



**DETERMINAN KEPUTUSAN MASYARAKAT
MENJADI NASABAH BANK SYARIAH
(Studi Kasus Masyarakat Desa Huta Koje)**

SKRIPSI

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

Oleh

**ARSAT KURNIAWAN
NIM 17 401 00151**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

2023



**DETERMINAN KEPUTUSAN MASYARAKAT
MENJADI NASABAH BANK SYARIAH
(Studi Kasus Masyarakat Desa Huta Koje)**


SKRIPSI

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


Oleh

**ARSAT KURNIAWAN
NIM. 17 401 00151**

PEMBIMBING I


ACC untuk
disidangkan
8/5-2023
Windari, S.E., M.A
NIP. 19830510 201503 2 003

PEMBIMBING II


ACC
14/04-2023
Ihtil Aini, M.E
NIP. 19891225 201903 2 010

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **ARSAT KURNIAWAN**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 8 Mei 2023
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **ARSAT KURNIAWAN** yang berjudul "**Determinan keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Desa Huta Koje, Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan.**" Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Windari, S.E, M.A
NIP. 198305102015032003

PEMBIMBING II

Hdi Aini, M.E
NIP. 198912252019032010

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : ARSAT KURNIAWAN

NIM : 17 401 00151

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi: Perbankan Syariah

Judul Skripsi : **Derminan Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Desa Huta Koje ,Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan**

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 IAIN Padangsidimpuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

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 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 8 Mei 2023

Saya yang Menyatakan,



ARSAT KURNIAWAN
NIM. 17 401 00151

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : ARSAT KURNIAWAN
NIM : 17 401 00151
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
JenisKarya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Derminan Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Desa Huta Koje ,Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan”**.

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 8 Mei 2023

Yang menyatakan,



METERAI
TEMPEL

7ACAAX532377299

SAT KURNIAWAN
NIM. 17 401 00151



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

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faxmile. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : ARSAT KURNIAWAN
NIM : 17 402 00151
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Determinan Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi kasus Masyarakat Desa Huta Koje)

Ketua,

Nofinawati, SEI M.A.
NIDN.2016118202

Sekretaris,

Ihdi Aini, M.E.
NIDN.2025128903

Anggota

Nofinawati, SEI M.A.
NIDN.2016118202

Ihdi Aini, M.E.
NIDN.2025128903

Rosnani Siregar M Ag
NIDN. 2026067402

Ananda Anugrah Nasution
NIDN. 0117109102

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah,

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Senin, 20 juni 2023
Pukul : 08:00 WIB s/d 12:00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/68 (C)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3.16
Predikat : 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, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : DETERMINAN KEPUTUSAN MASYARAKAT
MENJADI NASABAH BANK SYARIAH (STUDI
KASUS MASYARAKAT DESA HUTA KOJE)**

**NAMA : ARSAT KURNIAWAN
NIM : 1740100151**

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

Padangsidimpuan, 18 Agustus 2023
Dekan,



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

BSTRAK

Nama : Arsat Kurniawan
Nim. : 1740100151
Judul : Determinan Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Bank
Syari'ah (studi kasus desa masyarakat desa huta koje)

Penelitian ini dilakukan di angkola Barat kabupaten Tapanuli Selatan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berdasarkan observasi peneliti masih sedikit masyarakat menggunakan bank syariah sementara akses ke bank syariah lumayan mudah seperti transportasi dan jarak antara kampung dengan bank juga termasuk dekat. Maka adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah faktor budaya kualitas pelayanan dan religiusitas menjadi faktor penentu terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah di desa Huta Koja kecamatan angkola Selatan kabupaten Tapanuli Selatan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor budaya, kualitas pelayanan dan religiusitas menjadi faktor penentu terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah di desa huta koje kecamatan angkola Selatan kabupaten Tapanuli Selatan.

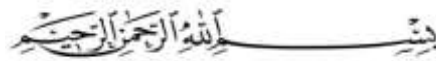
Pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini mengenai pembahasan ilmu ekonomi yang membahas tentang teori budaya, kualitas pelayanan, religiusitas, dan keputusan nasabah. Hubungan budaya dengan keputusan, hubungan kualitas pelayanan dengan keputusan nasabah, dan hubungan religiusitas dengan keputusan nasabah.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sumber data yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara, dokumentasi, dan angket dengan jumlah 89 sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji normalitas, uji asumsi klasik, (uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas), uji linear berganda, uji hipotesis (t dan f) uji koefisien determinasi (R²) dan dibantu dengan program SPSS versi 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial terdapat pengaruh budaya terhadap keputusan nasabah bank syariah. Terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah bank syariah terdapat pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah bank syariah. Terdapat pengaruh budaya, pelayanan dan religisitas secara simultan terhadap keputusan nasabah Bank Syariah di desa Huta Koje Kecamatan Angkola Barat kabupaten Tapanuli Selatan

Kata kunci : Budaya, Kualitas Pelayan, Keputusan Nasabah, Religiusitas

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum WarahmatullahiWabarakatuh

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian **“Determinan Keputusan Masyarakat Mnejadi Nasabh Bank Syariah”** Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari Akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang 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 penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad AddaryPadangsidimpuan serta Bapak Dr. Muhammad Erawadi, M.ag, selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. AnharM.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap,S.Hi., M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. H. Armyn Hasibuan, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Replita, M.Si., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Nofinawati, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Windari, S.E, M.A., selaku Pembimbing I dan Ibu Ihdi Aini, M.E., selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu Dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
6. Teristimewa kepada keluarga tercinta, Ayahanda Armen Harahap, Ibu Suryati Dalimunthe, dan Adik Heryanto. Mereka adalah semangat peneliti agar berguna bagi diri sendiri, keluarga, agama, bagi nusa dan bangsa sekaligus mendorong peneliti menjadi anak yang selalu mempunyai akhlakulkarimah dan yang telah banyak melimpahkan pengorbanan dan do'a yang senantiasa mengiringi langkah peneliti. Semoga Allah SWT senantiasa dapat membalas perjuangan mereka dengan surge firdaus-Nya.

7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunian-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amin yarabbalamin.

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwascripsiini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, 2023
Peneliti

ASRAT KURNIAWAN
NIM. 17 401 00151

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem 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 transliterasinya dengan huruf latin.



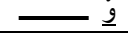
Huruf Arab	Nama Huruf `Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es(dengan titik di bawah)
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



B. Vokal

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




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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dommah	U	U

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk tamar butah ada dua :

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *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).

D. 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.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ٲ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah 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.

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

F. Hamzah

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

G. 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 perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

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

Penggunaan huruf awal capital 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.

I. 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*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL/SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	v
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah	5
D. Definisi Operasional Variabel.....	6
E. Rumusan Masalah.....	7
F. Tujuan Penelitian	8
G. Kegunaan Penelitian	9
H. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Kajian Teori	11
1. Keputusan Nasabah	11
2. Budaya	18
3. Religiusitas	21
4. Kualitas Pelayanan	24
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Pikir	31
D. Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Lokasi dan Waktu	34
B. Jenis Penelitian.....	34
C. Populasi dan Sampel.....	34
D. Instrument Pengumpulan Data.....	36
E. Uji Validitas dan Uji Reabilitas	37
F. Teknik Analisa Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	45
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	45
B. Analisis Hasil Data.....	46

1. Uji Validitas dan Reabilitas.....	46
2. Hasil Uji Deskriptif	52
3. Hasil Uji Normalitas.....	53
4. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	53
5. Uji Hipotesis.....	55
C. Pembahasan Hasil Analisis Data.....	59
D. Keterbatasan Peneliti.....	64
BAB V PENUTUP.....	65
A. KESIMPULAN.....	65
B. SARAN.....	65

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Definisi Operasional Variabel.....	6
Tabel I.2	Penelitian Terdahulu	27
Tabel IV.1	Hasil Uji Validitas X^1	49
Tabel IV.2	Hasil Uji Validitas X^2	49
Tabel IV. 3	Hasil Uji Validitas X^3	50
Tabel IV.4	Uji Reabilitas X^1	52
Tabel IV.5	Hasil Uji Reabilitas X^2	52
Tabel IV.6	Hasil Uji Reabilitas X^3	53
Tabel IV.9	Hasil Statistik Deskriptif.....	53
Tabel IV.10	Hasil Uji Normalitas	54
Tabel IV.11	Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel IV.12	Heteroskedastisitas.....	56
Tabel IV.13	Autokorelasi.....	57
Tabel IV.14	Hasil Uji T	58
Tabel IV.15	Hasil Uji F.....	60
Tabel IV.16	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	61
Tabel IV.17	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Kerangka Pikir	32
-------------	----------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan sektor perbankan telah berkembang dengan pesat dan mendominasi kegiatan perekonomian di Indonesia. Kegiatan utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat. Keberhasilan bank dalam menghimpun dana sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah kepercayaan masyarakat pada suatu bank. Dimana kepercayaan ini sangat dipengaruhi oleh kinerja bank yang bersangkutan, dan dari itu nasabah lebih selektif dalam memilih. Menurut Undang-Undang Perbankan No 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.¹Sedangkan, Bank Syariah adalah bank yang kegiatannya mengacu pada hukum Islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga kepada nasabah.²

Dengan lahirnya Bank Syariah yang beroperasi berdasarkan sistem bagi hasil sebagai alternatif pengganti bunga pada bank-bank konvensional merupakan peluang bagi umat Islam untuk memanfaatkan jasa bank seoptimal mungkin. Merupakan peluang karena umat Islam akan berhubungan dengan perbankan dengan tenang, tanpa keraguan dan didasari oleh motivasi dan keagamaan yang kuat didalam memobilisasi dana

¹Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup, 2011), hlm. 30.

²*Ibid.*, hlm. 32.

masyarakat untuk pembiayaan pembangunan ekonomi umat. Masyarakat memiliki banyak pilihan dalam memutuskan Bank Syariah sebagai sarana penyimpanan maupun membantu dalam usaha, oleh karena itu Bank Syariah harus menerapkan strategi yang tepat guna mempengaruhi masyarakat dalam memilih Bank Syariah. Konsumen atau nasabah akan memperhatikan kualitas dari suatu perbankan sehingga nasabah termotivasi untuk menggunakan jasa Bank Syariah dengan mempertimbangkan hal itu dan mengambil suatu keputusan apakah nasabah tersebut memilih atau tidak memilih Bank Syariah.

Keputusan merupakan bagian atau salah satu elemen penting dari perilaku nasabah, disamping kegiatan fisik yang melibatkan nasabah dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang serta jasa ekonomis. Keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah memiliki beberapa faktor yang mempengaruhi, yaitu faktor budaya, kualitas pelayanan dan religiusitas.³ Dalam prespektif Islam, budaya adalah segala nilai, pemikiran dan simbol yang memengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan, dan kebiasaan seorang masyarakat. Adapun interaksi dengan sesama dapat berbentuk komunikasi kelompok, komunikasi mulut ke mulut, komunikasi pemasaran, komunikasi lintas kelompok.

Penelitian yang dilakukan oleh Atin Yulaifah menunjukkan bahwa “Budaya tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah”.⁴ Selain budaya, kualitas pelayanan juga mempengaruhi

³Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 265.

⁴Atin Yulaifah, “Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah”, *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), hlm. 94.

keputusan nasabah memilih Bank Syariah. Berbicara mengenai kualitas pelayanan, ukurannya bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas layanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya. Penelitian yang dilakukan oleh Ali Mursi menunjukkan bahwa “kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah”.⁵

Dari beberapa faktor yang telah dijelaskan diatas, religiusitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah. Religiusitas dapat diartikan seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, bagaimana pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang muslim religiusitas dapat diketahui seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam.⁶ Berdasarkan pengertian diatas religiusitas adalah bukan sekedar tindakan-tindakan ritual seperti sholat dan membaca do'a. Akan tetapi keseluruhan tingkah laku manusia yang terpuji yang dilakukan demi memperoleh ridho Allah.

Berdasarkan studi pendahuluan di Desa Huta Koje, Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan sebagian besar penduduknya adalah mayoritas muslim. Desa Huta Koje, Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan masih banyak yang tidak memahami perbankan

⁵Ali Mursi, “Faktor Determinan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah”, *Jurnal Dianmika Manajemen*, Volume 5, No. 1, Januari 2014, hlm. 58.

⁶Fuad Nashory & Rachmy Diana Mucharam, *Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Psikologi Islam* (Yogyakarta: Menara Kudus, 2002), hlm. 70-71.

syariah, dan sikap masyarakat terhadap Bank Syariah beragam, sebagian masyarakat sudah ada yang mengetahui Bank Syariah dan menggunakannya, sebagian ada yang sudah mengetahuinya tetapi masih enggan untuk menggunakannya dan juga masih ada masyarakat Desa Huta Koje, Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan sama sekali tidak mengetahui atau memahami apa itu Bank Syariah.

Kota Padangsidimpuan sudah ada 3 bank syariah diantaranya yaitu PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCU Padangsidimpuan, PT. Bank Sumut Syariah dan Bank Syariah Indonesia Padangsidimpuan, dari ketiga jenis Bank Syariah tersebut sudah sangat memungkinkan bagi masyarakat untuk melakukan berbagai macam transaksi karena lokasi tempat penelitian tidak jauh dari Bank Syariah dan Penduduk yang mayoritasnya muslim sudah seharusnya menggunakan jasa dan produk perbankan syariah, tetapi hal tersebut belum peneliti temukan di Desa Muaratais Kecamatan Angkola Muaratais Kabupaten Tapanuli Selatan.

Hasil wawancara dengan ibu Anti salah satu warga Desa Huta Koje, Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan, 21 Agustus 2021 mengatakan: "Informasi tentang Bank Syariah diketahui dari komunikasi mulut ke mulut, komunikasi pemasaran dan komunikasi kelompok. Sehingga informasi yang diterima tersebut kurang akurat, dan dari informasi itu masyarakat mempertimbangkan apakah memilih Bank Syariah atau tidak".⁷

⁷Anti, Wawancara di Desa Hutakoje, Kec. Angkola Barat, Kab. Tapanuli Selatan, Senin 21 Agustus 2021, Pukul 09.00 WIB.

Wawancara peneliti dengan salah satu warga di Desa Huta Koje Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan, 23 Agustus 2021 yaitu, Bapak Armen Harahap mengatakan: “Pelayanan yang diberikan bank syariah kurang memuaskan, dalam melayani nasabah juga terkesan kurang ramah dan kurang sopan. Fasilitas bank syariah juga kurang memadai dibandingkan dengan bank konvensional sehingga masyarakat lebih memilih bank konvensional karena fasilitasnya yang memadai dan memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi.”⁸Berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Determinan Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Desa Huta Koje, Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan”**.

B. Identifikasi Masalah

1. Kurangnya pemahaman masyarakat mengenai Bank Syariah.
2. Masyarakat mengetahui Bank Syariah tetapi masih menggunakan Bank konvensional.
3. Sejauh mana pengetahuan masyarakat hutakoje tentang bank syariah.

C. Batasan Masalah

Sesuai dengan penjelasan pada latar belakang dan identifikasi masalah masih banyak yang mempengaruhi keputusan nasabah. Namun peneliti perlu membatasi masalah yang lebih terperinci dan jelas agar pemecahannya terarah dan berhasil. Untuk menghindari meluasnya pembahasan dan supaya penelitian ini fokus pada masalah yang dibahas maka penelitian ini dibatasi hanya

⁸Armen Harahap, Wawancara di Desa Hutakoje, Kec. Angkola Barat, Kan. Tapanuli Selatan 23 Agustus 2021, pukul 10.12 WIB.

meneliti tentang determinan keputusan masyarakat menjadi nasabah bank syariah di Desa Huta Koje Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan.

D. Defenisi Operasional Variabel

Sebelum peneliti membahas lebih lanjut, ada baiknya jika peneliti memaparkan defenisi operasional dalam rangka menghindari kesalahpahaman terhadap judul skripsi ini.

Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala
1	Keputusan Nasabah (Y)	Keputusan nasabah merupakan suatu tindakan yang dilakukan konsumen dikarenakan adanya dorongan n-dorongan atau motif-motif yang dirasakan sehingga menimbulkan minat atau dorongan untuk memenuhi kebutuhan.	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan pembelian ⁹	Ordinal
2	Budaya (X ₁)	Budaya adalah variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan, dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang jasa yang ditawarkan	1. Sub Budaya 2. Kelas Sosial ¹⁰	Ordinal
3	Kualitas Pelayanan(X ₂)	Kualitas pelayanan adalah membantu	1. <i>Reliability</i> (keandalan)	Ordinal

⁹Febrina Sari, *Pengambilan Keputusan* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hlm. 170

¹⁰M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hlm. 233.

		menyiapkan pelayanan apa yang dibutuhkan untuk nasabah/pelanggan. Pelayanan adalah usaha untuk melayani nasabah apa yang dibutuhkan nasabah.	2. <i>Resvonsiveness</i> (cepat tanggap) 3. <i>Assurance</i> (jaminan dan kepastian) 4. <i>Emphaty</i> 5. <i>Tangible</i> (berwujud/bukti fisik) ¹¹	
4	Religiusitas (SX ₃)	Religiusitas adalah suatu sikap atau kesadaran yang muncul didasarkan atas kepercayaan seseorang terhadap agama.	1. Keyakinan 2. Pengalaman 3. Pengetahuan ¹²	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Faktor budaya menjadi faktor penentu terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah di Desa Huta Koje Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan?
2. Apakah Faktor kualitas pelayanan menjadi faktor penentu terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah di Desa Huta Koje Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan?
3. Apakah Faktor religiusitas menjadi faktor penentu terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah di Desa Huta Koje Kecamatan Angkola Selatan?

¹¹Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: UnitomoPress, 2019), hlm. 58-61.

¹²Jalaludin Rahmat, *Psikologi Agama*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018), hlm. 88.

4. Apakah faktor budaya, faktor kualitas pelayanan dan faktor religiusitas menjadi faktor penentu terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah di Desa Huta Koje Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka tujuan peneliti dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor budaya menjadi faktor penentu terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah di Desa Huta Koje Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan.
2. Untuk mengetahui faktor kualitas pelayanan menjadi faktor penentu terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah di Desa Huta Koje Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan.
3. Untuk mengetahui faktor religiusitas menjadi faktor penentu terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah di Desa Huta Koje Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan.
4. Untuk mengetahui faktor budaya, kualitas pelayanan dan religiusitas menjadi faktor penentu terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah di Desa Huta Koje Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan.

G. Kegunaan Penelitian

Adanya suatu penelitian ini diharapkan memberikan manfaat terutama bagi bidang ilmu yang diteliti, kegunaan penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta dapat menjadi media aplikasi teori-teori yang diperoleh semasa perkuliahan.

2. Bagi Perbankan

Penelitian ini diharapkan berguna sebagai bahan masukan dan sumbangan pemikiran dalam upaya memajukan dan meningkatkan jumlah nasabah Bank Syariah.

3. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak UIN SYAHADA pada umumnya sebagai pengembangan keilmuan, khususnya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menjadi ilmu atau referensi bagi peneliti lainnya yang meneliti topik atau pun permasalahan yang sama pada masa yang akan datang.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mengumpulkan data gambaran secara ringkas mengenai proposal ini, maka peneliti menggunakan sistematika pembahasan dengan rincian sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan yang terdiri atas latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II: Landasan Teori yang terdiri atas kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis.

Bab III: Metode Penelitian terdiri atas lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV: berisikan paparan data atau hasil penelitian dan pembahasan yang tersusun atas hasil-hasil penelitian yang merupakan kumpulan data-data yang diperoleh peneliti.

Bab V: merupakan penutup yang memuat kesimpulan dan saran-saran yang dianggap perlu.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Keputusan Nasabah

a. Pengertian keputusan

Keputusan merupakan proses untuk membeli berbagai macam alternatif yang ditawarkan, dari sejumlah alternatif yang dikemukakan.¹³ Keputusan adalah sesuatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang dan jasa.

Keputusan adalah sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang dan jasa, atau suatu keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi dan melakukan evaluasi alternatif yang menyebabkan timbulnya keputusan.

Secara etimologi pengambilan keputusan berarti mengambil menetapkan atas sesuatu. Sedangkan secara terminologi pengambilan keputusan adalah suatu proses penetapan sesuatu dengan mana menetapkan itu dijadikan panduan rujukan bagi kegiatan berikutnya.

Menurut Kotler Keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternative, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen. Menurut Amini Anggaran pengambilan keputusan adalah perumusan beberapa alternatif tindakan dalam menggarap situasi yang dihadapi serta penetapan pilihan yang antara beberapa alternatif yang tersedia setelah diadakan

¹³Muhammad, *Bank Syariah Problem dan Proses Perkembangan di Indonesia* (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2005), hlm. 13.

pengevaluasian mengenai keefektifan masing-masing untuk mencapai pengambil keputusan.¹⁴

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan nasabah adalah suatu penetapan pilihan yang dibuat dari hasil pertimbangan-pertimbangan tertentu, jika konsumen merasa puas akan memperlihatkan peluang yang besar untuk melakukan pembelian ulang atau membeli produk lain di perusahaan yang sama di masa yang akan datang.

b. Proses Pengambilan Keputusan

Proses psikologi dasar ini memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan penelitian. Proses pengambilan keputusan terdiri dari lima proses, yaitu:¹⁵

1) Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi sesungguhnya dan kondisi yang diinginkannya. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan dengan rangsangan internal atau eksternal.¹⁶

2) Pencarian Informasi

Seorang konsumen yang mulai timbul niatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Pencarian informasi dapat

¹⁴Amini, *Perilaku Organisasi* (Bandung: Citapustaka Media, 2004), hlm. 108-109.

¹⁵Rahardja Pratama, *Pengantar Ilmu Ekonomi, Makro Ekonomi dan Mikro Ekonomi* (Jakarta: Universitas Indonesia, 2008), hlm. 234-240

¹⁶Juhaya S. Pradja, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm 312.

dibedakan menjadi dua, yaitu keadaan tingkat pencarian informasi yang sedang-sedang saja yang disebut perhatian yang meningkat, dan yang kedua yaitu proses mencari informasi secara aktif dimana ia mencari bahan-bahan bacaan, menelpon teman-temannya dan melakukan kegiatan untuk mempelajari yang lainnya.¹⁷

Sumber informasi konsumen digolongkan kedalam empat kelompok yaitu, sumber pribadi yang terdiri dari keluarga, teman tetangga dan kenalan. Sumber komersial yang terdiri dari iklan, tenaga penjualan, penyalur, dan pameran.¹⁸

3) Evaluasi Alternatif

Proses ketiga adalah evaluasi alternatif, evaluasi alternatif adalah proses dimana suatu pilihan alternatif pilihan di evaluasi dan dipilih untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Pemerolehan informasi produk dari lingkungan biasanya akan menghasilkan evaluasi yang kemudian menuntut pencarian sesudahnya.

c. Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan

Ada pun Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu dapat dilihat dari segi faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal terdiri dari factor eksternal dan internal.

1. Faktor Eksternal

¹⁷Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013), hlm. 15-16.

¹⁸*Ibid*, hlm. 16.

a. Budaya¹⁹

Faktor budaya dapat mempengaruhi paling luas dan paling dalam bahkan melebihi perilaku konsumen secara pribadi dan pengambilan keputusan. Para pemasar harus mengerti bagaimana kultur individu dan nilai-nilai yang terkandung didalamnya, sebaik sub-kultur individual dan kelas sosial yang mempengaruhi pembelian mereka.

b. Sosial

Faktor sosial juga mempengaruhi perilaku pembeli kelompok referensi seseorang keluarga, teman-teman, organisasi sosial, asosiasi profesional mempengaruhi pilihan produk dan merek dengan kuat.²⁰ Beberapa faktor sosial tersebut yaitu:

1) Kelompok Acuan

Perilaku konsumen umumnya dipengaruhi oleh individu lainnya, individu yang mempengaruhi terdiri atas kelompok terdekat dari individu tersebut .misalnya : keluarga, teman dan tetangga.

2) Keluarga

Keluarga adalah kelompok yang terdiri dari dua atau lebih orang yang berhubungan melalui darah, perkawinan ataupun adopsi dan tinggal bersama. Anggota keluarga sangat mempengaruhi dalam mengambil keputusan pembelian terhadap

¹⁹ Darmanto, Manajemen Pemasaran (Yogyakarta: Deepublish, 2016), cet 1, h.141

²⁰ Darmanto, Ibid., h. 142

individu, keluarga mempunyai peran penting dimana setiap anggota keluarga saling mempengaruhi.

3) Peran dan Status

Dalam kehidupan bermasyarakat, peran dan status selalu mengikuti perjalanan setiap individu. Peran dan status seorang individu dalam kelompok tertentu misalnya keluarga sangat mempengaruhi individu tersebut dalam perilaku pembelian.

2. Faktor Internal

a. Faktor Pribadi²¹

1) Usia

Perjalanan usia tidak dapat dihindarkan. Dengan berjalannya usia maka terjadi pula perubahan pola konsumsi untuk masing-masing usia.

2) Pekerjaan

Pekerjaan juga dapat mempengaruhi seseorang individu dalam perilaku konsumsinya, misalkan seorang pekerja kasar maka akan cenderung membeli pakaian untuk pekerja kasar. Sedangkan pekerja kantoran akan cenderung untuk membeli stelan kemeja atau jas.

3) Situasi Ekonomi

Dalam perilaku pembelian, sedikit banyak juga dipengaruhi oleh situasi ekonomi, dengan berubahnya situasi ekonomi maka

²¹ Philip Kotler dan Gary Amstrong, Dasar-Dasar Pemasaran (Jakarta: Pren Hallindo, 1997), h. 233-234

biasanya akan merubah perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.

4) Kepribadian Dan Konsep Diri

Kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan tetap teradap lingkungannya.yang berkaitan dengan kepribadian jugaadalah konsep diri seseorang yang berarti cara pandang konsumen teradap dirinya sendiri. Dengan mengetahui konsep diri sesorang pemasar akan mengetahui tujuan pembelian bagi konsumen.

d. Faktor-faktor Penentu Keputusan Nasabah Bank Syariah

Menurut Kotler, mengatakan bahwa keputusan nasabah adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang tersendiri dari pengalaman masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternative, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen. Pengertian keputusan adalah mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan secara sistematika dan objektif serta sasarannya yang menemukan keuntungan serta keerugian masing-masing.

e. Indikator Keputusan Nasabah

Menurut Kotler, terdapat beberapa indikator nasabah sebagai berikut:

1) Penganalan Masalah

- 2) Pencarian Informasi
- 3) Evaluasi alternative
- 4) Keputusan Pembelian
- 5) Perilaku Pasca Pembelian

f. Pengertian Masyarakat

Secara umum pengertian masyarakat adalah sekumpulan individu-individu yang hidup bersama, bekerja sama untuk memperoleh kepentingan bersama yang telah memiliki tatanan kehidupan, norma-norma, dan adat istiadat yang ditaati dalam lingkungannya. Pengertian masyarakat secara sederhana adalah sekumpulan manusia yang saling berinteraksi atau bergaul dengan kepentingan yang sama. Terbentuknya masyarakat karena manusia menggunakan perasaan, pikiran, dan keinginannya memberikan reaksi dalam lingkungannya.²² Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa masyarakat adalah gabungan beberapa orang yang berada pada tempat tertentu dan memiliki kepentingan yang sama dalam kurun waktu yang lama, tidak bersifat sementara. Masyarakat didalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di Desa Huta Koje yang menjadi nasabah di bank syariah.

2. Budaya

a. Pengertian Budaya

Budaya adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Jika makhluk yang lebih rendah perilakunya

²² Prasetyo dan Irwansyah, "Memahami Masyarakat dan Perspektifnya" dalam *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, Volume 1, No. 1, 2019, hlm. 5.

sebagian besar daitur oleh naluri, maka perilaku manusia sebagian besar adalah dipelajari. Anak yang dibesarkan dalam sebuah masyarakat mempelajari seperangkat nilai dasar, persepsi, preferensi dan perilaku melalui sebuah proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan berbagai lembaga penting lainnya.

Menurut Peter dan Olson, budaya adalah jika sebagian besar dari orang yang berada di dalam sebuah kelompok sosial memiliki pemahaman mendasar yang sama terhadap makna tersebut.²³ Budaya adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar, dengan kata lain merupakan faktor yang paling utama dalam perilaku pengambilan keputusan dan perilaku pembelian. Dalam konteks perilaku konsumen, budaya adalah keseluruhan kepercayaan, nilai-nilai, dan kebiasaan yang dipelajari dan membantu mengatur perilaku konsumen para anggota suatu masyarakat tertentu. Kepercayaan dan nilai-nilai merupakan pedoman bagi perilaku konsumen. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa budaya adalah segala nilai, pemikiran dan simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan, dan kebiasaan seseorang dan masyarakat.

a. Faktor-faktor Budaya

Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas terhadap perilaku berbelanja konsumen. Faktor-faktor budaya yaitu:²⁴

1) Sub-sub budaya

23M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hlm. 233.

24Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 27

Setiap kebudayaan terdiri dari Sub-sub budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Sub budaya dapat dibedakan menjadi empat jenis yaitu:²⁵

- a) Kelompok *Nasionalisme*, yang dijumpai dalam kelompok-kelompok besar dan menunjukkan cita rasa dan kecenderungan suku bangsa yang berbeda.
 - b) Kelompok-kelompok keagamaan, menampilkan sub budaya dengan prefensi budaya dan larangan-larangan yang khas.
 - c) Kelompok-kelompok ras, yang mempunyai gaya budaya dan sikap yang berbeda.
 - d) Wilayah-wilayah geografis, merupakan sub budaya yang berbeda dengan cirri-ciri gaya hidupnya.
- 2) Kelas sosial

Kelas-kelas sosial adalah kelompok yang relative homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan keanggotaannya mempunyai niat, minat, dan perilaku yang serupa.²⁶ Kelas sosial menunjukkan perbedaan yang tegas dalam hal preferensi atas pakaian kelengkapan rumah, kegiatan santai, dan mobil. Menurut Anwar Prabu Mangkunegara kelas sosial yaitu sebagai suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam kelas sosial yang

²⁵Philip Kotler, *Op. Cit.*, hlm. 180.

²⁶Nugroho J Setiadi, *Op. Cit.*, hlm. 269.

berbeda dengan status sosial walaupun sering kedua istilah ini diartikan sama.²⁷

Kelas sosial mempunyai beberapa karakteristik. Pertama, orang-orang yang berada dalam masing-masing kelas cenderung mempunyai kemiripan dalam cara berpakaian, pola bicara, dan preferensi reaksional dibandingkan dengan orang dari kelas sosial yang berbeda. Kedua, orang dianggap menduduki posisi lebih rendah atau lebih tinggi menurut kelas sosial. Ketiga, kelompok variabel misalnya, pekerjaan, kekayaan, pendidikan, dan orientasi nilai mengindikasikan kelas sosial. Keempat, kelas sosial seseorang dalam tangga kelas sosial dapat bergerak naik atau turun sepanjang hidup mereka seberapa mudah dan seberapa jauh gerakannya tergantung seberapa kaku sosial itu.²⁸

b. Unsur-Unsur Budaya

Budaya juga memiliki beberapa unsur-unsur, diantaranya yaitu:²⁹

1) Nilai (*Value*)

Nilai adalah kepercayaan atau segala sesuatu yang dianggap penting oleh seseorang atau masyarakat. Nilai bisa berarti sebuah kepercayaan tentang suatu hal, namun nilai bukan hanya

²⁷Atin Yulaifah, *Op. Cit.*, hlm. 29.

²⁸Philip Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009), hlm.

²⁹Ujang Sumarwan, *Op. Cit.*, hlm 280.

kepercayaan. Nilai mengarahkan seseorang untuk berperilaku yang sesuai dengan budayanya.

2) Norma (*Norms*)

Hampir semua masyarakat mempunyai norma, norma lebih spesifik dari nilai. Norma akan mengarahkan seseorang tentang perilaku yang diterima dan yang tidak diterima. Norma adalah aturan masyarakat tentang sikap baik dan buruk, tindakan yang boleh dan tidak boleh.

3) Kebiasaan (*Customs*)

Kebiasaan adalah berbagai bentuk perilaku dan tindakan yang diterima secara budaya. Kebiasaan tersebut diturunkan dari generasi ke generasi secara turun menurun.

3. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Istilah religiusitas berasal dari bahasa Inggris "*religion*" yang berarti agama, religiusitas adalah pengabdian terhadap agama, kesalehan. Religiusitas adalah seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seseorang muslim, religiusitas dapat diketahui seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam.

Menurut W.J.S Poerwadarminta, religiusitas adalah mengacu pada suatu keadaan yang bersifat religius dan bernuansa ketundukan

kepada Tuhan, yakni percaya kepada adanya tuhan dan serta mengikuti ajaran yang ditetapkanNya.³⁰Sedangkan menurut Thaib Thahir Abd.Mu'in dalam buku Abuddin Nata, religiusitas adalah suatu peraturan Tuhan yang mendorong jiwa seseorang memiliki memiliki akal untuk berpegang teguh padaperaturan-Nya dengan kehendaknya sendiri untuk mencapai kebahagiaan hidup di dunia dan kebahagiaannhidup di akhirat.³¹

1). Dimensi Religiusitas

Menurut Glock & Stark, dimensi religiusitas dibagi menjadi lima, yaitu:³²

a). Dimensi keyakinan

Dimensi ini berupa pengharapan-pengharapan dimana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut.Misalnya menerima keberadaan tuhan, malaikat, iblis, surga dan neraka.

b). Dimensi Praktek Agama

Dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya.

c). Dimensi Pengalaman

³⁰W.J.S Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2011), hlm. 18.

³¹Abuddin Nata, *Paradigma Pendidikan Islam* (Jakarta: Grasindo, 2011), hlm. 222.

³²Djamaluddin Ancok & Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), hlm. 77-78.

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

d). Dimensi Pengetahuan Agama

Dimensi ini mengacu pada harapan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, kitab suci dan tradisi-tradisi.

f). Dimensi Pengamalan

Dimensi ini mengacu pada keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Misalnya menolong orang lain, tidak mencuri, mau berbagi.

4. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah kemampuan merencanakan, menciptakan dan menyerahkan produk yang bermanfaat yang luar biasa bagi nasabah. Kualitas pelayanan karyawan sebagai jaminan atas ketersediaan produk, rasa responsivitas, biaya administrasi yang hemat,

ketepatan waktu memberikan pelayanan dan waktu tunggu yang pendek, kesempurnaan pelayanan nyaman bagi pelanggan.³³

Kualitas menurut Sangadji dan Sopiah adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.³⁴ Sedangkan menurut Tjiptono, kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut memenuhi keinginan konsumen.³⁵

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan menciptakan, memberikan dan merencanakan pelayanan yang terbaik kepada nasabah agar keinginan nasabah dapat terpenuhi.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam buku Ujang Sumarwan dkk, Kualitas pelayanan dibagi menjadi lima dimensi, yaitu:³⁶

1) *Tangible* (bukti fisik)

³³Ali Hasan, *Op. Cit.*, hlm. 103.

³⁴Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hlm. 99.

³⁵Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Offset, 1995), hlm. 59.

³⁶Ujang Sumarwan dkk, *Riset Pemasaran dan Konsumen* (Bogor: PT. Penerbit IPB Press, 2011), hlm. 236.

Tangible yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2) *Reliability* (kehandalan)

Reliability yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3) *Responsiveness* (ketanggapan)

Responsiveness yaitu kemauan untuk membantu, memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

4) *Assurance* (jaminan dan kepastian)

Assurance yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

5) *Emphaty* (empati)

Emphatyy yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

c. Pelayanan dalam Perspektif Islam

Pelayanan yang baik menurut pandangan Islam ialah pelayanan yang sesuai dengan standar syariah. Dalam melakukan pelayanan perlu menerapkan sistem syariah atau menghadirkan nilai-nilai spiritual yakni mengingat kebesaran Allah SWT supaya kita terbebas dari sifat-sifat kecurangan, kebohongan, kelicikan dan penipuan dalam melakukan transaksi. Religiusitas.

B. Penelitian Terdahulu

Untuk menguatkan penelitian ini, maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul peneliti dalam penelitian ini yaitu:

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda Jurnal, Politeknik Negeri Medan (2018)	Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Nasabah Terhadap keputusan Memilih Bank Syariah (Jurnal, Politeknik Negeri Medan)	Independen (X_1): Religiusitas (X_2): Persepsi Masyarakat Dependen (Y): Keputusan Nasabah	Religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah, sedangkan persepsi masyarakat tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah.
2.	Aditya bagus dan yessyantanti Jurnal Manajemen, Universitas Negeri Surabaya (2017)	Pengaruh citra merek dan promosi penjualan terhadap keputusan nasabah memilih tabungan bank syariah mandiri (Jurnal Manajemen, Vol 2 No. 4, oktober 2017 dari Universitas Negeri Surabaya)	Independen (X_1): Citra Merek Promosi Penjualan (X_2): Dependen (Y): Keputusan Nasabah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek dan promosi penjualan secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian sepatu pria sebesar 55% dan sisanya sebesar 45% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

3.	Annisawahyulkh arimah Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (2018)	Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol 2 No. 2 tahun 2018 dari universitas Purwekorto)	Independen (X ₁): Budaya (X ₂): Psikologis (X ₃): Pelayanan (X ₄) Promosi Dependen (Y): Keputusan Nasabah	Hasil penelitian bahwa pelayanan, promosi, dan pengetahuan mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Sedangkan variabel budaya dan psikologi tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.
4.	Kharis Cahyadi Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2015)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Mataram Selong (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)	Independen (X ₁): Karakteristik Bank (X ₂): Produk (X ₃): Pelayanan (X ₄): Promosi Dependen (Y): Keputusan Nasabah	Terdapat Pengaruh Karakteristik Bank, Produk, Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah.

5.	Atin Yulaifah Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2011)	Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)	Independen (X1): Faktor Budaya (X2): Faktor Sosial (X3): Pribadi (X4): Psikologi Dependen (Y): Keputusan Nasabah	Budaya dan Sosial Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah, Sedangkan Faktor Pribadi dan Psikologi Berpengaruh Signifikan
----	--	---	--	---

Perbedaan dan persamaan dan perbedaan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Muhammad Zuhisyan dan Nurlinda, perbedaannya adalah menggunakan variabel religiusitas dan persepsi masyarakat terhadap keputusan nasabah sedangkan peneliti menggunakan variabel budaya, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan variabel budaya.
2. Aditya bagus dan yessyantiperbedaannya adalah menggunakan variabel Citra Merek Promosi Penjualan, sedangkan peneliti menggunakan variabel budaya, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah. Persamaannya adalah hasilnya sama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

3. Annisa wahyulkharimah, persamaannya adalah sama-sama menggunakan variabel budaya dan pelayanan. Perbedaannya adalah peneliti menggunakan variabel budaya, kualitas pelayanan, dan religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah, sedangkan Annisawahyulkharimah menggunakan variabel budaya, psikologis, pelayanan dan promosi terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah.
4. Kharis Cahyadi persamaannya adalah sama-sama menggunakan variabel kualitas pelayanan, sedangkan perbedaannya adalah peneliti menggunakan variabel budaya, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah, sedangkan Kharis Cahyadi menggunakan variabel Karakteristik Bank, Produk, Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah.
5. Atin Yulaifah, perbedaannya adalah menggunakan variabel Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah, sedangkan peneliti menggunakan variabel faktor budaya, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan variabel faktor budaya.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah teridentifikasi sebagai masalah yang penting.³⁷ Kerangka pikir juga merupakan alur yang akan peneliti lakukan sebagai dasar penelitian. Pada penelitian ini peneliti mengawali kerangka berfikir dari faktor budaya, kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah.

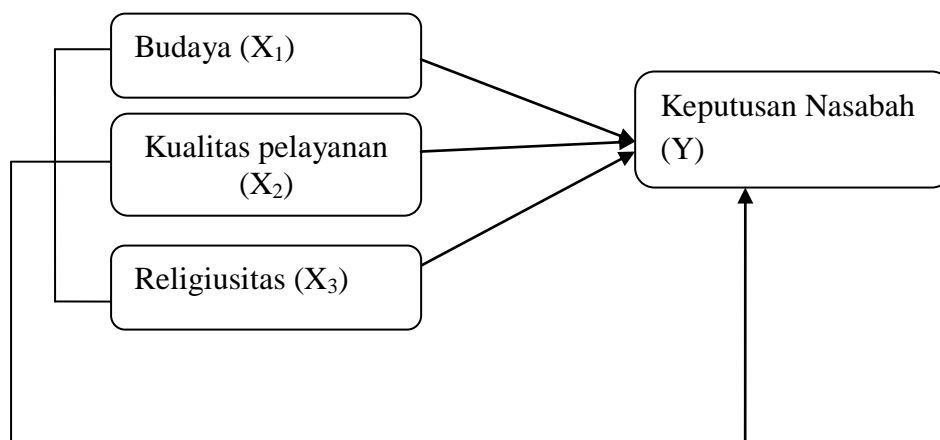
Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah yaitu:

1. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku paling dasar, mencakup sub budaya dan kelas sosial.
2. Kualitas pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.
3. Religiusitas merupakan integrasi secara kompleks antara pengetahuan agama, perasaan dan penghayatan seseorang.

Dari penjelasan diatas, maka dibuat skema kerangka pikir di bawah ini:

Gambar II.1 **Skema Kerangka Pikir**

³⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 88.



Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa variabel Budaya dan Kualitas Pelayanan secara parsial mengarah kepada variabel Keputusan Nasabah, begitupula variabel Religiusitas secara parsial mengarah kepada Keputusan Nasabah.

D. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus di uji.³⁸ Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan beserta landasan teori dan kerangka pikir maka di rumusan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Faktor budaya menjadi faktor penentu terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah di Desa Huta Koje Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan.

³⁸ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2005), hlm. 21

H₂:Faktor kualitas pelayanan menjadi faktor penentu terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah di Desa Huta Koje Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan.

H₃ :Faktor religiusitas menjadi faktor penentu terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah di Desa Huta Koje Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan.

H₄ : Faktor budaya, kualitas pelayanan dan religiusitas menjadi faktor penentu terhadap keputusan nasabah memilih Bank Syariah di Desa Huta Koje Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu

Lokasi dalam melakukan penelitian ini di Desa Huta Koje Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan. Waktu penelitian di mulai pada bulan Agustus 2021 sampai Agustus 2023.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang bersifat objektif, mencakup pengumpulan data dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik.³⁹

Penelitian kuantitatif biasanya dipakai untuk menguji suatu teori, untuk menyajikan suatu fakta atau mendeskripsikan statistik, untuk melanjutkan hubungan antarvariabel, dan ada pula yang bersifat mengembangkan konsep, mengembangkan pemahaman atau mendeskripsikan banyak hal.⁴⁰

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Dalam metode penelitian kata populasi amat populer, digunakan untuk menyebutkan serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Oleh karena itu populasi penelitian merupakan seluruh dari objek

³⁹Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*(Jakarta: PT. Grasindo, 2009), hlm, 19.

⁴⁰Subana & Sudrajat, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hlm. 25.

penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala, nilai, peristiwa, dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.⁴¹

Populasi (*Population* atau *universe*) adalah keseluruhan elemen, atau unit penelitian atau unit analisis yang memiliki ciri atau karakter tertentu yang dijadikan sebagai objek penelitian atau menjadi perhatian dalam suatu penelitian (pengamatan). Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh masyarakat di Desa Huta Kojé Kecamatan Angkola Selatan Kabupaten Tapanuli Selatan.

2. Sampel

Unit analisis atau sampel adalah bagian dari populasi dengan jumlah dan karakteristik tertentu. Apa yang dipelajari dari sampel kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil harus benar-benar representative. Teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah Purposive Sampling. Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus yaitu masyarakat yang menggunakan bank syariah, masyarakat yang menggunakan bank konvensional dan masyarakat yang tidak menggunakan bank syariah dan bank konvensional yang berusia 20 tahun keatas. sehingga layak dijadikan sampel.⁴²

Ukuran pengambilan sampel yang dilakukan adalah menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

⁴¹ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: kencana, 2006), hlm 99.

⁴² Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm. 155.

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

Keterangan

n= Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi

e= Batas Toleransi Kesalahan (*error tolerance*)

Sehingga jumlah sampel yang diperoleh dengan ketentuan yang digunakan e b = 10% adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{834}{1 + 834(0,1)^2} \\ &= 89,2 \end{aligned}$$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak dibulatkan menjadi sampel 89.

D. Instrument Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dari sampel penelitian, dilakukan dengan metode tertentu sesuai dengan tujuannya. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah:

1. Pengamatan (Observasi)

Metode pengumpulan data dimana peneliti mencatat informasi sebagaimana yang disaksikan selama penelitian bisa dengan melihat, mendengar dan dirasakan kemudian dicatat.⁴³

⁴³ W. Gulo, *Metodelogi Penelitian* (Jakarta: PT. Grasindo, 2010), hlm. 116.

2. Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dengan responden. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya-jawab dalam hubungan tatap muka.⁴⁴

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

4. Kuesioner (Angket)

Menurut Bambang Prasetyo kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang mengukur variabel-variabel, hubungan diantara variabel yang ada, atau juga pengalaman atau opini dari responden. Jadi, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.⁴⁵ Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah model tertutup. Kuesioner tertutup adalah kuesioner yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden hanya memberikan tanda centang (√) pada kolom atau tempat yang sesuai.

E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item dapat

⁴⁴*Ibid*, hlm. 119.

⁴⁵Bambang Prasetyo, *Metodelogi Penelitian* (Bandung : PT. Grasindo, 2010), hlm. 79.

dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya, hal ini menunjukkan adanya dukungan item tersebut dalam mengungkapkan suatu yang ingin diungkap. Item biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada responden dengan menggunakan bentuk koesioner dengan tujuan untuk mengungkap sesuatu.⁴⁶

Adapun teknik korelasi yang biasa dipakai adalah teknik korelasi *productmoment* dan untuk mengetahui apakah nilai korelasi tiap-tiap pertanyaan itu signifikan, maka dapat dilihat pada tabel nilai *productmoment* atau menggunakan SPSS 22 untuk mengujinya. Untuk butir pertanyaan/pernyataan yang tidak valid harus dibuang atau tidak dipakai sebagai instrumen pertanyaan/pernyataan. Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu:⁴⁷

- a) Jika r_{hitung} positif, serta $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka butir atau item pertanyaan tersebut valid.s
- b) Jika r_{hitung} positif serta $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir atau item pertanyaan tersebut tidak valid.⁴⁸

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan koesioner. Maksudnya apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk

⁴⁶Duwipriyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), hlm. 51.

⁴⁸Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hlm. 55.

mengukur skala likert adalah *CronbachAlpha*. Untuk menentukan apakah instrumen reliabel atau tidak menggunakan program SPSS 22, dalam pengujian reliabilitas digunakan dengan metode *cronbach's alpha* yang dimana satu kuesioner dianggap reliabel apabila *cronbach's alpha* > 0,600.⁴⁹

F. Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis deskriptif digunakan untuk penggambaran tentang statistik data seperti rata-rata, maximum, minimum, dan lain sebagainya.⁵⁰Rata-rata merupakan alat pengukuran rata-rata yang paling populer untuk mengetahui karakteristik dari sekelompok data.⁵¹Keuntungan dari menghitung rata-rata adalah angka tersebut dapat digunakan sebagai gambaran atau wakil dari data yang diamati.Sedangkan maximum ialah nilai tertinggi dan minimum adalah nilai terendah.

2. Asumsi Dasar (Uji Prasyarat)

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel indepenpen atau keduanya mempunyai

⁴⁹*Ibid.*, hlm. 54.

⁵¹Singgih Santoso, *Statistik Deskriptif: Konsep dan Aplikasi Dengan Microsoft Excel Dan SPSS* (Yogyakarta: Andi Offset, 2003), hlm. 99.

distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dimasukkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov*. Pengambilan keputusan dari Uji Normalitas yang menggunakan metode Uji *Kolmogorov-Smirnov* maka kriteria pengujiannya sebagai berikut:⁵²

- 1) Jika nilai signifikan $< 0,10$, maka data tidak berdistribusi normal
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,10$, maka data berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi pearson atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearity* pada taraf signifikansi 0,10. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila nilai signifikansi kurang dari 0,10.

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,10$, maka kedua variabel mempunyai hubungan yang linear.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,10$, maka kedua variabel tidak mempunyai hubungan yang linear.

c. Asumsi Klasik

Dalam pengujian hipotesis berdasarkan analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini harus memenuhi asumsi klasik. Untuk

mendapatkan nilai pemeriksa yang tidak bias dan efisien dari suatu persamaan regresi linear berganda dengan metode kuadrat terkecil. Perlu dilakukan pengujian dengan memenuhi persyaratan asumsi klasik yang meliputi:⁵³

1) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Jika terjadi korelasi maka terdapat problem multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Kriteria pengambilan keputusan dalam multikolinearitas yaitu apabila nilai VIF (*variance inflation factor*) kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.⁵⁴

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu jika kondisi variansi erornya (Y) tidak identik. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan kriteria suatu regresi dikatakan terdeteksi

⁵³Nur Asnawi dan Masyhuri, *Op. Cit.*, hlm. 176-179.

heteroskedastisitas apabila diagram residualnya membentuk pola tertentu.⁵⁵

3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear berganda ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada variabel satu dengan kesalahan pada variabel lain. Jika terjadi korelasi, maka terjadi autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi.

Jika terjadi Autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak baik atau tidak layak dipakai prediksi. Ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji *durbin watson* (dw), dengan ketentuan sebagai berikut:⁵⁶

d. Uji Hipotesis

1. Koefisien Determinasi (R^2),

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data. Koefisien determinasi (R^2) menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan empat variabel yaitu regresi Y terhadap X_1 , X_2 , dan X_3 hal ini ingin diketahui bahwa seberapa besarnya persentase sumbangan X_1 , X_2 dan X_3 terhadap variasi (naik turunnya) Y secara bersama-

⁵⁵Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Undip, 2005), hlm. 104

sama. Besarnya persentase sumbangan ini disebut koefisien determinasi berganda dengan simbol R^2 .⁵⁷

Pengambilan keputusan koefisien determinasi yaitu: apabila Semakin besar nilai R^2 (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Apabila nilai $0 \leq R^2 \leq 1$ dapat diartikan sebagai berikut:

- a) $R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y.
- b) $R^2 = 1$, berarti ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk dapat meramalkan Y secara sempurna.⁵⁸

2. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan secara parsial atau individu, dengan menggunakan uji t statistik untuk masing-masing variabel bebas dengan tingkat kepercayaan tertentu. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dengan menggunakan aplikasi SPSS, maka pengambilan kesimpulan dengan cara berikut:⁵⁹

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

⁵⁸Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010), hlm. 64.

⁵⁹Duwi Priyatno, *Op.Cit.*, hlm. 83-84.

3. Uji Simultan (Uji f)

Uji f dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel X (independen) secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel Y (dependen) secara signifikan. Atau untuk mengetahui besarnya peluang untuk memperoleh kesalahan dalam mengambil keputusan. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:⁶⁰

- a. Apabila nilai f hitung $< f$ tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak ($\alpha = 0,1$).
- b. Apabila nilai f hitung $> f$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima ($\alpha = 0,1$).

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda mempunyai langkah yang hampir sama dengan analisis regresi linear sederhana. Yang menjadi pembeda antara kedua terletak pada variabel yang dimiliki peneliti. Analisis regresi adalah kelanjutan setelah uji validitas, realibilitas, dan uji asumsi klasik. Analisis regresi linear berganda merupakan persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel independen.

⁶⁰*Ibid*, hlm. 63-64.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Desa Huta Koje Kecamatan Padangsidempuan Tenggara adalah salah satu Desa yang ada di Kota Padangsidempuan. Penduduk Desa Huta Koje Kecamatan Padangsidempuan Tenggara berjumlah 1436 jiwa terdiri dari 733 orang laki-laki dan 703 orang perempuan dan jumlah KKnya 40 KK. Luas wilayah Desa Huta Koje Kecamatan Padangsidempuan Tenggara adalah 4.407 Ha yang dimanfaatkan sebagai permukiman, perkebunan pertanian dan lain sebagainya. Desa Huta Koje Kecamatan Padangsidempuan Tenggara terdapat beberapa fasilitas umum yang dapat mendukung dinamika masyarakat sehari-hari fasilitasnya itu antara lain Kantor Balai Desa, Masjid, Mushallah, dan sekolah MDA.

Sesuai dengan peraturan Daerah Kabupaten Tapanuli Selatan No.7 Tahun 2007 tentang perubahan nama Kecamatan Padangsidempuan Timur, Kecamatan Padangsidempuan Barat, dan Kecamatan Siais dalam daerah Kabupaten Tapanuli Selatan. Setelah terbitnya peraturan Daerah Kabupaten Tapanuli Selatan Nomor 5 Tahun 2010, maka Kecamatan Angkola Barat dimekarkan menjadi dua Kecamatan yaitu Kecamatan Angkola Barat sebagai Induk dan Kecamatan Angkola Sangjunur sebagai Kecamatan Pemekaran.⁶¹ Desa Parsalakan terletak di Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan. Desa Parsalakan berdiri pada tahun 1989, dimana pada awal berdirinya

⁶¹Profile Kecamatan, Portal Resmi Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapsel. <http://angkolabarat.tapselkab.go.id/hal-profile-kecamatan.html#> Akses 12 Maret 2023. Pukul 13.45WIB.

merupakan gabungan dari 4 desa, yaitu Huta Lambung dan Huta Koje, Tobing Aek Lubuk dan Lobu Jolok, Huta Tunggal, dan Huta Tonga Matogu. Saat ini Desa Parsalakan terdiri dari enam dusun, yaitu:

- a. Dusun I Huta Koje
- b. Dusun II Huta Lambung
- c. Dusun III Aek Lubuk
- d. Dusun IV Huta Tonga Matogu
- e. Dusun V Huta Tunggal
- f. Dusun VI Lobu Jelok

B. Analisis Hasil Penelitian

Untuk menguji data penelitian maka peneliti menggunakan program SPSS 23 sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan sebelum instrumen digunakan dalam pengumpulan data. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Uji coba dilakukan kepada 100 orang sebagai sampel penelitian. Untuk mencari validitas (kesahihan) dan reliabilitas (ketepatan).

a. Hasil Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas ini adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari suatu kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor variabel jawaban masing-masing responden dengan total skor variabel masing-masing. Uji

Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} .

Hasil dari uji validitas penelitian yaitu :

1) Uji Validitas Keputusan Nasabah (Y)

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas (Y)

Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,782	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,797	Dengan $n = 100$. Pada taraf Signifikan 10% Df $= (n-2) = (100-2)$ $= 98$ sehingga diperoleh r_{tabel} $= 0,1654$	Valid
3	0,859		Valid
4	0,780		Valid
5	0,789		Valid
6	0,795		Valid
7	0,706		Valid
8	0,717		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel di atas untuk variabel Keputusan Nasabah, r_{tabel} dengan jumlah sampel 100 dengan $df = n-2$ ($100-2=98$) adalah sebesar 0,1654. Sedangkan r_{hitung} nya dapat dilihat pada kolom *pearson correlation* (r_{hitung}), maka dapat dilihat dari pernyataan 1 sampai 7 dinyatakan valid.

2) Uji Validitas Budaya (X^1)

Tabel IV.2
Uji Validitas (X^1)

Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,829	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,845	Dengan $n= 100$. Pada taraf Siginifikan 10% Df $= (n-2) = (100-2)$ $= 98$ sehingga diperoleh r_{tabel} $= 0,1654$	Valid
3	0,876		Valid
4	0,833		Valid
5	0,788		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel di atas untuk variabel Budaya, r_{tabel} dengan jumlah sampel 100 dengan $df = n-2$ ($100-2=98$) adalah sebesar 0,1654. Sedangkan r_{hitung} nya dapat dilihat pada kolom *pearson correlation* (r_{hitung}), maka dapat dilihat dari pernyataan 1 sampai 7 dinyatakan valid.

3) Uji Validitas Pelayanan (X^2)

Tabel IV.3
Uji Validitas (X^2)

Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan	
1	0,836	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid	
2	0,866	Dengan $n= 100$. Pada taraf Siginifikan 10% Df $= (n-2) = (100-2)$ $= 98$ sehingga diperoleh r_{tabel} $= 0,1654$	Valid	
3	0,904		Valid	
4	0,908		Valid	
5	0,848		Valid	
6	0,887			

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel di atas untuk variabel Pelayanan, r_{tabel} dengan jumlah sampel 100 dengan $df = n-2$ ($100-2=98$) adalah sebesar 0,1654. Sedangkan r_{hitung} nya dapat dilihat pada kolom *pearson correlation* (r_{hitung}), maka dapat dilihat dari pernyataan 1 sampai 7 dinyatakan valid.

4) Uji Validitas Religiusitas (X^3)

Tabel IV.4
Uji Validitas (X^3)

Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,863	Instrumen valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ Dengan $n= 100$. Pada taraf Siginifikan 10% Df $= (n-2) = (100-2)$ $= 98$ sehingga diperoleh r_{tabel} $= 0, 1654$	Valid
2	0, 831		Valid
3	0,892		Valid
4	0,893		Valid
5	0,848		Valid
6	0,801		Valid
7	0,852		Valid
8	0,844		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel di atas untuk variabel Religiusitas, r_{tabel} dengan jumlah sampel 100 dengan $df = n-2$ ($100-2=98$) adalah sebesar 0,1654. Sedangkan r_{hitung} nya dapat dilihat pada kolom *pearson correlation* (r_{hitung}), maka dapat dilihat dari pernyataan 1 sampai 7 dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Untuk mengukur reabilitas dengan menggunakan statistik *cronbach alpha*. Instrumen reliabel jika *cronbach alpha* > 0,60.

1) Hasil Uji Reabilitas Keputusan Nasabah (Y)

Tabel IV.5
Hasil Uji Reabilitas (Y)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.906	.907	8

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* 0,906 > 0,6. maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan pernyataan pada variabel Keputusan Nasabah tersebut reliabel.

2) Uji Reliabilitas Budaya (X¹)

Tabel IV.6
Hasil Uji Reliabilitas (X¹)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.890	.891	5

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* 0,890 > 0,6. maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan pernyataan pada variabel Budaya tersebut reliabel.

3) Uji Reliabilitas Pelayanan (X^2)

Tabel IV.7

Hasil Uji Reliabilitas (X^2)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.938	.939	6

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* 0,938 > 0,6. maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan pernyataan pada variabel pelayanan tersebut reliabel.

4) Uji Reliabilitas Religiusitas (X^3)

Tabel IV.8

Hasil Uji Reliabilitas (X^3)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.946	.947	8

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* 0,946 > 0,6. maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan pernyataan pada variabel religiusitas tersebut reliabel.

2. Uji Analisis Deskriptif

Tabel IV.9
Hasil Uji Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
KEPUTUSAN	27.8315	7.93473	89
BUDAYA	16.9213	5.61294	89
PELAYANAN	21.0337	7.15486	89
RELIGIUSITAS	27.6404	9.02930	89

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel IV.4 di atas, dapat dilihat bahwa jumlah data (N) sebanyak 89 dengan penjelasan sebagai berikut:

- a. variabel Budaya dengan jumlah data (N) yang diolah adalah 89, mean (rata-rata) Budaya sebesar 16,9213 standar deviasi (penyimpangan data dengan nilai rata-rata) sebesar 5,61294.
- b. variabel Pelayanan dengan jumlah data (N) yang diolah adalah 89, mean (rata-rata) Budaya sebesar 21,0337 standar deviasi (penyimpangan data dengan nilai rata-rata) sebesar 7,15486.
- c. variabel Religius dengan jumlah data (N) yang diolah adalah 89, mean (rata-rata) Budaya sebesar 27,6404 standar deviasi (penyimpangan data dengan nilai rata-rata) sebesar 9,02930.
- d. variabel Budaya dengan jumlah data (N) yang diolah adalah 89, mean (rata-rata) Budaya sebesar 27,8315 standar deviasi (penyimpangan data dengan nilai rata-rata) sebesar 9,02930.

3. Uji Normalitas

Tabel IV.10
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.75863726
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.112
	Negative	-.061
Test Statistic		.112
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Tabel diperoleh kesimpulan bahwa nilai signifikan adalah 0,200 dan lebih besar dari 0,1 ($0,200 > 0,1$). Jadi dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov Test*.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Tabel IV.11
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	BUDAYA	.404	2.476
	PELAYANAN	.312	3.209
	RELIGIUSITAS	.510	1.961

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

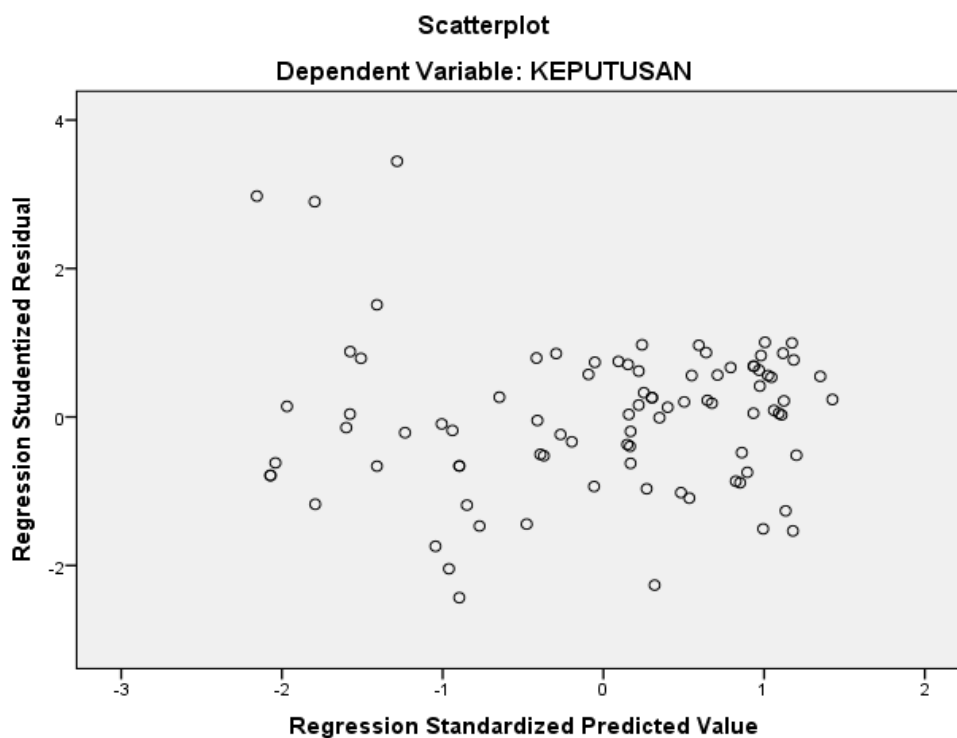
Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Tabel diperoleh kesimpulan bahwa nilai Tolerance dari variabel Budaya (X1) adalah $0,404 > 0,1$, variabel Pelayanan (X2) $0,312 > 0,1$, variabel Religiusitas (X3) $0,510 > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari kedua variabel diatas lebih besar dari 0,1 (nilai *Tolerance* $> 0,1$) sehingga bebas dari multikolinearitas.

Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel budaya(X1) 2,476 < 10 , variabel pelayanan (X2) 0,838 < 10 , variabel religiusitas (X3) 1,961 < 10 . Jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari kedua variabel diatas lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 10) sehingga bebas dari multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Gambar IV.12
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Gambar dapat dilihat bahwa titik-titik membentuk suatu pola tertentu. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Tabel IV.13
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.800 ^a	.640	.628	4.84189	1.802
a. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, BUDAYA, PELAYANAN					
b. Dependent Variable: KEPUTUSAN					

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Berdasarkan hasil uji autokorelasi maka diperoleh kesimpulan 1.802 maka artinya tidak terjadi autokorelasi.

5. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil uji parsial (Uji T)

Tabel IV.14
Uji T

Coefficients ^a			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	3.564	.001
	BUDAYA	2.459	.016
	PELAYANAN	3.287	.001
	RELIGIUSITAS	2.853	.005
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN			

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $(df) = n - k - 1 = 89 - 2 - 1 = 86$, dengan menggunakan uji dua sisi $10\% : 2 = 5 (0,05)$. Dimana

n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel independen. Hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,987 jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_a diterima.

1. Variabel Budaya

Variabel budaya terhadap Keputusan Nasabah diperoleh nilai sebesar $2,459 > 1,987$ artinya secara signifikansi H_a diterima dan H_0 ditolak, jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa Budaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah.

2. Variabel Pelayanan

Variabel pelayanan terhadap Keputusan Nasabah diperoleh nilai sebesar $3,287 > 1,987$ artinya secara signifikansi H_a diterima dan H_0 ditolak, jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah.

3. Variabel Religiusitas

Variabel religiusitas terhadap Keputusan Nasabah diperoleh nilai sebesar $2,853 > 1,987$ artinya secara signifikansi H_a diterima dan H_0 ditolak, jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah.

b. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel IV.15
Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3547.745	3	1182.582	50.443	.000 ^b
	Residual	1992.727	85	23.444		
	Total	5540.472	88			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN
b. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, BUDAYA, PELAYANAN

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel di atas nilai F_{hitung} sebesar 50.443 dan F_{tabel} sebesar 3,099 dengan df 97. Maka diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak, Artinya Budaya, Pelayanan dan Religiusitas terdapat pengaruh terhadap keputusan nasabah.

c. Hasil uji koefisien determinasi (R^2)

Tabel IV.16
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800 ^a	.640	.628	4.84189

a. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, BUDAYA, PELAYANAN

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Tabel diperoleh kesimpulan bahwa nilai R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0,628. Menunjukkan bahwa 6,28 % variabel budaya, pelayanan, dan religiusitas terhadap keputusan nasabah. Sedangkan 93,72% sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

6. Uji Analisis Regresi Berganda

Tabel IV.17
Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.565	1.842		3.564	.001
	BUDAYA	.356	.145	.252	2.459	.016
	PELAYANAN	.425	.129	.383	3.287	.001
	RELIGIUSITAS	.228	.080	.260	2.853	.005

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda adalah:

$$Y = \alpha + b_1BD + b_2PL + b_3RL + e$$

$$KN = 6,565 + 0,356 + 0,425PL + 0,228 RL$$

Keterangan:

PL = Variabel dependen pertumbuhan laba

X₁ = Variabel independen Budaya

X₂ = Variabel independen Pelayanan

X₃ = Variabel independen Religius

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut

- Nilai konstanta sebesar 6,565, menyatakan bahwa jika budaya, pelayanan dan religiusitas diasumsikan 0, maka keputusan nasabah adalah sebesar 6,565 satuan.

- b. Nilai koefisien regresi variabel budaya (b_1) sebesar 0,356, menunjukkan variabel budaya mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah, yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel budaya, maka akan mempengaruhi keputusan nasabah, dan sebaliknya dengan anggapan variabel lain tetap.
- c. Nilai koefisien regresi variabel pelayanan (b_2) sebesar 0,425, menunjukkan variabel pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah, yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel pelayanan, maka akan mempengaruhi keputusan nasabah sebesar 0,425, dan sebaliknya dengan anggapan variabel lain tetap.
- d. Nilai koefisien regresi variabel religiusitas (b_2) sebesar 0,228, menunjukkan variabel religiusitas mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan nasabah, yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel religiusitas, maka akan mempengaruhi keputusan nasabah sebesar 0,228, dan sebaliknya dengan anggapan variabel lain tetap.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil interpretasi dari hasil regresi tersebut terhadap signifikansi masing-masing variabel yang diteliti dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh budaya terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial, pada variabel budaya memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,459, t_{tabel} sebesar 1,987. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,459 > 1,987$), artinya secara signifikansi H_0 ditolak.

Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh budaya terhadap keputusan nasabah. Hal ini dikarenakan budaya di Desa Huta Koje ini masih kental maka dari itu masyarakat disana mengikuti tradisi atau kebiasaan yang terjadi di Desa Huta Koje tersebut baikpun dalam memilih bank.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Atin Yulaifah yang meneliti tentang Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah yang menyatakan bahwa budaya tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. Hal ini dikarenakan masyarakat disana memilih bank syariah bukan karena pengaruh kelas social, keagamaan, lingkungan sekitar ataupun sebagainya.⁶²

2. Pengaruh pelayanan terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial, pada variabel pelayanan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 3,287, t_{tabel} sebesar 1,987. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,287 > 1,987$). artinya secara signifikansi H_0 ditolak.

Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah. Hal ini dikarenakan banyaknya pertimbangan nasabah memilih bank syariah karena pelayanan yang diberikan oleh pihak

⁶²Atin Yulaifah, "Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah" (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011), hlm. 69.

bank baik itu dari bukti fisiknya yaitu fasilitas gedung, parkir, dan penampilan karyawannya yang baik. Kemudian kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan informasi yang jelas sehingga nasabah mudah untuk memahaminya, sopan santun karyawan bank dalam hal melayani nasabah dan memberikan perhatian tulus dengan berupaya memahami keinginan nasabah sehingga masyarakat di Desa Huta Kojé ini berminat memilih bank syariah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Kharis Cahyadi yang meneliti tentang Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah Pada bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Mataram Selong yang menyatakan bahwa variabel budaya tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Hal ini dikarenakan budaya tidak ada kaitannya dengan keputusan dalam memilih bank syariah ataupun konvensional. Variabel pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Hal ini dikarenakan pelayanan berupa keramahan petugas bank merupakan salah satu faktor nasabah memilih bank syariah.⁶³

⁶³Kharis Cahyadi, "Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih jasa perbankan syariah pada bank syariah mandiri cabang pembantu mataram selong", (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2015), hlm. 84.

3. Pengaruh religiusitas terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial, pada variabel religiusitas memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,853, t_{tabel} sebesar 1,987. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,853 > 1,987$), artinya secara signifikansi H_0 ditolak.

Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah. Hal ini dikarenakan ketaatan terhadap agama untuk menunjukkan komitmen seseorang terhadap agama yang dianutnya, yaitu seseorang memilih bank syariah sesuai dengan apa yang diajarkan dalam agamanya. Kemudian mengenai pengetahuan agama, seseorang yang memilih bank syariah karena tahu bank syariah itu tidak memiliki yang diharamkan di dalam agama Islam seperti riba maka dari itu seseorang memilih bank syariah karena tahu bank syariah itu tidak memakai istilah riba tetapi istilah bagi hasil.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda yang meneliti tentang Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah yang menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah. Hal ini disebabkan faktor keagamaan bukan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan memilih bank syariah karena semakin tinggi tingkat religiusitas nasabah maka akan semakin menurunkan tingkat keputusan memilih bank syariah.⁶⁴

⁶⁴Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda, "Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah", dalam *Jurnal Perbankan Syariah*, Volume 2, No.2, 2021, hlm. 126.

4. Pengaruh budaya, pelayanan dan religiusitas terhadap keputusan nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan, dalam penelitian ini $F_{hitung} > F_{tabel}$, $50,443 > 3,099$ artinya secara signifikansi H_0 ditolak.

Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh budaya, pelayanan dan religiusitas terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah. Hal ini dikarenakan budaya di Desa Huta Koje yang masih kental, pelayanan dari pihak bank yang sangat memuaskan contohnya dari hal penjelasan karyawan kepada nasabah, dan masyarakat di Desa Huta Koje ini memilih bank syariah karena sesuai dengan agama yang dianutnya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Annisa Wahyul Kharimah yang meneliti tentang Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah yang menyatakan bahwa variabel budaya tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Hal ini dikarenakan budaya tidak ada kaitannya dengan keputusan dalam memilih bank syariah ataupun konvensional. Variabel pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Hal ini dikarenakan pelayanan berupa keramahan petugas bank merupakan salah satu faktor nasabah memilih bank syariah.⁶⁵

⁶⁵ Annisa Wahyul Kharimah, "Pengaruh Budaya, Psikologis, Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan tentang Produk Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah", dalam *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Volume 2, No. 2, 2018, hlm. 82.

D. Keterbatasan Hasil Penelitian

Selama melaksanakan penelitian ini banyak keterbatasan-keterbatasan dalam menyelesaikan skripsi ini. Sehingga perlu dilakukan langkah-langkah agar hasil yang diperoleh maksimal. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna tidaklah mudah, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan.

Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama proses penelitian dalam hal penyusunan skripsi diantaranya adalah:

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti khususnya mengenai variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini.
2. Keterbatasan waktu dan dana penelitian yang kurang mencukupi untuk penelitian lebih lanjut.
4. Keterbatasan mengambil data dan tahun dalam penelitian ini terbentuk data sekunder, dimana penelitian hanya mengambil data seperlunya saja.
5. Keterbatasan dalam mengambil variabel yang digunakan dalam penelitian yaitu variabel yang hanya terfokus pada variabel budaya, pelayanan, dan religiusitas terhadap keputusan nasabah.

Walaupun demikian keterbatasan yang dihadapi peneliti tidak mengurangi makna dan tujuan dalam penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak serta Allah SWT skripsi ini dapat terselesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian yang berjudul “Determinan Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah di Desa Huta Koje, Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan”.

dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh Budaya terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah di Desa Huta Koje, Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan.
2. Terdapat pengaruh Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah di Desa Huta Koje, Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan.
3. Terdapat pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah di Desa Huta Koje, Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan.
4. Terdapat pengaruh Budaya, Pelayanan dan Religiusitas secara bersama-sama terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah di Desa Huta Koje, Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan.

B. Saran

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

1. Bagi pihak Bank Syariah diharapkan memberikan pelayanan yang lebih baik lagi kepada konsumennya.

2. Bagi pihak Konsumen nya tersendiri, diharapkan agar melakukan Pelayanan dimasa sekarang dengan mengikuti teknologi yang semakin canggih.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel lain yang mempengaruhi terhadap Keputusan Nasabah Bank Syariah di Desa Huta Koje, Kecamatan Angkola Barat Kabupaten Tapanuli Selatan.
4. Bagi pembaca diharapkan setelah membaca skripsi ini dapat memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini

DAFTAR PUSTAKA

- Atin Yulaifah, “Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologi Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah”, *Skripsi* Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011.
- Ali Mursi, “Faktor Determinan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah”, *Jurnal Dianmika Manajemen*, Volume 5, No. 1, Januari 2014.
- Anti, Wawancara di Desa Hutakoje, Kec. Angkola Barat, Kab. Tapanuli Selatan, Senin 21 Agustus 2021, Pukul 09.00 WIB.
- Armen Harahap, Wawancara di Desa Hutakoje, Kec. Angkola Barat, Kan. Tapanuli Selatan 23 Agustus 2021, pukul 10.12 WIB.
- Amini, *Perilaku Organisasi Bandung*: Citapustaka Media, 2004.
- Abuddin Nata, *Paradigma Pendidikan Islam* Jakarta: Grasindo, 2011.
- Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif* Jakarta: PT. Grasindo, 2009.
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* Jakarta: kencana, 2006
- Bambang Prasetyo, *Metodelogi Penelitian Bandung* : PT. Grasindo, 2010.
- Darmanto, *Manajemen Pemasaran* Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Djamaluddin Ancok & Fuat Nashori Suroso, *Psikologi Islami*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.
- Duwipriyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014.
- Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen* Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Fuad Nashory & Rachmy Diana Mucharam, *Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Psikologi Islam* Yogyakarta: Menara Kudus, 2002.
- Febrina Sari, *Pengambilan Keputusan* Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Ismail, *Perbankan Syariah* Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup, 2011.

- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* Semarang: Badan Penerbit Undip, 2005.
- Jalaludin Rahmat, *Psikologi Agama*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2018.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah* Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Juhaya S. Pradja, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* Yogyakarta: Andi Offset, 1995.
- M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen* Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: UnitomoPress, 2019.
- Muhammad, *Bank Syariah Problem dan Proses Perkembangan di Indonesia* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen* Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.
- Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen* Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013.
- Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran* Jakarta: Pren Hallindo, 1997.
- Philip Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran* Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009.
- Prasetyo dan Irwansyah, Memahami Masyarakat dan Perspektifnya, dalam *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, Volume 1, No. 1, 2019.
- Rahardja Pratama, *Pengantar Ilmu Ekonomi, Makro Ekonomi dan Mikro Ekonomi* Jakarta: Universitas Indonesia, 2008
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* Bandung: Alfabeta, 2012.
- Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian* Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2005.
- Singgih Santoso, *Statistik Deskriptif: Konsep dan Aplikasi Dengan Microsoft Excel Dan SPSS* Yogyakarta: Andi Offset, 2003.

Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika* Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010

Subana & Sudrajat, *Dasar-Dasar Penelitian Ilmiah* Bandung: Pustaka Setia, 2011.

Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen* Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.

Ujang Sumarwan dkk, *Riset Pemasaran dan Konsumen* Bogor: PT. Penerbit IPB Press, 2011.

W.J.S Poerwadarminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* Jakarta: Balai Pustaka, 2011.

W. Gulo, *Metodelogi Penelitian* Jakarta: PT. Grasindo, 2010.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : ARSAT KURNIAWAN
NIM : 17 401 00216
Tempat,Tanggal Lahir: Aek lubuk, 10 Januari 2000
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Anak ke : 1 dari 2 bersaudara
Alamat Lengkap : Huta Koje ,parsalakan .kec Angkola Barat.kabupaten
Tapanuli Selatan
No. Hp dan Email : 081260772771 dan arsatkurniawan1099@gmail.com
Kewarganegaraan : Indonesia

DATA ORANG TUA / WALI

Nama Ayah : Armen harahap
Pekerjaan : wirasuasta
Nama Ibu : Suryati Dalimunthe
Pekerjaan : wirasuasta

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2005-2011 : SD Aek lubuk no.100105
Tahun 2011-2014 : MTs YPKS Padangsidimpuan
Tahun 2014-2017 : SMA Negeri 6 Padangsidimpuan
Tahun 2017-Sekarang: UIN SYAHADA Padangsidimpuan Fakultas Ekonomi
Dan Bisnis Islam