankan Syariah. Penelitian ini hanya dibatasi bagi Masyarakat Ujung Padang yang dimaksud untuk Masyarakat Kelurahan Ujung Padang. Penelitian ini menetapkan dua jenis variabel, yakni variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah Pengetahuan dan Religiusitas, sedangkan variabel dependen (Y) adalah Preferensi Masyarakat Ujung Padang. Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Ujung Padang, Kota Padangsidempuan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian ini, yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah?
2. Apakah terdapat pengaruh religiusitas terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah?
3. Apakah terdapat pengaruh pengetahuan dan religiusitas secara simultan terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah?

E. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan definisi operasional variabel, berikut definisi operasional variabel:

Tabel I.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Preferensi	Preferensi adalah pilihan atau kecenderungan yang dipilih oleh individu berdasarkan penilaian atau keinginan mereka terhadap suatu objek, layanan, atau tindakan dibandingkan dengan yang lainnya. Ini mencerminkan tingkat keinginan atau kecenderungan individu terhadap sesuatu. ¹⁷ Dalam konteks penelitian ini, preferensi mencakup kecenderungan pilihan individu tentang produk dan jasa perbankan syariah serta prinsip-prinsip yang mendasarinya.	1. Keuntungan relatif 2. Keterbukaan informasi 3. Kompatibilitas 4. Kompleksitas 5. Triabilitas	Ordinal
Pengetahuan	Pengetahuan adalah pemahaman atau kesadaran yang dimiliki individu tentang fakta, informasi, konsep, atau prinsip tertentu. Ini mencakup pengetahuan	1. <i>Analytical thinking</i> (AT) 2. <i>Conceptual thinking</i> (CT) 3. <i>Expertise</i> (EXP)	Ordinal

¹⁷Wardhana, *Perilaku Konsumen di Era Digital*, hlm. 2.

	yang diperoleh melalui pengalaman, atau interaksi dengan lingkungan sekitar. ¹⁸ Dalam konteks penelitian ini, pengetahuan mencakup pemahaman individu tentang produk dan jasa perbankan syariah serta prinsip-prinsip yang mendasarinya.		
Religiusitas	Religiusitas merujuk pada tingkat kesadaran, komitmen, dan praktik seseorang terhadap ajaran dan nilai-nilai agama tertentu. Ini mencakup keyakinan, praktik keagamaan, pengetahuan agama, pengalaman keagamaan, serta konsekuensi agama dalam kehidupan sehari-hari individu. ¹⁹ Dalam konteks penelitian ini, religiusitas mencakup sejauh mana individu menginternalisasi nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam dalam pengambilan keputusan, termasuk preferensi terhadap produk perbankan syariah.	1. Keyakinan agama 2. Praktek agama 3. Pengetahuan agama 4. Pengalaman agama	

¹⁸Haradhan Kumar Mohajan, "Knowledge is an Essential Element at Present World," *International Journal of Publication and Social Studies* Volume 1, no. 1 (2016): hlm 31-53, <https://doi.org/10.18488/journal.135/2016.1.1/135.1.31.53>.

¹⁹Noor Azizah Abdul Wahab dkk., "Exploring Culture, Religiosity and Spirituality Influence on Antihypertensive Medication Adherence Among Specialised Population: A Qualitative Ethnographic Approach," *Patient Preference and Adherence* Volume 15 (Oktober 2021): hlm. 2249-2265, <https://doi.org/10.2147/PPA.S319469>.

--	--	--	--

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan religiusitas secara simultan terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah.

G. Manfaat Penelitian

Penelitian berjudul “Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Preferensi Masyarakat Ujung padang Menggunakan Produk Perbankan Syariah” diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Dalam melakukan penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan serta wawasan baru bagi peneliti dan melengkapi sebagai persyaratan dan tugas yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E.) pada UIN Syahada Padangsidimpuan.

2. Bagi UIN Syahada Padangsidimpuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi pada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan sebagai bahan untuk peneliti selanjutnya.

3. Bagi Perbankan Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan membantu dalam merancang strategi pemasaran dan edukasi yang lebih efektif, serta memperluas pemahaman tentang preferensi konsumen kunci dan kebutuhan pasar.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi tambahan dan menjadi referensi untuk penelitian lanjutan dalam bidang ekonomi Islam dan perilaku konsumen. Serta, memberikan landasan bagi penelitian lintas-disiplin tentang preferensi konsumen terhadap produk keuangan berbasis nilai.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Pengertian Perbankan Syariah

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk Simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pembiayaan dana/atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syari'ah Islam.¹

Menurut UU No. 21 Tahun 2008 pasal 1 ayat (1) Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Dalam pasal 1 ayat (7) Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disebutkan bahwa Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Dalam pasal 1 ayat (12), menyebutkan bahwa prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam

¹ Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 49.

kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.²¹

Seperti yang telah disebutkan di atas, bank syariah dalam sistem serta kegiatan operasionalnya dilaksanakan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Prinsip syariah diartikan sebagai prinsip yang berdasarkan hukum atau norma agama Islam. Dalam hal ini pengertian bank syariah dan bank Islam sama, yaitu sistem perbankan yang berdasarkan pada hukum-hukum Islam (syariah). Dasar pemikiran terbentuknya bank syariah bersumber dari adanya larangan riba di dalam al-Qur'an dan al-Hadits sebagai berikut:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۗ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۗ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“ orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila, Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”²²

²¹Sumar'in, hlm. 50.

²² Kementerian Agama RI, *Al-Quran Tajwid Dan Terjemahan* (Bandung: Al-Qur'an Al Qosbah, 2020).

Ayat di atas menegaskan bahwa Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba, “wa ahalla allah al-bay’a waharrama ar-riba”, dengan pengertian bahwa pada jual beli ada pertukaran atau pergantian yang seimbang yaitu barang dari pihak penjual kepada pembeli, sedangkan pada riba tidak ada penyeimbang langsung kecuali kesempatan pemanfaatan uang. Ayat ini diakhiri dengan penegasan ulang bahwa sudah seharusnya riba dihentikan karena orang-orang yang suka terlibat dengan transaksi riba akan masuk ke dalam neraka, “waman ‘ada fa’ula’ika ashhabu an-nari hum fiha khaliduna.” Sebagai ganti riba supaya tidak termasuk dalam penghuni neraka yaitu transaksi jual beli.²³

Menurut Schaik dalam buku Khaerul Umam yang berjudul *Manajemen Perbankan Syariah*, bank Islam adalah sebuah bentuk dari bank modern yang didasarkan pada hukum Islam yang sah, dikembangkan pada abad pertama Islam menggunakan konsep berbagi resiko sebagai metode utama, dan meniadakan keuangan yang berdasarkan kepastian serta keuntungan yang ditentukan sebelumnya.²⁴

Pengertian senada diungkapkan oleh Karnaen Perwataatmaja dan Muhammad Syafi’i Antonio mendefinisikan bank Islam sebagai bank yang beroperasi sesuai prinsip-prinsip syariat Islam, yakni bank yang dalam

²³Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010), hlm. 128-130.

²⁴Umam Khaerul, *Manajemen Perbankan Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 15.

beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariat Islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam.²⁵

Berdasarkan berbagai pendapat yang telah dikemukakan dapat dipahami bahwa bank syariah atau bank Islam adalah suatu lembaga keuangan perbankan dalam kegiatan operasionalnya dan sistem yang diterapkan berdasarkan syariat Islam.

2. Produk Perbankan Syariah

Secara garis besar, pengembangan produk bank syariah dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu produk penghimpun dana, produk penyaluran dana dan produk yang berkaitan dengan jasa yang diberikan perbankan kepada nasabahnya. Bank syariah memiliki peran sebagai lembaga perantara (intermediary) antara unit-unit ekonomi yang mengalami kelebihan dana (surplus units) dengan unit-unit yang lain yang mengalami kekurangan dana (defisit units). Kedudukan bank syariah sebagai perantara dapat diwujudkan dalam kegiatannya yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali untuk masyarakat melalui berbagai produk yang ditawarkannya.²⁶

Pada dasarnya produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian besar, yaitu:

²⁵Usman Rachmadi, *Aspek Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), hlm. 33.

²⁶ Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, hlm. 66.

a. Produk Penghimpun Dana

1. Titipan (Al-Wadi'ah) Merupakan titipan murni yang setiap saat dapat diambil jika pemiliknya menghendaki. Secara umum terdapat dua jenis al- wadiah yaitu:
2. Wadi'ah Yad Al-Amanah yaitu harta atau benda yang dititipkan tidak boleh dimanfaatkan dan digunakan oleh penerima titipan.
3. Wadi'ah Yad Adh Dhomanah yaitu harta atau benda yang dititipkan yang diperbolehkan untuk dimanfaatkan oleh penyimpan.
4. Investasi (Mudharabah)

Merupakan kerjasama antara pemilik dana (shahibul maal) dan pengelola dana (mudharib) atau bank. Secara garis besar mudharabah terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

a) Mudharabah muthlaqah

Dalam prinsip ini shahibul maal tidak memberikan batasan batasan atas dana yang diinvestasikannya, mudharib diberi wewenang penuh mengelola dana terikat waktu, tempat, jenis, usaha dan jenis pelayanannya. Pengaplikasian dalam perbankan adalah tabungan dan deposito berjangka.

b) Mudharabah muqayyadah

Dalam akad ini shahibul maal memberikan batasan atas dana yang diinvestasikannya.

b. Produk Penyaluran Dana

Produk penyaluran dana melalui pembiayaan merupakan salah satu kegiatan usaha paling besar dari lembaga keuangan terutama perbankan. Lembaga keuangan syariah yang cenderung bergerak disektor produktif juga tidak lepas dari penyaluran pembiayaan karena adanya persaingan kompetitif dari pihak lembaga keuangan.²⁷ Produk penyaluran dana terdiri dari:

1) Prinsip jual beli

Prinsip ini adalah suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian barang atas nama bank, kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan (margin).²⁸ Prinsip ini dapat dibagi sebagai berikut:

- a) Pembiayaan Murabahah adalah akad jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin keuntungan yang disepakati.
- b) Pembiayaan Salam adalah akad jual beli barang dengan syarat-syarat tertentu dan pembayaran sesuai kesepakatan.
- c) Pembiayaan Istishna adalah jual beli barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang dengan kriteria dan persyaratan

²⁷Taudlikhul Afkar dan Purwanto Taguh, "Penyaluran Dana Bank Syariah Melalui Pembiayaan Murabahah, Istishna, dan Ijarah Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 02, 7 (2021): hlm. 901.

²⁸Wani'mah, "Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Preferensi Produk-Produk Perbankan Syariah" (Skripsi, Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2020), hlm. 21-22.

tertentu yang disepakati dengan pembayaran sesuai dengan kesepakatan.

3. Pengertian Preferensi

Beberapa definisi preferensi menurut beberapa ahli sebagai berikut:

- a. Menurut Ujang Sumarwan, Preferensi merupakan kecenderungan seseorang dalam memilih dan menggunakan barang tertentu untuk diketahui kelebihanannya, sehingga tercapai kepuasan dari pemakaian produk dan akan loyal terhadap produk yang sejenis.²⁹
- b. Menurut Kotler, Preferensi merupakan sebagai sikap konsumen terhadap produk dan layanan yang merupakan penilaian atas sifat kognitif, perasaan emosional, dan kecenderungan seseorang untuk bertindak melalui objek atau ide.³⁰
- c. Menurut Sudibyo dalam Sehani, Preferensi konsumen merupakan nilai-nilai yang diadopsi konsumen ketika menghadapi berbagai bentuk konflik yang terjadi di lingkungannya.³¹
- d. Menurut Marwan, preferensi pelanggan atau konsumen adalah sikap pelanggan yang menginginkan suatu barang atau jasa berdasarkan kemampuan yang dimiliki untuk memberikan nilai kepuasan terhadap apa

²⁹Ujang Sumarwan, *Perspektif Perilaku Konsumen Dan Marketing Plan* (Bogor: IPB Press, 2015), Hal. 266.

³⁰Muhammad Riza, "Analisis Persepsi, Preferensi dan Sikap Teungku Dayah serta Pengaruhnya terhadap Perilaku Menabung di Bank Syariah," *JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM* 4, no. 1 (11 November 2019): 1–19, <https://doi.org/10.32505/v4i1.1247>.

³¹Sehani Sehani, "Analisis Persepsi Dan Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Pesantren di Kota Pekanbaru)," *JURNAL AL-IQTISHAD* 13, no. 1 (31 Desember 2017): 1, <https://doi.org/10.24014/jiq.v13i1.4385>.

yang dibeli atau yang ditawarkan, sehingga orang yang menginginkan barang atau jasa telah mempunyai sikap perilaku pembelian.³²

Preferensi konsumen timbul karena adanya penilaian yang objektif atau karena dorongan emosi. Preferensi untuk bertindak adalah berasal dari serangkaian aktivitas dan rangsangan mental dan emosional. Preferensi yang rumit sering melibatkan beberapa Preferensi (decision) melibatkan pilihan diantara dua atau lebih alternatif. Preferensi selalu mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda. Menurut Nugroho J Setiadi, preferensi pembelian konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.³³

- a. Pengenalan Masalah, konsumen merasakan adanya kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi dan terpuaskan.
- b. Pencarian Informasi, konsumen mencari informasi yang disimpan di dalam ingatan atau mendapatkan informasi yang relevan dengan kepuasan dari lingkungannya.
- c. Evaluasi Alternatif, konsumen mengevaluasi pilihan berkenaan dengan manfaat yang diharapkan dengan menyempitkan pilihan hingga alternatif yang dipilih.
- d. Preferensi Pembelian, konsumen memilih alternatif yang dipilih dan memutuskan pembelian.

³²Marwan Asri, *Marketing. Cetakan Kedua*, (Yogyakarta: BPFE Universitas Gadjah Mada, 1990, t.t.), Hal 12.

³³Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Kegiatan Konsumen*, hlm. 10.

e. Perilaku Pasca Pembelian Konsumen mengevaluasi apakah alternatif yang dipilih telah memenuhi kebutuhan dan harapan setelah digunakan.³⁴

Menurut Pride dan Ferrell dalam Etta Mamang dan Sopiah, Perilaku konsumen yang mempengaruhi Preferensi pembelian dapat dikelompokkan menjadi tiga faktor utama: faktor pribadi, faktor psikologis, dan faktor sosial.³⁵ Faktor pribadi mencakup karakteristik individu yang mempengaruhi preferensi pembelian. Ini termasuk faktor demografis seperti usia, jenis kelamin, dan pendapatan, serta gaya hidup dan kepribadian seseorang. Selain itu, situasi tertentu dan tingkat keterlibatan juga berperan dalam pembentukan preferensi.

Faktor psikologis menyoroti motivasi, religiusitas, pengetahuan, sikap, dan kepribadian seseorang. Motivasi mendorong individu untuk bertindak, sedangkan religiusitas mempengaruhi persepsi terhadap situasi tertentu. Pengetahuan tentang produk, pembelian, dan penggunaan juga memainkan peran penting dalam pembentukan preferensi. Sikap positif atau negatif terhadap suatu objek atau kegiatan, bersama dengan kepribadian yang unik, juga memengaruhi preferensi pembelian.

Faktor sosial menekankan peran keluarga, kelompok referensi, pelayanan, lokasi, peran dan status, kelas sosial, dan budaya dalam membentuk preferensi pembelian. Keluarga menjadi penting karena memberikan acuan utama bagi preferensi konsumen, sementara kelompok

³⁴Nugroho J. Setiadi, hlm. 10-15.

³⁵Dr Warsidi M.M, *Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah* (Zahir Publishing, 2020).

referensi dan peran sosial juga memiliki pengaruh signifikan. Lokasi, kelas sosial, dan budaya juga memainkan peran dalam membentuk preferensi pembelian, karena budaya dan subbudaya mempengaruhi nilai, preferensi, dan perilaku individu dalam masyarakat.

4. Preferensi dalam Perspektif Islam

Preferensi memiliki arti pilihan atau kecenderungan individu dalam memilih produk dan jasa, yang berarti kebebasan individu dalam memilih. Islam menganggap kebebasan adalah sebagai fondasi dari nilai-nilai kemanusiaan dan kemuliaan manusia. Kebebasanlah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya. Al-Quran menjelaskan pengetahuan dan kekuasaan Allah atas apa yang telah ditetapkan-Nya untuk manusia. Disamping itu Al-Quran juga memberikan penekanan besar kepada kebebasan memilih yang diberikan kepada manusia. Kebaikan yang paling utama ialah kebebasan individu untuk memilih suatu alternatif yang tepat walaupun peluang untuk memilih suatu alternatif lain yang salah juga besar. Hanya melalui penggunaan kebebasan dengan benar sajalah manusia terdorong untuk melakukan sikap terpuji.³⁶ Walau bagaimanapun, perlu diingat bahwa kebebasan individu bukannya mutlak dan tanpa batasan melainkan dibatasi oleh dua hal yaitu individu bebas bergerak di bidang apapun dengan syarat tidak melanggar dan mengambil hak-hak orang lain. Dalam hal segala sesuatu yang terjadi pada seorang muslim dan hal tersebut tidak sesuai dengan yang diharapkan adalah salah satu bentuk kasih sayang

³⁶ Nuriyanto Al arif, *Teori Mikro Ekonomi* (Jakarta: kencana, 2014), hlm. 93.

Nya. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S Al-Baqarah Ayat 216 yang berbunyi:

كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهُ لَكُمْ وَعَسَى أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا
وَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَعَسَى أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ شَرٌّ لَكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا
تَعْلَمُونَ

“Diwajibkan atas kamu berperang, padahal berperang itu adalah sesuatu yang kamu benci. Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui”.³⁷

Ayat ini menjelaskan tentang dalam memilih sesuatu, manusia melandaskan pilihannya itu dengan keinginan. Sementara keinginan dipengaruhi oleh pandangannya terhadap pilihan-pilihan itu sehingga melahirkan rasa suka atau tidak suka, mau atau tidak mau. Terkait dengan hal ini Allah juga memiliki kehendak untuk memilih sesuai dengan keinginan-Nya. Sehingga antara keinginan manusia dan keinginan Allah dalam memilih sesuatu tidak selamanya sama. Apa yang dianggap manusia baik, belum tentu baik pula di hadapan Allah. Seperti yang terjadi pada masa nabi atas orang-orang yang tidak menyukai peperangan.³⁸

³⁷ RI, *Al-Quran Tajwid Dan Terjemahan*, hlm. 34.

³⁸ Muhammad Reza Fadil, “Konsep Preferensi Dalam Alquran: Studi Analisis Kata Khair Pada Ayat-Ayat Alquran,” *Jurnal studi Al-qur'an dan Hadis* 3, no. 2, 2019, hlm. 214.

5. Indikator Preferensi

Preferensi dapat diukur dengan menggunakan 5 (lima) indikator, antara lain:³⁹

- a. Keuntungan relatif, adalah keadaan dimana produk yang ditawarkan itu tampak lebih menguntungkan daripada produk yang sudah ada.
- b. Kebutuhan informasi, adalah dimana informasi tentang kinerja produk dalam bentuk laporan pertanggung jawaban disampaikan secara terbuka kepada masyarakat secara berkala.
- c. Kompatibilitas, adalah tingkah dimana produk dirasa telah sesuai dengan nilai yang dianut, kepercayaan, pengalaman dan keinginan masyarakat.
- d. Kompleksitas, merupakan kondisi dimana produk yang ditawarkan mudah dimengerti dan digunakan.
- e. Trabilitas, merupakan tingkat pencarian informasi mengenai suatu produk mudah didapatkan.

6. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Preferensi

Faktor-faktor yang memengaruhi preferensi terhadap barang dan jasa yaitu:

- b. Faktor-faktor kebudayaan Kebudayaan yaitu faktor yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang dan menjadi faktor penentu. Sub budaya yaitu faktor yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang spesifik untuk para anggotannya terdiri dari sub budaya yang lebih kecil.

³⁹Darmawan dan Muhammad Iqbal Fasa, *Manajemen Lembaga Keuangan Syariah* (yogyakarta: UNY Press, 2020).

- c. Faktor-faktor sosial Kelompok referensi, kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang.
- d. Keluarga, keluarga dibedakan menjadi dua yaitu keluarga orientasi atau orang tua dan keluarga prokreasi atau pasangan hidup dan anak-anak.
- e. Peran dan status, bentuk partisipasi seseorang terhadap kelompok dalam selama hidupnya, keluarga, klub, organisasi.
- f. Faktor-faktor Psikologis
 - 1) Motivasi yaitu kebutuhan biogenetik yang timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu seperti rasa lapar, haus, resah dan tidak nyaman. Terdapat beberapa unsur yang terlibat dalam proses motivasi yaitu:
 - 2) Kebutuhan, setiap orang mempunyai berbagai macam kebutuhan antar individu dapat berbeda-beda.
 - 3) Perilaku, sebuah perilaku dapat diamati dalam bentuk pengambilan keputusan, pemilihan merek atau penolakan terhadap suatu produk.
 - 4) Tujuan, tujuan adalah sesuatu yang akan dicapai oleh konsumen sebagai hasil atas tindakan yang dilakukan.

7. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan menjadikan seseorang terpengaruh untuk berhubungan dengan suatu hal yang berada disekitarnya, jika ia merupakan suatu hal yang positif dan kebahagiaan dan kecocokan untuknya bisa saja dia akan tertarik

untuk mencoba kepada sesuatu yang ditawarkan atau dilihat.⁴⁰ Menurut Yazid, Pengetahuan merupakan suatu keadaan atau kondisi dimana ketika seseorang telah mempunyai rasa ketertarikan pada hal tertentu yang diikuti dengan keinginan untuk belajar atau mempelajarinya, membuktikan serta mengetahui lebih dalam lagi akan suatu hal tersebut.⁴¹ Menurut Kotler Pengetahuan adalah suatu keinginan atau kebutuhan seseorang yang dibentuk oleh budaya dan kepribadian seseorang.⁴² Menurut Mappiare menyatakan pengetahuan adalah campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Sementara menabung adalah suatu keinginan yang berasal dari diri sendiri tanpa adanya paksaan dari pihak luar yang bertujuan untuk mencapai tujuan tertentu.⁴³ Pengetahuan adalah informasi atau maklumat yang diketahui atau disadari oleh seseorang.⁴⁴ Pengetahuan manusia digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk bertindak dalam berbagai hal kebutuhan hidupnya. Tidak terkecuali dalam bidang ekonomi. Manusia harus membuat keputusan-keputusan terbaik untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang banyak dan beragam dengan sumber daya yang dimilikinya terbatas. Manusia dalam posisinya sebagai konsumen produk tertentu membutuhkan

⁴⁰Bryan J. Rooney dan Annabel Ness Evans, *Methods in Psychological Research* (SAGE Publications, 2018).

⁴¹Dadang Supardan, *Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial: Perspektif Filosofi dan Kurikulum* (Bumi Aksara, 2022).

⁴² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali, 2014).

⁴³Mister Candra, Nadia Afrilliana, dan Renggawuni Ahdan, "Peran Literasi Keuangan Syariah dalam memoderasi Pengaruh Demografi terhadap Minat Menabung Pada Perbankan Syariah," *Jurnal Manajemen Motivasi* 16, no. 1 (22 Juni 2020): 1, <https://doi.org/10.29406/jmm.v16i1.2069>.

⁴⁴Muhammad Isa, *Pengetahuan Persepsi Dan Sikap Pengurus Masjid Terhadap Perbankan Syariah* (Bogor: Bypass, 2019), Hal. 11-12.

pengetahuan tertentu untuk bisa memutuskan pembelian produk tertentu secara tepat dan benar.⁴⁵ Mempelajari tingkat pengetahuan konsumen tentang produk sangat penting. Dengan mengetahui tingkat pengetahuan, pemahaman dan keyakinan konsumen tentang suatu produk, maka hal tersebut akan mempengaruhi perilaku konsumen.

8. Indikator Pengetahuan

Menurut Sutoto, indikator pengetahuan dapat dibagi menjadi tiga cluster utama, yaitu *analytical thinking* (AT), *conceptual thinking* (CT), dan *expertise* (EXP).⁴⁶ Pertama, *analytical thinking* (AT) merupakan kemampuan untuk memahami situasi masalah dengan memecahkannya menjadi bagian-bagian kecil untuk mengidentifikasi hubungan sederhana dan mengenali sebab-akibatnya. Dengan demikian, individu yang memiliki kemampuan ini dapat menganalisis masalah yang kompleks secara efektif.

Kedua, *conceptual thinking* (CT) melibatkan kemampuan untuk memahami situasi masalah secara konseptual dengan menerapkan aturan dasar logika. Ini mencakup penggabungan ide dan informasi untuk membentuk gambaran yang lebih besar, sehingga individu dapat mengidentifikasi isu-isu masa depan atau kunci masalah yang kompleks.

Ketiga, *expertise* (EXP) mencakup pengetahuan yang berkaitan dengan pekerjaan, termasuk kemampuan profesional, teknis, dan manajerial. Selain itu, EXP juga mencakup kemampuan dalam memotivasi orang lain untuk

⁴⁵ Muhammad Isa, *Pengetahuan Persepsi Dan Sikap Pengurus Masjid Terhadap Perbankan Syariah* (Bogor: Bypass, 2019), hlm. 11-12.

⁴⁶ Iffah Rosyiana, *Innovative Behavior At Work: Tinjauan Psikologi & Implementasi di Organisasi*, hlm. 26.

memanfaatkan, memperluas, dan mendistribusikan pengetahuan tentang pekerjaan tersebut. Dengan demikian, individu yang memiliki EXP mampu menguasai tugas-tugas yang kompleks dan membagikan pengetahuan mereka dengan orang lain.⁴⁷

9. Pengertian Religiusitas

Menurut etimologi kuno, religi berasal dari bahasa latin, yaitu “religio”. Kata ini memakai akarkata “re” dan “ligare” yang berarti mengikat kembali. Defenisi ini menunjukkan dalam agama terdapat aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi dan mempunyai fungsi untuk mengikat diri seseorang dalam hubungannya kepada Allah SWT⁴⁸.

Menurut Harun Nasution dalam buku Abuddin Nata menyimpulkan bahwa agama mengandung arti ikatan yang harus dipegang dan dipatuhi dan mempunyai pengaruh besar terhadap kehidupan manusia sehari-hari. Ikatan itu berasal dari sesuatu yang lebih tinggi dari manusia.⁴⁹

Menurut Jalaluddin dalam bukunya psikologi agama mengungkapkan seseorang memiliki perilaku religiusitas jika memiliki ciri-ciri sebagai berikut:⁵⁰

- a. Menerima kebenaran agama berdasarkan pertimbangan pemikiran yang kuat, bukan hanya sekedar saja.

⁴⁷Iffah Rosyiana, hlm. 26.

⁴⁸Bambang Suryadi Bahrul Hayat, *Religiusitas Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia* (Jakarta: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021), Hal. 7.

⁴⁹Abuddin Nata, *Metodologi Studi Islam* (jakarta: Rajawali Pers, 2013), Hal. 10.

⁵⁰Nata, Hal. 11.

- b. Selalu bersikap realis, sehingga norma-norma agama lebih banyak diaplikasikan dalam perilaku dan tingkah laku.
- c. Berperilaku positif terhadap ajaran dan norma-norma agama serta berusaha untuk mempelajari dan mendalami pemahaman keagamaan tersebut.
- d. Tingkat kataatan beragama didasarkan atas pertimbangan tanggung jawab diri sendiri, sehingga sikap religiusitas merupakan realisasi dari sikap hidup.
- e. Bersikap lebih terbuka dan wawasan lebih luas.
- f. Bersikap lebih kritis terhadap ajaran agama sehingga keyakinan beragama bukan hanya didasarkan atas pertimbangan pikiran, tetapi juga didasarkan atas pertimbangan hati nurani.
- g. Sikap keberagamaan akan mengarah pada tipe-tipe kepribadian masing-masing, sehingga terlihat adanya pengaruh kepribadian dalam menerima, memahami serta melaksanakan ajaran agama yang diyakininya.
- h. Terlihat adanya hubungan antara sikap religiusitas dengan kehidupan sosial, sehingga perhatian terhadap kepentingan organisasi sosial sudah berkembang.

Religiusitas adalah konsep yang kompleks dan multifaset yang menggambarkan hubungan individu dengan dimensi spiritual atau agamanya.⁵¹ Ini mencakup keyakinan, praktik, nilai-nilai, dan pengalaman

⁵¹Kunti Saptasari dan Hendy Mustiko Aji, "Factors affecting Muslim non-customers to use Islamic bank: Religiosity, knowledge, and perceived quality," *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* 6, no. 2 (1 September 2020): 165–80, <https://doi.org/10.20885/jeki.vol6.iss2.art7>.

yang berkaitan dengan keyakinan agama atau spiritual seseorang. Pengertian religiusitas mencakup berbagai aspek, termasuk kepercayaan kepada Tuhan atau kekuatan spiritual, ketaatan terhadap ajaran agama, partisipasi dalam kegiatan keagamaan, dan pengalaman spiritual yang mendalam.⁵²

Salah satu aspek utama dari religiusitas adalah kepercayaan individu terhadap keberadaan dan kekuatan Tuhan atau kekuatan spiritual lainnya. Ini mencakup keyakinan akan adanya entitas yang lebih tinggi yang memiliki kekuasaan atau pengaruh atas kehidupan manusia dan alam semesta secara keseluruhan.⁵³ Kepercayaan ini bisa muncul dalam berbagai bentuk, mulai dari keyakinan akan keberadaan Tuhan yang pribadi hingga keyakinan akan kekuatan spiritual yang transenden. Selain itu, religiusitas juga mencakup praktik-praktik keagamaan atau spiritual yang dilakukan oleh individu, seperti ibadah, doa, meditasi, atau kegiatan keagamaan lainnya. Partisipasi aktif dalam kegiatan keagamaan ini sering dianggap sebagai indikator tingkat religiusitas seseorang. Selain praktik-praktik ini, nilai-nilai moral dan etika yang diajarkan oleh agama juga menjadi bagian penting dari religiusitas, karena individu yang religius cenderung menginternalisasi dan mengamalkan nilai-nilai ini dalam kehidupan sehari-hari.

Pengalaman spiritual juga komponen penting dari religiusitas, Pengalaman ini bisa berupa momen-momen pencerahan, kesadaran spiritual,

⁵²Saptasari dan Aji.

⁵³Noor Azizah Abdul Wahab dkk., "Exploring Culture, Religiosity and Spirituality Influence on Antihypertensive Medication Adherence Among Specialised Population: A Qualitative Ethnographic Approach," *Patient Preference and Adherence* Volume 15 (Oktober 2021): 2249–65, <https://doi.org/10.2147/PPA.S319469>.

atau hubungan pribadi yang mendalam dengan yang Ilahi. Pengalaman ini sering kali menjadi sumber inspirasi, penghiburan, atau panduan dalam hidup individu yang religius. Dengan demikian, religiusitas mencakup dimensi-dimensi yang kompleks dan beragam dari kehidupan spiritual seseorang. Ini mencerminkan cara individu memahami dan merespons dimensi spiritual atau agamanya, serta bagaimana mereka mengintegrasikan keyakinan, praktik, nilai-nilai, dan pengalaman dalam kehidupan sehari-hari.

Religiusitas berpangkal dari diri sendiri yang dimulai dengan kesadaran yang mengakui bahwa hidupnya sebagai pemberian dari Allah SWT. Religiusitas ini berarti perasaan dan kesadaran akan hubungan dan ikatan manusia dengan Allah SWT.⁵⁴

10. Indikator Religiusitas

Indikator religiusitas mencakup beberapa aspek yang mencerminkan tingkat keterlibatan dan penghayatan seseorang terhadap dimensi agama atau spiritualitasnya. Pertama, keyakinan agama adalah fondasi dari religiusitas, mencakup keyakinan akan adanya Tuhan atau kekuatan spiritual lainnya serta keyakinan terhadap ajaran dan doktrin agama. Kedua, praktek agama mengacu pada partisipasi individu dalam ritual, ibadah, doa, dan kegiatan keagamaan lainnya yang menjadi bagian dari praktik kehidupan spiritual.⁵⁵

Ketiga, pengetahuan agama mencakup pemahaman individu tentang ajaran, nilai-nilai, dan sejarah agamanya, serta pengetahuan tentang tradisi

⁵⁴ Rukiyanto, *Pendidikan Religiusitas Untuk Perguruan Tinggi*, t.t., hlm. 21.

⁵⁵ Harits Azmi Zanki M.Pd S. Pd, *Penanaman Religious Culture (Budaya Religius) di Lingkungan Madrasah* (Penerbit Adab, 2021).

keagamaan yang lebih luas. Keempat, pengalaman agama merujuk pada momen-momen spiritual yang dialami individu, seperti pengalaman mistis, momen pencerahan, atau hubungan pribadi yang mendalam dengan yang Ilahi.

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Dzulfikri Noor Skripsi, (2023)	Pengaruh literasi keuangan syariah, pengetahuan produk, dan religiusitas terhadap minat menggunakan produk bank syariah.	Berdasarkan pada permasalahan dan tujuan penelitian yang diajukan, maka disimpulkan bahwa Variabel Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan sebesar 28% dengan nilai signifikansi 0,016 terhadap Minat. Variabel Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan signifikan sebesar 39,9% dengan nilai signifikansi 0,001 terhadap Minat. Variabel Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan sebesar 17,3% dengan nilai signifikansi 0,038 terhadap Minat. ⁵⁶
2	Rahmad Suhelmi Skripsi, (2023)	pengaruh religiusitas, pengetahuan dan promosi terhadap	Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa religiusitas berpengaruh terhadap preferensi masyarakat

⁵⁶ DZULFIKRI NOOR, "PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, PENGETAHUAN PRODUK, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH (Studi Pada Pengajar dan Santri Pesantren Al-Amanah Al Gontory)" (Skripsi, UIN syarif hidayatullah Jakarta, 2023).

		preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah	menggunakan produk perbankan, Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan. Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan Berdasarkan uji F dapat dilihat bahwa religiusitas, pengetahuan, dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan. ⁵⁷
3	Mayogi Arraffi, DKK Jurnal Manajemen Dan Sains (2022)	Peran Religiusitas dalam memoderasi persepsi, preferensi dan pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.	Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti maka dapat disimpulkan, bahwa persepsi berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah, tetapi preferensi dan pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah. Kemudian religiusitas dapat memoderasi persepsi terhadap minat menjadi nasabah, sedangkan religiusitas tidak dapat memoderasi preferensi dan pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah.
4	Widda Laila Qotrunnada Skripsi, (2021)	pengaruh layanan m-banking syariah, religiusitas dan pengetahuan	pengaruh layanan M-Banking syariah, Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah terhadap preferensi

⁵⁷ Rahmad Suhelmi, "Pengaruh RELigiusitas, Pengetahuan dan Promosi terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah" (Skripsi, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Psp, 2023).

		perbankan syariah terhadap preferensi menabung masyarakat di bank syariah.	menabung masyarakat di bank syariah dapat disimpulkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai $47.925 > 2.85$ dan nilai probabilitas value atau taraf signifikan adalah $0,000 < 98\ 0,05$. Sehingga hasil uji hipotesisnya yaitu H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel layanan M-Banking syariah (X_1), Religiusitas (X_2) dan Pengetahuan Perbankan Syariah (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap preferensi menabung masyarakat di bank syariah (Y).
5	Ulfa Zahiyatul Muna Skripsi, (2020)	Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah.	Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah pada BSM, BNI Syariah dan BRI Syariah. Bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah pada BSM, BNI Syariah dan BRI Syariah. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah pada BSM, BNI Syariah dan BRI Syariah.
6	Dwi Nuryani Skripsi Uinsalatiga (2019)	Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Santri Terhadap Minat Memilih	menunjukkan bahwa pertama variabel religiusitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat memilih

		Produk Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. (Studi Kasus Pondok Pesantren Al Munawwir, Krapyak, Yogyakarta)	produk sedangkan variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memilih produk bank syariah dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. Kata kunci: Religiusitas Santri, Pengetahuan, Kepercayaan, Minat dan Produk Bank Syariah.
--	--	--	--

Penelitian ini meneliti pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang juga memperhatikan hubungan antara faktor-faktor tersebut dengan pilihan penggunaan produk perbankan syariah. Berikut penelitian terdahulu penelitian ini:

1. Penelitian Dzulfikri Noor (2023) memiliki persamaan, yaitu memperhatikan pengaruh literasi keuangan syariah, pengetahuan produk, dan religiusitas terhadap minat menggunakan produk bank syariah. Perbedaannya, lebih fokus pada literasi keuangan syariah dan pengetahuan produk, serta mengevaluasi minat menggunakan produk bank syariah.
2. Penelitian Rahmad Suhelmi (2023) memiliki persamaan, yaitu menyelidiki pengaruh religiusitas dan pengetahuan terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah. Perbedaannya, menambahkan variabel promosi dalam penelitian.
3. Penelitian Mayogi Arraffi, dkk (2022) memiliki persamaan, yaitu mengkaji pengaruh religiusitas terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

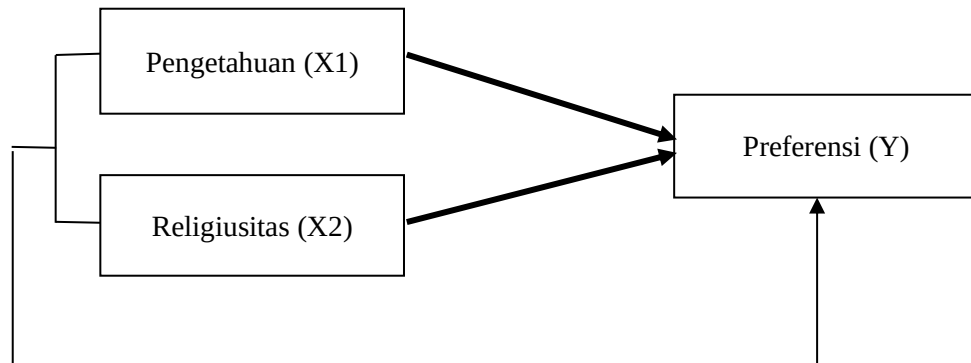
Perbedaannya, memfokuskan pada peran religiusitas dalam memoderasi persepsi, preferensi, dan pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah.

4. Penelitian Widda Laila Qotrunnada (2021) memiliki persamaan, yaitu mempelajari pengaruh layanan m-banking syariah, religiusitas, dan pengetahuan perbankan syariah terhadap preferensi menabung di bank syariah. Perbedaannya, menyertakan variabel layanan m-banking syariah dalam penelitian.
5. Ulfa Zahiyatul Muna (2020) memiliki persamaan, yaitu mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah, termasuk pengaruh produk dan religiusitas. Perbedaannya, lebih fokus pada keputusan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan syariah daripada preferensi penggunaan produk perbankan syariah.
6. Penelitian Dwi Nuryani (2019) memiliki persamaan, yaitu mengamati pengaruh religiusitas dan pengetahuan terhadap minat memilih produk bank syariah. Perbedaan: Menyertakan variabel kepercayaan sebagai variabel intervening dalam hubungan antara religiusitas, pengetahuan, dan minat memilih produk bank syariah.

C. Kerangka Pikir

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan penjabaran teori tentang masing-masing variabel, struktur penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

Gambar 1
Kerangka Pikir



Keterangan:

—————> : Secara Parsial
 —————> : Secara Simultan

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- H_{a1}: Terdapat pengaruh pengetahuan terhadap preferensi menggunakan produk bank syariah.
- H_{a2}: Terdapat pengaruh religiusitas terhadap preferensi menggunakan produk bank syariah.
- H_{a3}: Terdapat pengaruh pengetahuan dan religiusitas secara simultan terhadap preferensi menggunakan produk bank syariah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dimulai 2023 sampai Agustus 2024. Lokasi penelitian yang diambil di Masyarakat Kelurahan Ujung Padang, Kecamatan Padangsidempuan Selatan, Kota Padangsidempuan.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah cara untuk menguji teori tertentu dengan memeriksa hubungan antar variabel. Karena variabel-variabel ini diukur (biasanya menggunakan alat survei), teknik statistik dapat digunakan untuk menganalisis data numerik. Sesuai dengan namanya penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap angka, serta penampilan dari hasilnya.¹

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.² Populasi bukan hanya orang atau makhluk hidup, tetapi juga

¹Musfira et al, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2022, hlm 3.

²Muhammad Muhyi, *Metodologi Penelitian* (Surabaya: Adi Buana University Press, 2018), hlm. 41.

benda-benda alam lainnya.⁶⁰ Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Kelurahan Ujung Padang berjumlah 10.980 Orang. Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih menjadi objek dalam penelitian. Sampel merupakan objek yang dapat mewakili jumlah dari populasi. Nilai atau karakteristik yang terdapat pada sampel disebut statistik. Sebuah penelitian memerlukan sampel apabila populasi pada penelitian tersebut berukuran besar, sehingga dapat menghemat biaya, tenaga dan waktu.⁶¹ Untuk menentukan sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin, yaitu:

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

Keterangan:

n = Jumlah nasabah sampel

N = Jumlah nasabah populasi

e = error level (tingkat kesalahan senilai 10%)

Adapun uraian perhitungan sampel penelitian sebagai berikut:

$$N = 10.980$$

$$e = \text{tingkat kesalahan } 10\%$$

$$n = \frac{10,980}{10,980, 0.1^2 + 1}$$

$$n = \frac{10,980}{110,8}$$

$$n = 99,09$$

$$n = 101$$

⁶⁰Sandu Siyoto and dan Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, 2015, hlm 63.

⁶¹Zainatul Mufarrikoh, *Statistika Pendidikan* (Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2020), hlm. 34.

Berdasarkan rumus diatas, jumlah sampel yang akan diteliti oleh peneliti sebanyak 101 orang

Teknik Sampling adalah proses seleksi dalam kegiatan observasi. Proses seleksi yang dimaksud disini adalah proses untuk mendapatkan sampel. Sampling acak sederhana adalah proses sampling yang dilakukan sedemikian rupa sehingga satuan sampling yang ada dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih kedalam sampel. Teknik pengambilan sampel diantaranya :

1. Probability sampling Merupakan teknik penarikan sampel, dimana setiap elemen diberi kesempatan yang sama dan persis sama untuk di ikutkan dalam sampel
2. Non probability sampling cara ini dilakukan bila tidak mungkin diperoleh daftar yang lengkap dari populasi peneliti, sehingga tidak terdapat kesempatan pada anggota populasi lain.

D. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber dan hasil penelitian yang dilakukan di lapangan.⁶² Pada penelitian ini digunakan data yang bersifat primer. Data primer yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dengan secara langsung dari lapangan melalui penelitian baik dengan wawancara atau observasi maupun kuesioner.⁶³

⁶²A Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta Kencana, 2014), hlm. 85.

⁶³V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), Hal 73.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh oleh peneliti dari berbagai sumber yang telah ada sebelumnya. Data ini diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal dan lainnya.⁶⁴

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara adalah salah satu kaedah mengumpulkan data yang paling biasa digunakan dalam penelitian sosial. Kaedah ini digunakan ketika subjek kajian (responden) dan peneliti berada langsung bertatap muka dalam proses mendapatkan informasi bagi keperluan data primer.⁶⁵
2. Dokumentasi merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis maupun gambar (foto) yang semuanya itu memberikan informasi bagi proses penelitian.⁶⁶
3. Kuisioner atau Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain agar bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan penggunaan. Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir jika responden memberikan jawaban.⁶⁷ Pernyataan dalam kuisioner dibuat dengan skala 1-5 untuk mewakili pendapat dari responden. Nilai untuk skala yang digunakan untuk menilai isi kuesioner merupakan skala likert.

⁶⁴Enny Radjab Jama'ah, *Metode Penelitian Bisnis* (Makassar, 2017), hlm. 110.

⁶⁵Muhyi, *Metodologi Penelitian*, hlm. 52-54.

⁶⁶Natalina Nilamsari, *Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif*, 2014, hlm. 81.

⁶⁷Boedi Abdullah Dan dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*, 2014, hlm. 215.

Tabel III.1
Skala *Likert*

Skala <i>Likert</i>	Nilai Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Adapun kisi-kisi angket variabel dalam penelitian ini yaitu:

Tabel IV.1
Kisi-Kisi Angket Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Kisi-Kisi Angket
Preferensi	1. Keuntungan Relatif 2. Keterbukaan Informasi 3. Kompatibilitas 4. Kompleksitas 5. Triabilitas	1, 2, 3, 4, 5
Pengetahuan	1. <i>Analytical thinking</i> (AT) 2. <i>Conceptual thinking</i> (CT) 3. <i>Expertise</i> (EXP)	1, 2, 3, 4, 5
Religiusitas	1. Keyakinan agama 2. Praktek agama 3. Pengetahuan agama 4. Pengalaman agama	1, 2, 3, 4, 5

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui sah atau tidaknya suatu pernyataan pada angket/kuesioner. Angket merupakan pernyataan yang dibuat sendiri oleh peneliti sehingga kevalidannya sangat

perlu diuji untuk mengetahui apakah mampu atau tidak angket tersebut mengukur objek yang ingin diukur. Data yang valid dapat diketahui bila:

- a. Jika hasil rhitung $>$ dari rtabel, maka pernyataan tersebut dikatakan valid.
- b. Jika hasil rhitung $<$ dari rtabel, maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid.⁶⁸

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Pengujiannya dapat dilakukan secara manual atau dengan komputer, misalnya dengan SPSS, selanjutnya dilihat nilai signifikannya pada masing-masing korelasi.

Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji dua sisi dengan taraf yang signifikan (0,1). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai rhitung dengan nilai rtabel untuk degree of freedom (df) = $n-2$, dengan n merupakan jumlah sampel. Berikut adalah merupakan kriteria pengujian yang dilakukan:⁶⁹

Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ (uji dua sisi dengan signifikan 0,1) maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total maka hasil dinyatakan valid. Jika $r_{tabel} > r_{hitung}$ (uji dua sisi dengan signifikan 0,1) maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total maka hasil dinyatakan tidak valid.

⁶⁸Tatang Ary Gumanti, Yunidar, dan Syahrudin, *Metode Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), hal. 157.

⁶⁹Firdaus, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Riau: Dotplus Publisher, 2021), hlm. 27.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel tertentu.⁷⁰

Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung Cronbach's Alpha dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel. Instrumen yang dipakai dikatakan andal jika memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$, dan jika nilai cronbach's Alpha $< 0,06$ maka intrumen yang dipakai dalam penelitian ini dapat dikatakan tidak reliable.⁷¹

3. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah proses pengolahan data untuk mendiskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi. Analisis deskriptif meliputi penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, perhitungan modus, median, mean, dan perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar devisi.⁷² Hal ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan dari sampel yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil dari populasi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas adalah uji yang

⁷⁰Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014).

⁷¹Syofian Siregar, hlm. 90.

⁷²Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 206-207.

dilakukan untuk melihat nilai residual tersalurkan secara normal atau tidak. Jadi uji normalitas tidak dilakukan pada masing-masing variabel melainkan pada nilai residualnya.⁷³

Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan SPSS versi 23 dengan melihat One-Sample Kolmogorov-Smirnov. Model regresi yang baik hendaknya memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat taraf signifikan 10% atau 0,1. Apabila pada hasil Uji Kolmogorov-Smirnov nilai Asymp. Sig (2 tailed) lebih besar dari tingkat signifikan atau 0,1 ($\alpha = 10\%$) maka data berdistribusi normal.⁷⁴

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,1$ maka berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,1$ maka berasal dari populasi yang berdistribusi tidak normal.

5. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana dua atau lebih variabel bebas saling berkorelasi. Uji multikolinearitas adalah untuk melihat apakah terdapat hubungan antara variabel independen dalam suatu model analisis regresi berganda.⁷⁵ Untuk mengetahui apakah terdapat

⁷³Getut Pramesti, *Statistika Lengkap Secara Teori dan Aplikasi dengan SPSS 23* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2016), hlm. 67.

⁷⁴Getut Pramesti, hlm. 67.

⁷⁵Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2015), hlm. 177.

multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor).

- 1) Nilai Tolerance Kriteria pengujian multikolinearitas dapat dilihat dengan menggunakan nilai tolerance $> 0,1$ (10%) menunjukkan bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas. Apabila nilai tolerance $< 0,1$ (10%) menunjukkan bahwa model regresi terdapat multikolinearitas.
- 2) VIF (Variance Inflation Factor) Apabila nilai VIF < 10 mengindikasikan bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas dan apabila nilai VIF > 10 mengindikasikan bahwa model regresi memiliki multikolinearitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas. Kriteria pengujiannya yaitu apabila signifikan dari Unstandardized Residual $< 0,1$ maka persamaan regresi tersebut mengandung heteroskedastisitas. Namun, apabila signifikan hasil korelasinya $> 0,1$ maka persamaan regresi tersebut tidak mengandung heteroskedastisitas.⁷⁶

⁷⁶Duwi Priyatno, *SPSS 22.00 Pengolah Data Praktis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 108.

3. Uji Hipotesis

1) Uji Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Pengujian hipotesis secara parsial untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel terikat. Pengujian secara parsial disebut dengan uji t dilakukan dengan membandingkan nilai thitung dengan ttabel pengujian hipotesis yang dilakukan dalam uji ini adalah:⁷⁷

- a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak.
- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_o diterima.

2) Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Ketentuan dalam uji f adalah: jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka artinya terjadi pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3) Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (variabel terikat).

⁷⁷Duwi Priyatno, *SPSS 22.00 Pengolah Data Praktis*.

Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0-1. Nilai koefisien determinasi yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel bebas (independen) dalam menjelaskan variabel dependen (variabel terikat) sangat terbatas. sebaliknya, nilai koefisien determinasi yang besar dan mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.⁷⁸

4) Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi sebagai teknik atau analisa statistik bertujuan untuk menjelaskan hubungan statistik antara dua variabel atau lebih. Oleh karena itu analisis ini digunakan untuk menguji ketergantungan antara variabel tidak bebas (dependent) terhadap satu atau lebih variabel (independent). Jika jumlah variabel bebas paling sedikit dua variabel, maka akan dilakukan regresi linear berganda. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent yaitu pengetahuan (X1), religiusitas (X2) preferensi (Y), persamaan regresi yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen

α = konstanta

⁷⁸Slamat Riyanto dan Aglis Andhita, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen* (Yogyakarta: Budi Utama, 2020), hlm. 141.

$b_1 b_2$ = koefisien Regresi

$X_1 X_2$ = variabel independen

e = Standard Error

$$Pr = \alpha + b_1Pe + b_2Re + e$$

Keterangan :

Pr = Preferensi

α = konstanta

b_1 = koefisien untuk variabel pengetahuan

b_2 = koefisien untuk variabel religiusitas

e = standar error

Pe = Pengetahuan

Re = Religiusitas

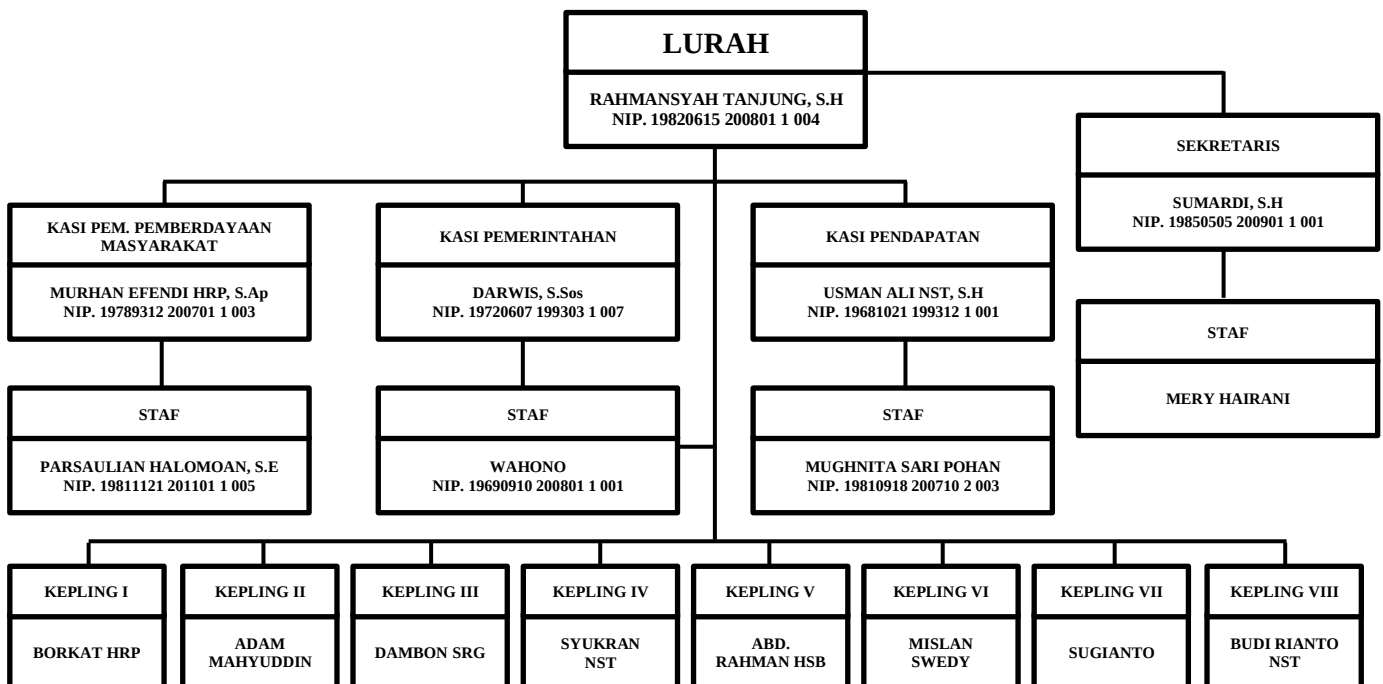
BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Kelurahan Ujung Padang adalah salah satu kelurahan di Kecamatan Padangsidempuan Selatan, Padang Sidempuan, Sumatera Utara, Indonesia, Kode BPS : 1277020004, Kode Kemendagri : 12.77.02.1005, Luas wilayah 92 HA yang mempunyai 8 lingkungan, jumlah penduduknya mencapai 10.980, Kelurahan Ujung Padang merupakan salah satu mayoritas Islam di Kecamatan Padangsidempuan Selatan, dan dapat dilihat dari data penduduknya Kelurahan Ujung Padang adalah agamanya islam. Adapun bagan struktur organisasi di Kelurahan Ujung Padang adalah:¹

STRUKTUR ORGANISASI KELURAHAN UJUNG PADANG



¹ Sumber Dari Kelurahan Ujung Padang

B. Visi dan Misi Kelurahan Ujung Padang

a. Visi

Berkarakter, bersih, aman dan sejahtera

b. Misi

Meningkatkan sumber daya manusia yang religius, cerdas, bermoral, dan berbudaya dengan pemanfaatan iman dan taqwa, menyediakan dan meningkatkan kuantitas dan kualitas sarana dan prasarana kesehatan untuk terwujudnya masyarakat yang sehat dan sejahtera.

C. Hasil Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah item angket yang digunakan valid atau tidak. Angket dinyatakan valid jika pertanyaan pada angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut. Dalam hal ini peneliti telah menyebarkan 101 angket kepada 101 responden dengan tingkat signifikan 10 % sehingga diperoleh rtabel sebesar 0,1646. Berikut tabel yang menunjukkan nilai signifikansi untuk masing-masing soal.

Tabel IV.1 Pengetahuan (X1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,624	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 101 - 2 = 99$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1646$	Valid
X1.2	0,766		Valid
X1.3	0,704		Valid
X1.4	0,782		Valid
X1.5	0,378		Valid
X1.6	0,621		Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji validasi pada variabel X1 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel X1 dinyatakan valid.

Tabel IV.2 Religiusitas (X2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,482	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 101 - 2 = 99$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1646$	Valid
X2.2	0,558		Valid
X2.3	0,584		Valid
X2.4	0,557		Valid
X2.5	0,486		Valid
X2.6	0,541		Valid
X2.7	0,648		
X2.8	0,380		

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji validasi pada variabel X2 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel X2 dinyatakan valid.

Tabel IV.3 Preferensi (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,560	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 101 - 2 = 99$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1646$	Valid
Y.2	0,506		Valid
Y.3	0,414		Valid
Y.4	0,458		Valid
Y.5	0,291		Valid
Y.6	0,564		Valid
Y.7	0,581		
Y.8	0,442		
Y.9	0,379		
Y.10	0,197		

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji validasi pada variabel Y menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel Y dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dari variabel preferensi, pengetahuan dan religiusitas penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel IV.4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
X1	0,705	Reliabel
X2	0,625	Reliabel
Y	0,715	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Dari hasil uji reliabilitas diatas dapat dikatakan reliabel, jika nilai *Cronbach's Alpha* $>0,60$. Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa variabel dinyatakan reliabel karena telah melewati batas koefisien reliabilitas sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel layak digunakan sebagai alat ukur.

3. Hasil Uji Deskriptif

Hasil uji deskriptif dari variabel prefrensi, pengetahuan dan religiusitas penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel IV.5 Hasil Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan	101	17	30	23.53	3.058
Religiusitas	101	26	38	32.23	2.404
Preferensi	101	35	47	40.86	2.898

Valid N (listwise)	101				
-----------------------	-----	--	--	--	--

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Dari data diatas dapat dilihat bahwa nilai minimum yang terletak pada variabel X_1 yaitu 17, dan nilai maximum 30, sedangkan nilai mean yaitu 23,52 dan nilai Std. Deviation 3,058. Pada variabel X_2 nilai minimum yaitu 26, nilai maximum 38, nilai mean yaitu 32,23 dan nilai Std. Deviation 2,404. Dan pada variabel Y nilai minimum yaitu 35, nilai maximum 47, nilai mean yaitu 40,86 dan nilai Std. Deviation 2,898.

4. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.6 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		101
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.74237234
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.058
	Negative	-.050
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel IV.6 di atas menunjukkan nilai *kolmogrov-Smirnov* adalah sebesar 0,200 yang mengindikasikan bahwa berdistribusi normal karena tingkat signifikansinya (*asymp. Sig. 2-tailed*)

sebesar $0,200 > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah “jika nilai *variance inflation factor* (vif) < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,01$.

Tabel IV.7 Hasil Uji Multikolinearitas

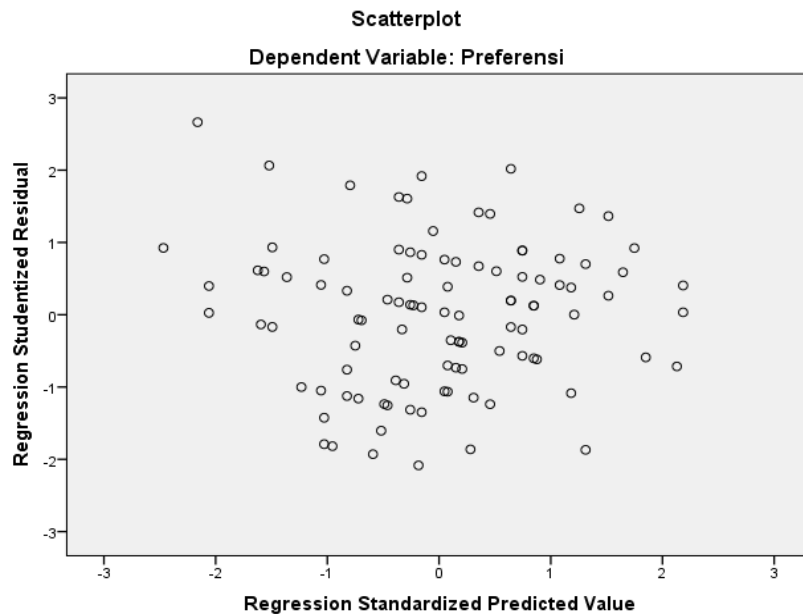
Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.956	1.046
	X2	.956	1.046
a. Dependent Variable: Y			

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel IV.7 diatas menunjukkan bahwa nilai VIF untuk X1 dan X2 sebesar $1,046 < 10$, dan nilai tolerance pada variabel X1 dan X2 yaitu $0,956 > 0,01$ Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa pada hasil uji tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

b. Uji Heterokedastisitas

Gambar IV.1 Heterokedastisitas



Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas pada gambar IV.1 diatas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Tabel IV.8 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	36.566	3.972		9.205	.000
	Pengetahuan	.314	.093	.331	3.385	.001
	Religiusitas	.196	.118	.079	1.812	.004
a. Dependent Variable: Preferensi						

sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Dari hasil uji parsial diatas, dapat dilihat pengaruh variabel X1 dan X2 terhadap Y dimana nilai t_{tabel} yang diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $101 - 2 - 1 = 98$ sebesar 1,66 yaitu:

- 1) Berdasarkan hasil uji parsial di atas dapat dilihat bahwa $t_{hitung} X1 = 3,385 > t_{tabel} = 1,66$. Selanjutnya, berdasarkan nilai sig. Variabel Pengetahuan memiliki nilai sig. $< 0,00$ ($0,00 < 0,1$) jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial Pengetahuan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Preferensi.
- 2) Berdasarkan hasil uji parsial di atas dapat dilihat bahwa $t_{hitung} X2 = 1,812 > t_{tabel} = 1,66$. Selanjutnya, berdasarkan nilai sig. Variabel Religiusitas memiliki nilai sig. $< 0,01$ ($0,00 < 0,01$) jadi dapat disimpulkan secara parsial Religiusitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Preferensi.

b. Uji Simultan (Uji F)

Tabel IV.9 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	87.999	2	43.999	5.734	.004 ^b
	Residual	752.061	98	7.674		
	Total	840.059	100			
a. Dependent Variable: Preferensi						
b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan						

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV.9 diatas diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 5,734 sedangkan F_{tabel} diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$ atau $101 - 2 - 1 = 98$ yaitu sebesar 2,36 dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($5,734 > 2,36$). Selanjutnya, untuk nilai

sig. sebesar 0,00 sehingga nilai sig. < 0,01 (0,00<0,01) jadi dapat disimpulkan Pengetahuan dan Religiusitas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Preferensi.

7. Uji Koefisien Determinasi

Tabel IV.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.624 ^a	.405	.386	2.770
a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan				
b. Dependent Variable: Preferensi				

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel hasil koefisien determinasi diatas dapat dilihat bahwa nilai R^2 sebesar 0,405 artinya Pengetahuan dan Religiusitas mampu mempengaruhi Preferensi sebesar 40,5% sedangkan sisanya 59,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

8. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel IV.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	36.566	3.972		9.205	.000
	Pengetahuan	.314	.093	.331	3.385	.001
	Religiusitas	.196	.118	.079	1.812	.004
a. Dependent Variable: Preferensi						

Sumber: Data diolah dengan SPSS Versi 23

Dari data uji hasil regresi linear berganda diatas, maka persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Pr = 36,566 + 0,314Pe + 0,196Re + 3,972$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diartikan bahwa:

- a. Nilai konstanta sebesar 36,566 artinya jika variabel Pengetahuan (Pe) dan Religiusitas (Re) bernilai 0, maka Preferensi (Pr) nilainya 36,566.
- b. Koefisien Pengetahuan (Pe) sebesar 0,314 artinya apabila variabel Pengetahuan (Pe) ditambah 1 satuan maka variabel Preferensi (Pr) naik sebesar 31,4%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Pengetahuan (Pe) dengan Preferensi (Pr).
- c. Koefisien Religiusitas (Re) sebesar 0,196 artinya apabila variabel Religiusitas (Re) ditambah 1 satuan maka variabel Preferensi (Pr) naik sebesar 19,6%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara Religiusitas (Re) dengan Preferensi (Pr).

D. Pembahasan Penelitian

Hasil penelitian yang peneliti uji dari judul “Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Preferensi Masyarakat Ujung Padang Menggunakan Produk Perbankan Syariah”, dengan jumlah responden 101. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan dan Religiusitas mampu mempengaruhi Preferensi sebesar 40,5% sedangkan sisanya 59,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Hasil penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Preferensi Masyarakat Ujung Padang. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan program SPSS Versi 23 maka pembahasan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Pengetahuan terhadap Preferensi Masyarakat

Pengetahuan mengenai produk dan jasa perbankan syariah memainkan peran penting dalam mempengaruhi preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah. Pengetahuan yang tinggi tentang produk perbankan syariah cenderung memilih menggunakan produk perbankan syariah.

Berdasarkan hasil uji parsial dalam penelitian ini diketahui bahwa t_{hitung} $X_1 = 3,385 > t_{tabel} = 1,66$. Selanjutnya, berdasarkan nilai sig. Variabel Pengetahuan memiliki nilai sig. $< 0,1$ ($0,00 < 0,1$) jadi dapat disimpulkan secara parsial Pengetahuan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Preferensi.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Dzulfikri Noor (2023) yang menyatakan bahwa Variabel Pengetahuan Produk berpengaruh positif dan signifikan sebesar 39,9% dengan nilai signifikansi 0,001 terhadap Minat.

Berdasarkan hasil observasi menunjukkan bahwa pengetahuan yang dimiliki masyarakat ujung padang rendah cenderung ragu untuk beralih dari bank konvensional. Kurangnya informasi lengkap dan kesulitan dalam memahami serta memanfaatkan produk syariah menyebabkan masyarakat tetap bertahan dengan bank konvensional. Pengetahuan konsumen memainkan peran penting dalam membentuk preferensi terhadap produk dan jasa pada perbankan syariah.

2. Pengaruh Religiusitas terhadap Preferensi Masyarakat

Faktor religiusitas dapat mempengaruhi preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah. Religiusitas adalah ketertarikan dan ketaatan seseorang terhadap ajaran agama agamanya dan diaktualisasikan lewat perilaku dalam kehidupannya sesuai yang diperintahkan agamanya, Individu yang religius tidak hanya sebatas mengetahui segala perintah dan larangan agamanya, akan tetapi mentaati dan melaksanakan segala perintah agama.⁸⁰ Religiusitas, atau tingkat kesadaran dan komitmen seseorang terhadap ajaran agama Islam, juga sangat berpengaruh terhadap preferensi masyarakat. Masyarakat yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih memilih produk perbankan syariah karena merasa lebih sesuai dengan keyakinan dan nilai-nilai agama Islam. semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin mendorong pengaruh pengetahuan terhadap preferensi menggunakan produk bank syariah.⁸¹

Berdasarkan hasil uji parsial dalam penelitian ini diketahui bahwa t_{hitung} $X^2 = 1,812 > t_{tabel} = 1,66$. Selanjutnya, berdasarkan nilai sig. Variabel Religiusitas memiliki nilai sig. $< 0,1$ ($0,00 < 0,1$) jadi dapat disimpulkan secara parsial Religiusitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Preferensi.

⁸⁰Alwi, *Perkembangan Religiusitas Remaja*, hlm. 2.

⁸¹Sri Rokhani dan Ahmad Nurkhin, "Pengaruh Pengetahuan dan Karakteristik Bank Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi," *Business and Accounting Education Journal* 2, no. 2 (31 Agustus 2021): 235–43, <https://doi.org/10.15294/baej.v2i2.50651>.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Rahmad Suhelmi (2023) yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan.

Berdasarkan hasil observasi menunjukkan bahwa religiusitas yang tinggi cenderung mendorong penggunaan produk syariah. Namun, ditemukan bahwa beberapa responden, meskipun memiliki keyakinan agama yang kuat, masih kurang memahami produk perbankan syariah. sehingga hal ini dapat menghambat responden tersebut dalam membuat keputusan yang tepat. Sebagai hasilnya, tingkat religiusitas yang tinggi tidak selalu secara langsung menghasilkan preferensi yang konsisten terhadap produk bank syariah, terutama jika pengetahuan mereka tentang produk tersebut masih terbatas.

3. Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Preferensi Masyarakat

Berdasarkan hasil uji Secara simultan dalam penelitian ini diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 5,734 sedangkan F_{tabel} diperoleh dari rumus $df=n-k-1$ atau $101-2-1=98$ yaitu sebesar 2,36 dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($5,734 > 2,36$). Selanjutnya, untuk nilai sig. sebesar 0,1 sehingga nilai sig. $< 0,1$ ($0,00 < 0,1$) jadi dapat disimpulkan Pengetahuan dan Religiusitas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Preferensi.

Hasil uji yang didapat dari uji regresi linear berganda ditunjukkan dengan nilai koefisien Pengetahuan dan Religiusitas regresinya yang bernilai positif, selanjutnya hasil pengujian determinasi dapat diketahui dari tabel R square dengan hasil yang diperoleh adalah 0,405 dengan persentase sebesar

40,5%. Hal ini memiliki tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Preferensi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas merupakan suatu elemen yang dapat mempengaruhi Preferensi Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah.

E. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan berdasarkan metodologi penelitian yang telah ditetapkan. Namun penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Dan keterbatasan yang memungkinkan dapat mempengaruhi hasil penelitian. Adapun keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

- 1) penggunaan variabel yaitu peneliti hanya meneliti pengetahuan dan religiusitas terhadap preferensi masyarakat. Sedangkan masih banyak variabel-variabel lain yang menjadi faktor penentu preferensi masyarakat desa Sialogo menggunakan produk perbankan.
- 2) keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna dari penelitian ini. Akhirnya dengan segala kerja keras serta usaha dan bantuan dari semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga kedepannya peneliti selanjutnya lebih disempurnakan lagi dan lebih baik lagi penelitiannya.

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai judul “Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Preferensi Masyarakat Ujung Padang Menggunakan Produk Perbankan Syariah” dapat ditarik kesimpulan yaitu:

1. Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah.
2. Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa religiusitas berpengaruh terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah.
3. Berdasarkan uji F dapat dilihat bahwa pengetahuan dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah.

2. Implikasi

Berdasarkan penjelasan dan kesimpulan yang telah diuraikan menyatakan bahwa variabel Pengetahuan dan Religiusitas dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap Preferensi Masyarakat Menggunakan Produk Perbankan Syariah, pihak bank diuntungkan karena semakin banyak nasabah mempercayai produk pada bank tersebut maka semakin optimal profit yang diterima. Bagi pihak bank Pengetahuan dan Religiusitas pada Produk Perbankan Syariah dapat dijadikan manajemen sebagai bahan evaluasi Produk.

3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat yang belum menggunakan produk Bank Syariah agar menggunakan produk Bank Syariah karena hal itu penting untuk mendapatkan keuntungan dunia akhirat serta menjauhkan diri dari riba.
2. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya tidak terpaku pada kedua faktor dalam penelitian ini yaitu faktor religiusitas dan pengetahuan namun peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah faktor faktor lain yang mungkin dapat mempengaruhi preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan. Penelitian ini juga memiliki berbagai keterbatasan salah satunya dalam mendapatkan sumber buku sebagai referensi oleh karena itu di harapkan kepada peneliti berikutnya untuk menambahkan buku agar lebih baik hasil penelitiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Wahab, Noor Azizah, Mohd Makmor Bakry, Mahadir Ahmad, Zaswiza Mohamad Noor, dan Adliah Mhd Ali. "Exploring Culture, Religiosity and Spirituality Influence on Antihypertensive Medication Adherence Among Specialised Population: A Qualitative Ethnographic Approach." *Patient Preference and Adherence* Volume 15 (Oktober 2021): hlm. 2249-2265. <https://doi.org/10.2147/PPA.S319469>.
- . "Exploring Culture, Religiosity and Spirituality Influence on Antihypertensive Medication Adherence Among Specialised Population: A Qualitative Ethnographic Approach." *Patient Preference and Adherence* Volume 15 (Oktober 2021): 2249–65. <https://doi.org/10.2147/PPA.S319469>.
- Abdullah, Rendy Syaid, dan Wanda Khairun Nasirin. "Types Of Linkages Between Islamic Bank Financing, Interest Rate And Economic Growth Factors: Evidance From Aceh Province With Granger Causality Test." *Al-Bay': Journal of Sharia Economic and Business* 1, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.24952/bay.v1i2.6001>.
- Afkar, Taudlikhul, dan Purwanto Taguh. "Penyaluran Dana Bank Syariah Melalui Pembiayaan Murabahah, Istishna, dan Ijarah Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 02, 7 (2021).
- Al arif, Nurianto. *Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: kencana, 2014.
- Alwi, Said. *Perkembangan Religiusitas Remaja*. Yogyakarta, 2015.
- Anin, Noviyanti. "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Lokasi Perbankan Syariah Terhadap Minat Memilih Produk di Bank Syariah (Studi Pada Guru Sdit At- Taqwa Gumawang, Kab. Oku Timur, Sumatera Selatan)." Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2024.
- Asri, Marwan. *Marketing. Cetakan Kedua*,. Yogyakarta: BPFE Universitas Gadjah Mada, 1990, t.t.
- Bahrul Hayat, Bambang Suryadi. *Religiusitas Konsep, Pengukuran, dan Implementasi di Indonesia*. Jakarta: Bibliosmia Karya Indonesia, 2021.
- Boedi Abdullah Dan dan Beni Ahmad Saebani. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*, 2014.
- Candera, Mister, Nadia Afrilliana, dan Renggawuni Ahdan. "Peran Literasi Keuangan Syariah dalam memoderasi Pengaruh Demografi terhadap Minat

- Menabung Pada Perbankan Syariah.” *Jurnal Manajemen Motivasi* 16, no. 1 (22 Juni 2020): 1. <https://doi.org/10.29406/jmm.v16i1.2069>.
- Duwi Priyatno. *SPSS 22.00 Pengolah Data Praktis*. Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- Dwi Suwiknyo. *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Firdaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Riau: Dotplus Publisher, 2021.
- Getut Pramesti. *Statistika Lengkap Secara Teori dan Aplikasi dengan SPSS 23*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2016.
- Husein Umar. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Depok: Raja Grafindo Persada, 2015.
- Iffah Rosyiana. *Innovative Behavior At Work: Tinjauan Psikologi & Implementasi di Organisasi*. Deepublish: Cv Budi Utama, 2019.
- Isa, Muhammad. *Pengetahuan Persepsi Dan Sikap Pengurus Masjid Terhadap Perbankan Syariah*. Bogor: Bypass, 2019.
- Jama’ah, Enny Radjab. *Metode Penelitian Bisnis*. Makassar, 2017.
- Junaidi. *Peran Agama dan Tingkat Spiritualitas: Keputusan dalam Memilih Bank Syariah di Indonesia*. Epigraf Komunikata Prima, 2022.
- Kasri, Rahmatina. “Islamic Banking in Indonesia: New Perspectives on Monetary and Financial Issues.” *Bulletin of Indonesian Economic Studies* Volume 50, no. 3 (2 September 2015): hlm. 500-502. <https://doi.org/10.1080/00074918.2014.980391>.
- Khaerul, Umam. *Manajemen Perbankan Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Lamseri. Wawancara dengan Ibu Lamseri, 12 Januari 2024.
- M.M, Dr Warsidi. *Strategi Pemasaran Produk Bank Syariah*. Zahir Publishing, 2020.
- Mohajan, Haradhan Kumar. “Knowledge is an Essential Element at Present World.” *International Journal of Publication and Social Studies* Volume 1, no. 1 (2016): hlm 31-53. <https://doi.org/10.18488/journal.135/2016.1.1/135.1.31.53>.
- M.Pd, Harits Azmi Zanki, S. Pd. *Penanaman Religious Culture(Budaya Religius) di Lingkungan Madrasah*. Penerbit Adab, 2021.

- Muhammad Iqbal Fasa, Darmawan dan. *Manajemen Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta: UNY Press, 2020.
- Muhammad Isa. *Pengetahuan Persepsi Dan Sikap Pengurus Masjid Terhadap Perbankan Syariah*. Bogor: Bypass, 2019.
- Muhyi, Muhammad. *Metodologi Penelitian*. Surabaya: Adi Buana University Press, 2018.
- Musfira et al. *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2022.
- Nata, Abuddin. *Metodologi Studi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Nilamsari, Natalina. *Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif*, 2014.
- NOOR, DZULFIKRI. "PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, PENGETAHUAN PRODUK, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH (Studi Pada Pengajar dan Santri Pesantren Al-Amanah Al Gontory)." Skripsi, UIN syarif hidayatullah Jakarta, 2023.
- Nugroho J. Setiadi. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan dan Kegiatan Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Grup, 2019.
- Octaviana, Rukmi Dilla, dan Aditya Reza Ramadhani. "Pengetahuan (Knowledge), Ilmu Pengetahuan (Sains), Filsafat Dan Agama." *Jurnal Tawadhu* Volume 5, no. No. 2 (2021).
- Padang, Kameilina Lora Palik, Junaidi Junaidi, dan Antong Antong. "THE INFLUENCE OF RELIGIUSITY, KNOWLEDGE, AND PROFIT SHARING ON STUDENTS' PREFERENCE ON ISLAMIC BANK." *Jurnal Syarikah : Jurnal Ekonomi Islam* Volume 9, no. No. 2 (22 Desember 2023): hlm. 209-217. <https://doi.org/10.30997/jsei.v9i2.7487>.
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali, 2014.
- Rachmadi, Usman. *Aspek Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, 2012.
- Reza Fadil, Muhammad. "Konsep Preferensi Dalam Alquran: Studi Analisis Kata Khair Pada Ayat-Ayat Alquran." *Jurnal studi Al-qur'an dan Hadis* 3, no. 2, 2019.
- RI, Kementerian Agama. *Al-Quran Tajwid Dan Terjemahan*. Bandung: Al-Qur'an Al Qosbah, 2020.

- Riza, Muhammad. "Analisis Persepsi, Preferensi dan Sikap Teungku Dayah serta Pengaruhnya terhadap Perilaku Menabung di Bank Syariah." *JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM* 4, no. 1 (11 November 2019): 1–19. <https://doi.org/10.32505/v4i1.1247>.
- Rokhani, Sri, dan Ahmad Nurkhin. "Pengaruh Pengetahuan dan Karakteristik Bank Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi." *Business and Accounting Education Journal* 2, no. 2 (31 Agustus 2021): 235–43. <https://doi.org/10.15294/baej.v2i2.50651>.
- Rooney, Bryan J., dan Annabel Ness Evans. *Methods in Psychological Research*. SAGE Publications, 2018.
- Rukiyanto. *Pendidikan Religiusitas Untuk Perguruan Tinggi*, t.t.
- Sandu Siyoto and dan Muhammad Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*, 2015.
- Saptasari, Kunti, dan Hendy Mustiko Aji. "Factors affecting Muslim non-customers to use Islamic bank: Religiosity, knowledge, and perceived quality." *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* Volume 6, no. No. 2 (1 September 2020): 165–80. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol6.iss2.art7>.
- . "Factors affecting Muslim non-customers to use Islamic bank: Religiosity, knowledge, and perceived quality." *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam* 6, no. 2 (1 September 2020): 165–80. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol6.iss2.art7>.
- Sehani, Sehani. "Analisis Persepsi Dan Preferensi Masyarakat Pesantren Terhadap Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Pesantren di Kota Pekanbaru)." *JURNAL AL-IQTISHAD* 13, no. 1 (31 Desember 2017): 1. <https://doi.org/10.24014/jiq.v13i1.4385>.
- Slamat Riyanto dan Aglis Andhita. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, dan Eksperimen*. Yogyakarta: Budi Utama, 2020.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suhelmi, Rahmad. "Pengaruh RELigiusitas, Pengetahuan dan Promosi terhadap preferensi masyarakat menggunakan produk perbankan syariah." Skripsi, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Psp, 2023.
- Sumar'in. *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.

- Sumarwan, Ujang. *Perspektif Perilaku Konsumen Dan Marketing Plan*. Bogor: IPB Press, 2015.
- Supardan, Dadang. *Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial: Perspektif Filosofi dan Kurikulum*. Bumi Aksara, 2022.
- Suzuki, Yasushi, dan Sigit Pramono. *The Growth of Islamic Banking in Indonesia: Theory and Practice*. Routledge, 2020.
- Syofian Siregar. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Tatang Ary Gumanti, Yunidar, dan Syahrudin. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016.
- V. Wiratna Sujarweni. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014.
- Wani'mah. "Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Preferensi Produk-Produk Perbankan Syariah." Skripsi, Purwokerto: IAIN Purwokerto, 2020.
- Wardhana, Aditya. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Cv. Eureka Media Aksara, 2024.
- Yusuf, A Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta Kencana, 2014.
- Zainatul Mufarrikoh. *Statistika Pendidikan*. Surabaya: CV Jakad Media Publishing, 2020.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS PRIBADI

Nama : Mei Saputri Harahap
Nim : 2040100142
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : Dua dari tiga bersaudara
Tempat/Tanggal Lahir : Padangsidempuan, 21 Mei 2002
Alamat : Kota Padangsidempuan, Jln. Melati, Kelurahan Ujung Padang
Email : saputrimei73@gmail.com
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)/ Perbankan Syariah

NAMA ORANG TUA

Nama Ayah : Maulana Harahap
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
Nama Ibu : Sapriana Lubis
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Kota Padangsidempuan, Jln. Melati, Kelurahan Ujung Padang
No. HP : 081262028571

PENDIDIKAN

Tahun 2008-2014 : SD N 4 Padangsidempuan
Tahun 2014-2017 : SMP N 2 Padangsidempuan
Tahun 2017-2020 : SMK N 1 Padangsidempuan
Tahun 2020 : Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

DOKUMENTASI







DATA TABULASI

Pengetahuan (X1)						
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
5	5	4	5	4	5	28
4	5	4	4	4	4	25
4	3	3	2	3	4	19
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	4	5	29
3	5	5	5	4	4	26
3	4	4	4	4	4	23
5	5	4	4	2	2	22
4	4	2	4	4	4	22
3	3	3	2	3	3	17
5	5	5	5	2	5	27
4	4	4	4	4	4	24
5	4	3	4	3	4	23
3	3	3	3	4	2	18
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	5	4	26
4	4	3	4	4	4	23
4	3	4	4	4	4	23
4	3	3	3	4	3	20
5	5	4	4	5	5	28
3	4	3	4	3	4	21
4	5	4	4	5	4	26
4	3	4	4	3	3	21
3	4	3	4	4	3	21
4	4	3	4	3	4	22
4	4	5	4	5	2	24
5	4	4	4	3	3	23
4	4	3	4	4	4	23
3	3	4	4	4	5	23
4	3	3	4	4	3	21
5	5	4	5	4	5	28
4	5	4	4	4	4	25
4	3	3	2	3	4	19

5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	4	5	29
5	5	5	5	2	5	27
4	4	4	4	4	4	24
5	4	3	4	3	4	23
3	3	3	3	4	2	18
4	4	4	4	4	4	24
3	5	5	5	4	4	26
3	4	4	4	4	4	23
5	5	4	4	2	2	22
4	4	2	4	4	4	22
3	3	3	2	3	3	17
4	4	5	4	5	2	24
5	4	4	4	3	3	23
4	4	3	4	4	4	23
3	3	4	4	4	5	23
4	3	3	4	4	3	21
4	4	3	4	4	4	23
3	3	4	4	4	5	23
4	3	3	4	4	3	21
5	5	4	5	4	5	28
4	5	4	4	4	4	25
4	3	3	2	3	4	19
5	5	4	5	4	5	28
4	5	4	4	4	4	25
4	3	3	3	4	3	20
5	5	4	4	5	5	28
3	4	3	4	3	4	21
4	5	4	4	5	4	26
5	5	4	4	2	2	22
4	4	2	4	4	4	22
3	3	3	2	3	3	17
5	5	5	5	2	5	27
4	4	4	4	4	4	24
5	4	3	4	3	4	23
4	4	5	4	5	4	26

4	4	3	4	4	4	23
4	3	4	4	4	4	23
4	3	3	3	4	3	20
5	5	4	4	5	5	28
3	4	3	4	3	4	21
4	5	4	4	5	4	26
4	3	4	4	3	3	21
3	4	3	4	4	3	21
4	4	3	4	3	4	22
4	4	5	4	5	2	24
5	4	4	4	3	3	23
4	4	3	4	4	4	23
3	3	4	4	4	5	23
2	2	2	4	5	2	17
5	5	2	5	4	4	25
4	4	4	4	5	5	26
5	4	5	4	4	5	27
4	4	4	4	5	2	23
4	4	4	4	2	5	23
5	5	4	5	2	5	26
5	5	5	4	5	2	26
5	4	5	5	5	5	29
4	4	4	5	5	4	26
4	4	4	4	5	5	26
5	4	5	5	5	3	27
4	5	4	4	4	5	26
3	4	3	4	3	3	20
4	3	3	4	3	3	20
4	5	4	5	3	5	26
3	4	3	3	3	4	20
4	4	4	3	3	3	21
4	4	4	4	4	4	24

Religiusitas (X2)								
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL
5	5	4	4	4	4	4	4	34
5	5	4	4	4	4	5	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	3	4	5	32
5	4	3	3	5	3	5	5	33
5	4	4	4	4	5	4	4	34
4	4	4	3	3	4	4	4	30
3	4	4	5	4	5	4	2	31
4	3	4	3	4	4	4	3	29
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	5	5	4	4	4	36
5	4	3	4	4	4	4	5	33
4	3	4	4	4	2	3	5	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	4	4	5	4	5	4	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	4	5	4	5	5	36
5	4	3	5	3	4	5	5	34
4	4	4	4	5	4	4	5	34
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	4	5	5	4	4	5	5	36
4	3	4	4	4	4	4	5	32
4	4	3	4	4	4	4	5	32
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	4	4	4	4	4	4	5	33
5	4	4	4	4	4	4	5	34
4	4	5	4	4	5	4	4	34
5	5	4	4	3	4	5	5	35
4	4	4	5	5	4	5	5	36
4	4	3	4	4	4	5	5	33
4	4	3	4	5	3	4	5	32

4	4	4	5	4	4	4	5	34
4	4	4	4	4	4	4	5	33
5	5	4	5	5	3	5	5	37
4	4	3	3	3	2	4	4	27
4	3	3	4	4	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	5	4	4	4	4	4	5	34
5	4	4	5	4	3	5	5	35
4	4	4	4	3	3	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	5	33
5	4	3	4	4	3	4	4	31
4	4	4	3	5	3	4	4	31
3	3	2	4	3	4	3	4	26
4	3	3	3	3	3	3	4	26
3	4	3	3	2	4	4	4	27
4	4	4	4	4	3	4	4	31
4	4	4	4	4	3	4	5	32
4	4	3	4	4	4	5	4	32
4	4	2	3	4	3	4	5	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	4	5	4	4	4	34
4	4	3	4	4	4	4	5	32
3	4	3	3	3	3	3	4	26
4	5	4	5	4	5	4	4	35
5	3	4	5	4	4	5	4	34
4	4	4	3	5	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	4	4	3	5	4	34
4	4	3	4	3	4	4	4	30
5	4	4	4	4	4	5	4	34
5	5	4	4	5	4	4	4	35
4	4	4	5	4	5	4	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	3	3	4	3	4	5	30
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	4	3	3	4	3	4	4	29

Preferensi (Y)									
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10
4	4	5	4	5	5	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	5	4	3	4	4	3	4	4
4	5	4	5	5	5	5	5	3	3
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
5	4	5	4	2	5	5	4	4	4
5	4	4	5	3	4	3	4	4	5
3	4	4	3	5	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	2	2	4	3	4
4	5	4	4	4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	4	4	5	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	5	4	5	5	4	4	5
3	4	4	3	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
5	5	5	5	3	3	3	4	3	5
3	3	4	3	5	5	4	5	2	3
5	5	5	5	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
4	3	4	3	4	3	4	4	4	4
4	3	3	4	4	5	4	4	2	4
4	4	5	4	5	4	4	2	3	3
4	4	3	3	4	3	3	4	4	5
4	4	5	4	4	4	4	5	4	3
5	5	5	4	4	4	4	5	3	4
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
4	5	4	3	5	5	4	5	4	3
4	4	4	5	4	4	4	4	3	4
4	4	4	5	3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	3
5	4	5	4	5	4	4	4	5	4

5	5	4	5	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	4	5	4
4	4	3	4	5	4	4	4	5	4
4	4	4	5	4	4	4	4	3	3
5	4	4	5	2	5	5	4	4	4
5	5	5	5	3	4	3	4	4	3
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	2	2	4	4	4
5	5	5	5	4	4	3	3	2	4
4	4	4	3	5	4	4	2	3	3
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	5	4	4
5	4	4	5	4	4	4	5	3	5
4	4	4	4	3	3	3	3	5	4
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
4	5	4	5	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	5	5	4	5	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
5	5	5	5	3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	5	5	4	5	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	3	3	3	4	4	4
5	4	5	4	5	5	4	5	4	5
5	4	4	4	4	3	3	4	4	3
4	4	4	5	5	4	4	4	3	4
4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	2	2	4	4	5
5	5	4	5	4	4	3	3	4	4
4	5	5	5	4	4	4	4	3	2
3	4	4	4	4	4	4	4	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
5	5	5	5	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	3	3	3	4	2	4

5	4	5	5	5	5	4	5	3	2
4	3	3	4	4	3	3	4	5	5
3	4	4	4	5	4	4	4	5	5
3	3	4	4	3	3	3	4	4	4
5	5	4	4	4	3	4	4	4	4
4	5	4	5	4	5	4	4	5	5
4	4	4	3	5	4	4	2	5	5
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
5	5	5	5	4	4	4	5	5	4
5	5	4	4	4	4	4	5	5	4
5	5	4	5	5	4	5	5	5	3
5	4	4	4	5	4	4	5	4	4
5	5	5	5	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	3
5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
5	4	4	4	4	4	3	5	5	5
4	4	4	4	4	4	3	4	4	5
4	3	4	5	4	4	5	5	3	3
4	5	4	4	2	4	4	4	5	5
5	5	5	5	3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	3	5	5	4	5	5
4	4	4	4	2	3	3	3	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	5	5	5	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
5	4	4	4	4	4	4	3	4	4
5	5	5	5	3	3	4	3	4	5

Lampiran :

1. Validitas X1

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Pengetahuan
X1.1	Pearson Correlation	1	.556**	.373**	.429**	-.075	.238*	.624**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.454	.017	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101
X1.2	Pearson Correlation	.556**	1	.466**	.615**	.033	.365**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.745	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101
X1.3	Pearson Correlation	.373**	.466**	1	.474**	.207*	.226*	.704**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.038	.023	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101
X1.4	Pearson Correlation	.429**	.615**	.474**	1	.165	.408**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.099	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101
X1.5	Pearson Correlation	-.075	.033	.207*	.165	1	.050	.378**
	Sig. (2-tailed)	.454	.745	.038	.099		.621	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101
X1.6	Pearson Correlation	.238*	.365**	.226*	.408**	.050	1	.621**
	Sig. (2-tailed)	.017	.000	.023	.000	.621		.000
	N	101	101	101	101	101	101	101
Pengetahuan	Pearson Correlation	.624**	.766**	.704**	.782**	.378**	.621**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	101	101	101	101	101	101	101

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

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

2. Validitas X2

Correlations									
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
X2.1	Pearson Correlation	1	.255*	.087	.169	.228*	-.066	.431**	.121
	Sig. (2-tailed)		.010	.386	.091	.022	.510	.000	.229
	N	101	101	101	101	101	101	101	101
X2.2	Pearson Correlation	.255*	1	.206*	.139	.265**	.171	.359**	.099
	Sig. (2-tailed)	.010		.039	.167	.007	.088	.000	.326
	N	101	101	101	101	101	101	101	101
X2.3	Pearson Correlation	.087	.206*	1	.291**	.178	.374**	.212*	.036
	Sig. (2-tailed)	.386	.039		.003	.074	.000	.033	.723
	N	101	101	101	101	101	101	101	101
X2.4	Pearson Correlation	.169	.139	.291**	1	.150	.313**	.133	.089
	Sig. (2-tailed)	.091	.167	.003		.133	.001	.185	.373
	N	101	101	101	101	101	101	101	101
X2.5	Pearson Correlation	.228*	.265**	.178	.150	1	.024	.164	.097
	Sig. (2-tailed)	.022	.007	.074	.133		.809	.100	.333
	N	101	101	101	101	101	101	101	101
X2.6	Pearson Correlation	-.066	.171	.374**	.313**	.024	1	.285**	-.044
	Sig. (2-tailed)	.510	.088	.000	.001	.809		.004	.664

	N	101	101	101	101	101	101	101	101
X2.7	Pearson Correlation	.431**	.359**	.212*	.133	.164	.285**	1	.254*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.033	.185	.100	.004		.010
	N	101	101	101	101	101	101	101	101
X2.8	Pearson Correlation	.121	.099	.036	.089	.097	-.044	.254*	1
	Sig. (2-tailed)	.229	.326	.723	.373	.333	.664	.010	
	N	101	101	101	101	101	101	101	101
Religiusitas	Pearson Correlation	.482**	.558**	.584**	.557**	.486**	.541**	.648**	.380**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).									
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)									

3. Validitas Y

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10
Y1 Pearson Correlation	1	.542**	.466**	.527**	-.142	.018	.058	.054	.074	.121
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.157	.862	.561	.591	.462	.227
N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y2 Pearson Correlation	.542**	1	.543**	.489**	-.080	-.036	-.029	-.061	.124	.031
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.428	.719	.770	.547	.215	.762
N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y3 Pearson Correlation	.466**	.543**	1	.435**	-.037	.006	.005	-.064	-.087	-.098
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.716	.953	.957	.522	.387	.330
N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y4 Pearson Correlation	.527**	.489**	.435**	1	-.208*	.035	.093	-.013	-.057	.006
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.036	.728	.355	.899	.573	.949
N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y5 Pearson Correlation	-.142	-.080	-.037	-.208*	1	.318**	.239*	.291**	-.071	-.257**
Sig. (2-tailed)	.157	.428	.716	.036		.001	.016	.003	.481	.009
N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y6 Pearson Correlation	.018	-.036	.006	.035	.318**	1	.767**	.376**	-.016	-.160
Sig. (2-tailed)	.862	.719	.953	.728	.001		.000	.000	.878	.110
N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y7 Pearson Correlation	.058	-.029	.005	.093	.239*	.767**	1	.333**	.106	-.168
Sig. (2-tailed)	.561	.770	.957	.355	.016	.000		.001	.291	.092
N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y8 Pearson Correlation	.054	-.061	-.064	-.013	.291**	.376**	.333**	1	-.019	-.136

	Sig. (2-tailed)	.591	.547	.522	.899	.003	.000	.001		.848	.176
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y9	Pearson Correlation	.074	.124	-.087	-.057	-.071	-.016	.106	-.019	1	.450**
	Sig. (2-tailed)	.462	.215	.387	.573	.481	.878	.291	.848		.000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y10	Pearson Correlation	.121	.031	-.098	.006	-.257**	-.160	-.168	-.136	.450**	1
	Sig. (2-tailed)	.227	.762	.330	.949	.009	.110	.092	.176	.000	
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Presence of insecure	Pearson Correlation	.560**	.506**	.414**	.458**	.291**	.564**	.581**	.442**	.379**	.197*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.048
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101

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

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

4. Reliabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.705	6

5. Reliabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.625	8

6. Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.715	10

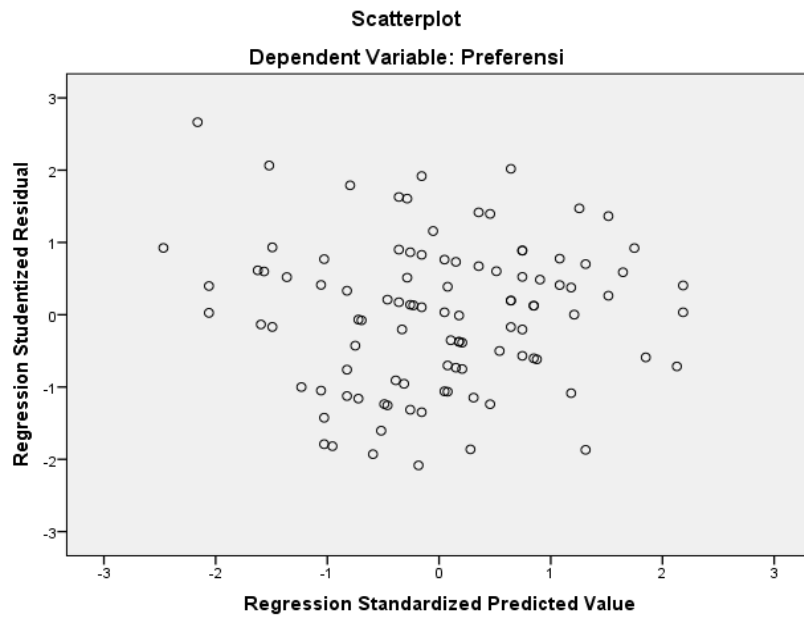
7. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		101
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.74237234
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.058
	Negative	-.050
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

8. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.956	1.046
	X2	.956	1.046
a. Dependent Variable: Y			

9. Heterokedastisitas



10. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	36.566	3.972		9.205	.000
	Pengetahuan	.314	.093	.331	3.385	.001
	Religiusitas	.196	.118	.079	1.812	.004

a. Dependent Variable: Preferensi

11. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	87.999	2	43.999	5.734	.004 ^b
	Residual	752.061	98	7.674		
	Total	840.059	100			
a. Dependent Variable: Preferensi						
b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan						

12. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.624 ^a	.405	.386	2.770
a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Pengetahuan				
b. Dependent Variable: Preferensi				

13. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	36.566	3.972		9.205	.000
	Pengetahuan	.314	.093	.331	3.385	.001
	Religiusitas	.196	.118	.079	1.812	.004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 1129 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/07/2024
Sifat : Biasa
Lamp : 1 berkas
Hal : Mohon Izin Riset

01 Juli 2024

Yth; Lurah Ujung Padang

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Mei Saputri Harahap
NIM : 2040100142
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Preferensi Masyarakat Ujung Padang Menggunakan Produk Perbankan Syariah**". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

an. Dekan



Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan
Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP.19790525200604 1 004

embusan:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



PEMERINTAH KOTA PADANGSIDIMPUAN
KECAMATAN PADANGSIDIMPUAN SELATAN
KELURAHAN UJUNG PADANG

Jl. Kasantaroji Gg.Pardomuan

Kode Pos : 22725

Padangsidimpuan, 25 Juli 2024

Nomor : 423.4/783 /2024
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Persetujuan Izin
Mengadakan Riset

Kepada Yth,
Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan
Ahmad Addary Padangsidimpuan
di

Padangsidimpuan

Sehubungan dengan Surat dari Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Nomor : 1129/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/07/2024, tanggal 01 Juli 2024 perihal Permohonan izin mengadakan Riset yang lokasinya di Kelurahan Ujung Padang, Kecamatan Padangsidimpuan Selatan Kota Padangsidimpuan.

Berkenaan dengan perihal diatas dengan ini Kepala Kelurahan Ujung Padang, Kecamatan Padangsidimpuan Selatan Kota Padangsidimpuan memberikan izin mengadakan Riset kepada :

Nama : MEI SAPUTRI HARAHAHAP
Nim : 2040100142
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Penelitian : *"Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Preferensi Masyarakat Ujung Padang Menggunakan Produk Perbankan Syariah"*

Selanjutnya disampaikan kepada nama tersebut diatas selama melakukan Risetnya di Kelurahan Ujung Padang agar menjaga dan menghargai adat istiadat dan ketentraman masyarakat setempat serta mentaati ketentuan-ketentuan lainnya yang sudah di tentukan oleh Pemerintah Kota Padangsidimpuan.

Demikian Surat ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

