

**PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, DAN
PELAYANAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI
NASABAH BPRS BHAKTI SUMEKAR CABANG GANDING**

SKRIPSI



Oleh

**ERIC HIDAYAT
NIM: 18540150**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2023**

HALAMAN JUDUL
PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, DAN
PELAYANAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI
NASABAH BPRS BHAKTI SUMEKAR CABANG GANDING

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

ERIC HIDAYAT
NIM: 18540150

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2023

LEMBAR PERSETUJUAN

**Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Pelayanan
Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah BPRS Bhakti
Sumekar Cabang Ganding**

SKRIPSI

**Oleh
ERIC HIDAYAT
NIM: 18540150**

**Telah Disetujui Pada Tanggal 12 Juni 2023
Dosen Pembimbing,**



Dr. Fani Firmansyah, SE., MM

NIP.197701232009121001

LEMBAR PENGESAHAN

Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Pelayanan Terhadap
Minat Masyarakat Menjadi Nasabah BPRS Bhakti Sumekar
Cabang Ganding

SKRIPSI

Oleh

ERIC HIDAYAT

NIM : 18540150

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E.)
Pada 27 Juni 2023

Susunan Dewan Penguji:

Tanda
Tangan

1 Ketua Penguji

Dr. Segaf, S.E., M.Sc

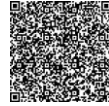
NIP. 19760215201608011049



2 Anggota Penguji

Titis Miranti, M.Si

NIP. 19920130201802012195



3 Sekertaris Penguji

Dr. Fani Firmansyah, SE., MM

NIP. 197701232009121001



Disahkan Oleh:
Ketua Program Studi



Yayuk Sri Rahayu, MM

NIP. 197708262008012011

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Eric Hidayat
NIM : 18540150
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS NASABAH BPRS BHAKTI SUMEKAR CABANG GANDING)

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dana tau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 07 Juni 2023

Hormat Saya,



Eric Hidayat

NIM. 18540150

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ilmiah ini saya persembahkan kepada:

Ayah dan Ibu tercinta:
Masyhuri dan Nuriskiyah

Dosen Pembimbing:
Fani Firmansyah, SE., MM

Kakak tercinta:
Fitriatul Hasanah, Veryl Hasan, dan Ladya Shafiyatin

Sahabat REIZGAVIOZA:
E. Haikal Firdan, Fariduddin Aththar, Ilhamuddin Muhammad, Mohammad Arvil
Abdillah, dan Yafie Mua'fie

Teman-teman satu jurusan:
Agil Dwi Cahyo, Syahroni Eka Putra, Khofif Nurmanuddin dan teman-teman satu
angkatan

Keluarga besar Ikatan Keluarga Besar Al-Amien (IKBAL) Malang Raya:
Fahrur Rozi, Rifqi Fadhil dan seluruh teman-teman kepengurusan IKBAL Malang
Raya Periode 2022-2023

MOTTO

Candaan jika tidak dilebihkan,
akan jadi kebohongan jika sudah berlalu

KATA PENGANTAR

Segala puji syukurkehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding”.

Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan kita nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang yakni dinul Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang tidak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M.Zainuddin selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Yayuk Sri Rahayu, SE., M.M., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
4. Bapak Dr. Fani Firmansyah, SE., MM., selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, masukan dan arahan selama penyusunan skripsi.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Ayah dan ibu serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan do‘a dan dukungan secara moral dan spritual.
7. Haikal, Aththar, Ilham Aping dan Yafie sebagai teman yang telah memberikan banyak do’a dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.

8. Seluruh responden yang telah berkenan meluangkan waktunya mengisi kuesioner penelitian dalam proses penyusunan skripsi.
9. Seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya dengan segala ketulusan hati saya ucapkan terimakasih atas perhatiannya pada penulisan skripsi ini, dan penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat untuk semuanya. Dengan segala kerendahan hati, penulis sangat mengharapkan saran-saran dan kritikan yang bersifat konstruktif dari para pembaca untuk peningkatan skripsi ini.

Malang, 07 Juni 2023

Penulis

Eric Hidayat

NIM : 18540150

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSRTAK.....	xvi
ABSRTACT	xvii
ملخص	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2. Manfaat Praktis	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	13
2.2 Kajian Teoritis	21
2.2.1 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.....	21

2.2.2	Minat.....	25
2.2.3	Pengetahuan	27
2.2.4	Religiusitas	29
2.2.5	Pelayanan	33
2.3	Kerangka Konseptual.....	37
2.4	Hipotesis.....	38
BAB III METODE PENELITIAN		41
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian	41
3.2	Lokasi Penelitian	41
3.3	Populasi dan Sampel	42
3.3.1	Populasi.....	42
3.3.2	Sampel.....	42
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.5	Data dan Jenis Data.....	43
3.5.1	Data Primer	43
3.5.2	Data Sekunder	44
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6.1	Metode Angket (quesionerre).....	44
3.6.2	Metode Studi Kepustakaan	45
3.7	Definisi Operasional Variabel	45
3.7.1	Pengetahaun (X1)	45
3.7.2	Religiusitas (X2).....	46
3.7.3	Pelayanan (X3).....	46
3.7.4	Minat (Y).....	47

3.8	Skala Pengukuran	49
3.9	Uji Insrumen.....	50
3.9.1	Uji Validitas	50
3.9.2	Uji Reliabilitas.....	51
3.10	Analisis Data.....	52
3.10.1	Uji Asumsi Klasik.....	52
3.10.2	Uji Regresi Linier Berganda.....	55
3.10.3	Uji Hipotesis	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		61
4.1.	Hasil Penelitian.....	61
4.1.1.	Karakteristik Responden	61
4.1.2.	Gambaran Umum Variabel.....	68
4.2.	Pembahasan.....	89
4.2.1.	Pembahasan Pengetahuan (X1) Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding (Y).....	89
4.2.2.	Pembahasan Pelayanan (X3) Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding (Y).....	91
4.2.3.	Pembahasan Pelayanan (X3) Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding (Y).....	93

4.2.4. Pembahasan Pengetahuan (X1), Religiusitas (X2), dan Pelayanan (X3), Secara Simultan Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding (Y).....	94
BAB V PENUTUP	98
5.1. Kesimpulan.....	98
5.2. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3. 1 Indikator Setiap Variabel Penelitian.....	47
Tabel 3. 2 Kategori Koefisien Reliabilitas	52
Tabel 4. 1 Uji Validitas Semua Variabel	74
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4. 3 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	77
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinieritas	78
Tabel 4. 5 Hasil Uji Glejser.....	80
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	81
Tabel 4. 7 Hasil Uji Parsial (Berdasarkan nilai signifikan).....	83
Tabel 4. 8 Hasil Uji Parsial (Berdasarkan nilai t hitung)	83
Tabel 4. 9 Hasil Uji Simultan (Uji F)	87
Tabel 4. 10 Hasil Uji Detrminasi (R^2)	88
Tabel 4. 11 Hasil Sumbangan Efektif (SE) & Sumbangan Relatif (SR)	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Kantor BPRS di Indonesia	3
Gambar 1. 2 Perkembangan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding 2019-2021 (dalam juta)	5
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	37
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender.....	61
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	63
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan	66
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan Perbulan	67
Gambar 4. 7 Dostribusi Frekuensi Item Pengetahuan (X1)	69
Gambar 4. 8 Distribusi Frekuensi Item Religiusitas (X2).....	70
Gambar 4. 9 Distribusi Frekuensi Item Pelayanan (X3).....	71
Gambar 4. 10 Distribusi Frekuensi Item Minat (Y).....	72
Gambar 4. 11 Normal Probability Plot	77
Gambar 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Olah Data.....
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
Lampiran 3 Data Penelitian.....
Lampiran 4 Surat Balasan Penelitian.....
Lampiran 5 Jurnal Bimbingan
Lampiran 6 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme
Lampiran 7 Hasil Cek Turnitin.....
Lampiran 8 Biodata Peneliti.....

ABSRTAK

Eric Hidayat, 2023 SKRIPSI, Judul: Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding

Pembimbing : Dr. Fani Firmansyah, SE., MM

Kata Kunci : Pengetahuan, Religiusitas, Pelayanan, Minat, BPRS

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding di Kecamatan Ganding-Sumenep. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada 95 nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding. Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS versi 16.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman tentang produk, tingkat religiusitas, dan kualitas pelayanan BPRS Bhakti Sumekar yang baik berperan penting dalam mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan layanan perbankan syariah.

ABSRTACT

Eric Hidayat, 2023 THESIS, Title: The Influence of Knowledge, Religiosity, and Service on the Public's Interest in Becoming Customers of Islamic Rular Banks Bhakti Sumekar Ganding Branch)

Advisor : Dr. Fani Firmansyah, SE., MM

Keyword : Knowledge, Religiosity, Service, Interest, Islamic Rular Banks

This study aims to explore the influence of knowledge, religiosity, and service on the public's interest in becoming customers of Islamic Rular Banks Bhakti Sumekar, Ganding branch in Ganding-Sumenep district. The research method used is quantitative with a descriptive approach. Primary data was collected through the distribution of questionnaires directly to 95 customers of Islamic Rular Banks Bhakti Sumekar, Ganding branch. Data analysis was conducted using multiple linear regression method with SPSS software version 16.0. The results of the study indicate that the variables of knowledge, religiosity, and service, both partially and simultaneously, have a significant influence on the public's interest in becoming customers of Islamic Rular Banks Bhakti Sumekar, Ganding branch. These findings suggest that understanding of the products, level of religiosity, and good service quality provided by Islamic Rular Banks Bhakti Sumekar play an important role in influencing the public's interest in using Islamic banking services.

ملخص

إيريك هداية، 2023 بحث العلمي، الموضوع: تأثير المعرفة والتدين والخدمة على رغبة الجمهور في أن يكونوا عملاء للبنوك الإسلامية بحاكمة سوميكار فرع قاندينغ.

المستشار : د. فانيي فرمانسية، S.E.,M.M.

الكلمات المفتاحية : المعرفة، التدين، الخدمة، الإهتمام، البنوك الإسلامية

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير المعرفة والتدين والخدمة على رغبة الجمهور في أن يكونوا عملاء للبنوك الإسلامية بحاكمة سوميكار فرع قاندينغ في منطقة قاندينغ-سومينيب. تم استخدام المنهج الكمي مع نهج وصفي في البحث. تم جمع البيانات الأولية من خلال توزيع استبيان مباشرة على 95 عميلاً في البنوك الإسلامية بحاكمة سوميكار فرع قاندينغ. تم تحليل البيانات باستخدام طريقة الانحدار الخطي المتعدد باستخدام برنامج SPSS الإصدار 16.0. أظهرت نتائج الدراسة أن المتغيرات المتعلقة بالمعرفة والتدين والخدمة لها تأثير معنوي على رغبة الجمهور في أن يكونوا عملاء للبنوك الإسلامية بحاكمة سوميكار فرع قاندينغ. تشير هذه النتائج إلى أن الفهم السليم للمنتجات ومستوى التدين وجودة الخدمة في البنوك الإسلامية بحاكمة سوميكار يلعبون دوراً مهماً في التأثير على رغبة الجمهور في استخدام خدمات البنوك الإسلامية.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi menjadikan kehidupan masyarakat terus berubah dari tahun ke tahun. Kegiatan-kegiatan sederhana yang hanya dilakukan dengan alat-alat sederhana mulai tergantikan oleh adanya mesin. Dengan teknologi tersebut menjadikan setiap kegiatan masyarakat semakin baik. Dengan teknologi tersebut dapat mengefektif dan mengefisienkan setiap aktifitas. Salah satu contoh dalam dunia perbankan yaitu penggunaan mesin ATM, yang memudahkan masyarakat dalam setiap transaksi baik tunai maupun non-tunai tanpa harus datang ke bank.

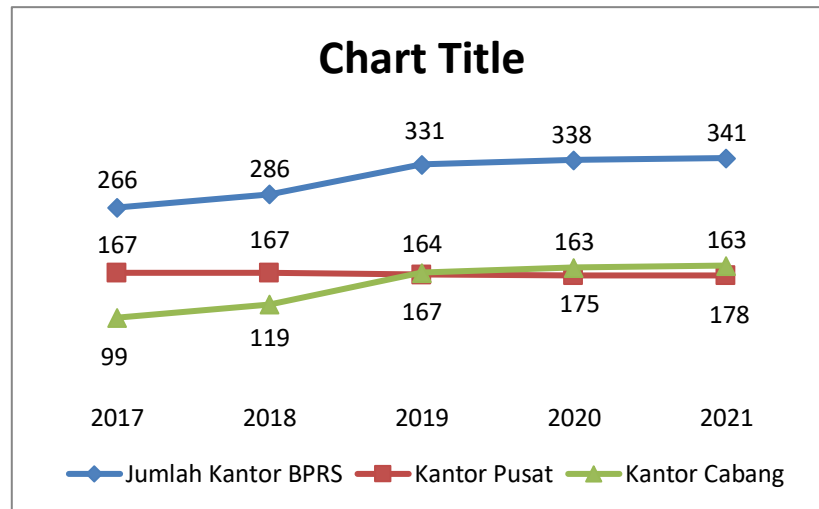
Industri lembaga keuangan yang semakin banyak bermunculan, salah satunya adalah perbankan syariah. Konsep bank syariah atau bank Islam secara umum didefinisikan sebagai bank yang dalam sistem pengoperasiannya dijalankan berlandaskan pada prinsip atau pedoman-pedoman syariah. Prinsip syariah yang dimaksud adalah mengacu pada pedoman-pedoman keislaman yang digunakan sebagai aturan dalam setiap transaksi yang dilakukan antara bank dengan pihak lain seperti simpanan, pembiayaan usaha atau kegiatan lainnya yang dinyatakan halal secara syariat Islam.

Definisi bank sebagaimana yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 adalah badan usaha yang melakukan penghimpunan dana dalam bentuk simpanan dari masyarakat serta pendistribusian dana dilakukan dalam bentuk bentuk kredit atau layanan keuangan lainnya kepada masyarakat. Jenis-

jenis perbankan syariah dapat dibedakan menjadi Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) dapat didefinisikan sebagai lembaga keuangan syariah yang tidak menyertakan dalam kegiatannya pelayanan dalam proses transaksi pembayaran (Sutedi, 2009). Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sebagaimana dijelaskan dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008, disebut sebagai lembaga perbankan yang dalam penerapannya menggunakan prinsip ekonomi Islam. Dalam pengoperasiannya, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah melarang pengambilan tambahan dalam bentuk apapun yang biasa juga disebut sebagai praktik riba. Dalam setiap pelaksanaannya, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah akan mengacu pada landasan-landasan yang dijelaskan dalam Al-Qu'an dan hadits. Dalam operasinya, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah tunduk pada aturan dan pengawasan yang sesuai dengan syariat Islam, yang melarang pengenaan bunga atau tambahan dalam transaksi perbankan. Dalam masa rentang lima tahun terakhir, tren yang berkembang pada BPRS di Indonesia menunjukkan kinerja yang positif walaupun dalam masa persaingan yang sangat ketat antar LJK dan ketidakpastian akibat Covid-19. Salah satunya dapat dilihat dari data jumlah kantor, baik kantor pusat atau kantor cabang.

Gambar 1. 1
Jumlah Kantor BPRS di Indonesia



Sumber: OJK (2021)

Pada gambar terlihat perkembangan BPRS di Indonesia, menunjukkan jumlah kantor BPRS secara keseluruhan selalu mengalami peningkatan. Jika melihat kepada kantor pusat, terdapat penurunan pada tahun 2020, bertepatan dengan adanya wabah Covid-19 yang artinya secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi perkembangan BPRS semasa pandemi tersebut. Namun perkembangan pada jumlah kantor cabang selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukkan respon dan minat masyarakat yang tetap positif terhadap perkembangan BPRS walaupun ditengah adanya pandemi Covid-19.

Perkembangan lembaga perbankan syariah dan lembaga keuangan non-Bank Pembiayaan Rakyat Syariah tidak berpusat hanya di daerah kota besar, namun luas penyebarannya juga mencapai lapisan wilayah lainnya, tak terkecuali wilayah pedesaan. Hal ini tidak membatasi tujuan lembaga keuangan syariah tidak hanya untuk mensejahterakan kehidupan masyarakat kota namun juga mencakup

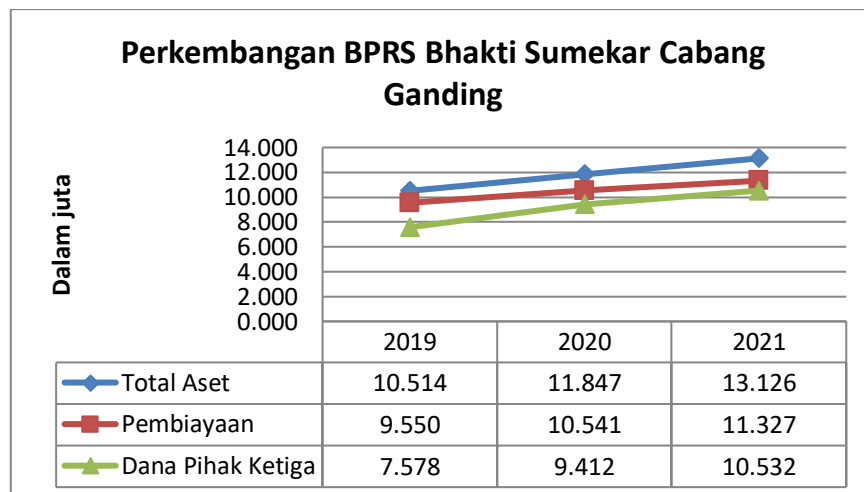
seluruh wilayah masyarakat kota dan desa. Lembaga keuangan syariah memiliki peran sebagai sarana yang sangat dibutuhkan masyarakat dalam berbagai kegiatan perekonomian, termasuk masyarakat di Kecamatan Ganding. Pada saat ini masyarakat sudah bisa melakukan transaksi di bank syariah atau lembaga keuangan syariah lainnya. Pihak lembaga keuangan syariah telah menyediakan berbagai fasilitas yang dapat membantu dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, antara lain masyarakat dapat menyimpan uang dan melakukan peminjaman serta menggadaikan barang. Terdapat beberapa lembaga keuangan syariah di Kecamatan Ganding diantaranya; Pegadaian Syariah, BMT NU dan BPRS Bhakti Sumekar yang menjadi salah satu lembaga keuangan terbesar di Kecamatan Ganding. Terdapat total 17 lembaga keuangan dengan rincian, 2 Bank, 12 Koperasi Simpan Pinjam, 2 Pegadaian dan 1 Koperasi Unit Desa.

Yang menjadi subjek penelitian dalam penelitian ini adalah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding yang berlokasi di Jl. Raya Pasar Ganding, Kecamatan Ganding atau lebih tepatnya nasabah BPRS tersebut. BPRS Bhakti Sumekar (dahulu bernama BPR Bhakti Sumekar) adalah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah milik pemerintah Kabupaten Sumenep yang berdiri sejak tahun 2002. BPRS Bhakti Sumekar berkantor pusat di Sumenep dengan dua cabang yaitu di Pamekasan dan Jember dan layanan kantor kas yang tersebar di seluruh Kabupaten Sumenep, salah satunya di Kecamatan Ganding.

Penentuan lokasi ini didasarkan pada adanya peningkatan yang cukup signifikan yang dapat diperlihatkan BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding dalam kurun waktu tiga tahun terakhir. Diantaranya terdapat peningkatan pada beberapa

indikator keuangan seperti total aset, pembiayaan dan dana pihak ketiga yang dijelaskan pada gambar dibawah ini:

Gambar 1. 2
Perkembangan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding 2019-2021
(dalam juta)



Sumber: Laporan tahunan BPRS Bhakti Sumekar 2020 dan 2021

Berdasarkan gambar diatas menjelaskan bahwa perkembangan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding mengalami beberapa peningkatan di beberapa sektor seperti aset, pembiayaan dan dana pihak ketiga. Perkembangan ini menunjukkan bahwa terdapat peningkatan minat masyarakat terhadap BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding yang didasarkan pada faktor-faktor tertentu. Dari penelitian yang dilakukan Jamil, Yuliyana, dan Sulistyawati (2022) yang menjelaskan bahwa salah satu desa di Kecamatan Ganding terlihat lebih aktif menggunakan jasa lembaga keuangan konvensional, mulai dari transaksi isi ulang pulsa, tarik maupun setor tunai, pembayaran listrik Prabayar dan beberapa transaksi lainnya. Adanya Bank Mekar yang memberikan jasa kredit kepada masyarakat juga memiliki daya tarik tertentu walaupun mengandung unsur riba yang memberatkan bagi masyarakat. Oleh karena itu, BPRS Bhakti Sumekar memiliki tanggung

jawab untuk mengembangkan strategi agar dapat menjangkau pangsa pasar yang lebih luas, serta membangun kepercayaan dan minat masyarakat untuk melakukan transaksi dengan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Lingkungan, baik sosial maupun budaya, merupakan salah satu faktor yang dapat merangsang pertumbuhan tingkat minat atau perilaku konsumen. Timbulnya rasa percaya kepada lembaga keuangan syariah tidak lepas dari peran ulama dan tokoh masyarakat sekitar lingkungan BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding. Hermanto dan Syahril (2020), dalam penelitiannya menyebutkan bahwa mayoritas masyarakat muslim Kabupaten Sumenep masih buta tentang bank syariah. Meskipun menunjukkan perkembangan yang positif, namun masih terdapat kendala seperti adanya perbedaan pendapat tentang halal, haram dan syubhatnya bunga, kurangnya sosialisasi, rendahnya sumber daya manusia yang mumpuni, kesulitan likuiditas dan keterbatasan jaringan kantor bank syariah. Diantara yang menjadi faktor utamanya adalah ketersediaan informasi yang memadai mengenai bank syariah. Dengan informasi yang cukup, maka akan meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang bank syariah dan dapat meningkatkan minat mereka dalam bertransaksi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Abdul Haris Romadhoni dan Dita Ratnasari (2018) menyimpulkan minat nasabah untuk menggunakan produk simpanan pada lembaga keuangan mikro syariah dipengaruhi secara signifikan oleh faktor pengetahuan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa memberikan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat tentang produk-produk bank syariah memiliki peranan yang penting. Dengan meningkatnya tingkat

pengetahuan, akan terjadi peningkatan pemahaman masyarakat dan mendorong minat mereka untuk memanfaatkan layanan dari bank syariah.

Namun dengan bertambahnya pengetahuan tidak selalu meningkatkan persepsi masyarakat terhadap bank syariah. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Kardoyo, Ahmad Nurkin, Muhsin, Hasan Mukhibad, dan Fatmala Dewi Aprilia (2020), ditemukan bahwa minat masyarakat Brebes menggunakan Bank Syariah Mandiri tidak dipengaruhi secara signifikan oleh tingkat pengetahuan masyarakat. Hal ini mungkin disebabkan oleh kesan masyarakat yang beranggapan bahwa sebenarnya tidak ada perbedaan antara bank syariah dan konvensional selain dari label “syariah” saja. Akibatnya, minat masyarakat terhadap bank syariah masih relatif rendah. Namun dalam penelitian tersebut juga menjelaskan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap religiusitas. Artinya semakin baik pengetahaun tentang bank syariah, maka semakin tinggi pula tingkat religiusitas masyarakat. Hal ini menjadikan religiusitas sebagai salah satu faktor pendukung agar minat masyarakat bank syariah dapat ditingkatkan.

Religiusitas seseorang memainkan peran kunci dalam mempengaruhi minat individu untuk menabung di bank syariah. Secara keseluruhan, religiusitas mencerminkan kondisi, pemahaman, dan ketaatan individu terhadap agama yang tercermin dalam pengalaman nilai, aturan, dan kewajiban. Hal ini mendorong individu untuk mengadopsi sikap dan perilaku yang sesuai dengan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Tingkat religiusitas yang tinggi menjadi faktor yang sangat penting dalam memotivasi individu untuk memilih perbankan syariah sebagai tempat menabung, mengingat bank syariah mengikuti prinsip-prinsip

syariah yang sesuai dengan keyakinan dan nilai-nilai agama yang dianut individu tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Rudi haryono dkk (2021) menyatakan bahwa religiusitas yang dimiliki masyarakat Kota Jambi mempengaruhi minat mereka untuk menabung di bank syariah. Praktik keagamaan yang melibatkan ceramah tentang haramnya bunga bank karena terkait dengan riba, memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan mendorong mereka untuk memilih bank syariah. Pendekatan yang didasarkan pada aspek keagamaan ini seharusnya memiliki peran yang signifikan dalam menarik partisipasi masyarakat untuk menabung di bank syariah. Dengan ini dapat memberikan dorongan kuat kepada masyarakat untuk memilih bank syariah sebagai pilihan mereka dalam beraktivitas perbankan.

Menurut penelitian Hilmi Musyaffa dan muhammad Iqbal (2022) menyatakan bahwa religiusitas tidak mempengaruhi keputusan menabung masyarakat muslim Jakarta Pusat di bank syariah, artinya tinggi rendahnya religiusitas seseorang tidak akan berdampak atau mempengaruhi keputusan orang tersebut dalam memilih menabung di bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas dalam penelitian ini bukan merupakan faktor penentu. Dalam penelitian ini faktor yang lebih menentukan minat seseorang menabung di bank syariah adalah promosi, baik itu berkenaan dengan pengetahuan tentang bank syariah maupun hal-hal yang didapatkan saat menjadi nasabah bank syariah. Dari penelitian ini artinya, jika bank syariah ingin mendapat nasabah baru sebaiknya lebih memprioritaskan promosi dengan tetap mempertahankan kualitas pelayanannya. Bank syariah juga melakukan promosi lebih luas, bukan hanya

masyarakat yang religiusitasnya tinggi tapi, kepada masyarakat yang lebih luas lagi. Jadi dengan promosi tersebut akan meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang sistem bank syariah.

Masyarakat saat ini semakin rasional. Semakin bank syariah tidak peduli, semakin acuh pula masyarakat terhadap bank syariah. Disinilah peran kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat menabung masyarakat di bank syariah. Dalam konsep *service of excellent* ada empat pokok unsur pelayanan yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan (Ruslan, 2012). Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan oleh nasabah sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Penelitian yang dilakukan Ummu Naqiayatin (2017) yang berlokasi di Kecamatan Guluk-Guluk (berbatasan dengan Kecamatan Ganding) menyatakan bahwa masyarakat memiliki persepsi yang baik tentang pelayanan yang diberikan BRPS Bhakti Sumekar Cabang Guluk-Guluk dan BMT NU Cabang Ganding sehingga dianggap mampu memberikan pelayanan yang memuaskan baik dari segi fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang sesuai dengan keinginan masyarakat yaitu tidak berbelit-belit dan cepat serta tanggap terhadap nasabah yang datang.

Hasil penelitian Hilmi Musyaffa dan Muhammad Iqbal (2022) menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pendapat terkait pentingnya faktor pelayanan dalam konteks minat nasabah menggunakan produk simpanan di BMT Amanah Ummah Gumpang. Temuan penelitian tersebut menyimpulkan bahwa pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan di BMT Amanah Ummah Gumpang. Dari temuan ini dapat disimpulkan

bahwa hanya sebagian kecil nasabah di BMT Amanah Ummah Gumpang yang mempertimbangkan kualitas pelayanan sebagai faktor penentu dalam memilih produk di lembaga tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH BPRS BHAKTI SUMEKAR CABANG GANDING”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding?
2. Apakah variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding?
3. Apakah variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding?
4. Apakah variabel pengetahuan, religiusitas dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding secara bersama-sama (simultan)?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh variabel pengetahuan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding

2. Untuk menganalisis pengaruh variabel religiusitas terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding
3. Untuk menganalisis pengaruh variabel pelayanan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding
4. Untuk menganalisis pengaruh variabel pengetahuan, religiusitas dan pelayanan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding secara simultan (bersama-sama).

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis yang diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan wawasan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang perbankan syariah yang terkait dengan pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan terhadap minat masyarakat dalam menabung di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding serta diharapkan juga dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan yang sedang berkembang di lembaga-lembaga pendidikan perguruan tinggi.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan penulis tambahan wawasan, pengetahuan, dan pemahaman tentang minat masyarakat dalam menabung di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, serta faktor-faktor yang mempengaruhinya seperti pengetahuan, religiusitas, dan

pelayanan. Harapan yang dapat disematkan dalam penelitian ini agar menjadi sarana pengaplikasian materi yang didapatkan selama masa studi di perguruan tinggi ke dalam situasi yang sesungguhnya di lapangan.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dan bahan acuan khusus untuk mempelajari topik-topik yang terkait dengan pengetahuan, religiusitas, pelayanan, dan minat masyarakat terhadap Bank Pembiayaan Rakyat Syariah bagi para peneliti yang tertarik dalam melakukan penelitian sejenis.

3. Bagi Pihak Bank

Penelitian ini memiliki harapan untuk memberikan manfaat sebagai sumber informasi dan pertimbangan bagi manajer, dewan direktur, dewan komisaris, dan pemilik industri perbankan syariah di Indonesia, terutama di daerah Kecamatan Ganding-Sumenep dan daerah-daerah dengan kultur dan budaya yang serupa. Dan dengan meningkatnya literasi masyarakat terhadap Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, akan memberikan preferensi bagi calon investor tersebut tentang seberapa pentingnya menggunakan jasa lembaga keuangan syariah khususnya bagi umat muslim.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian ini didasarkan pada beberapa penelitian terdahulu baik dari jenis penelitian, teknik atau metode analisis, maupun variabel penelitian yang digunakan, yang dapat diuraikan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu**

No.	Judul dan Penulis	Metode dan Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto Yoiz Shofwa (2016)	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis penelitian kuantitatif dengan teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. • Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa secara simultan, variabel kualitas produk dan religiusitas memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menyimpan dananya di BSM Cabang Purwokerto. Berdasarkan uji parsial, diketahui bahwa baik variabel kualitas produk maupun variabel religiusitas memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menyimpan dananya di BSM Cabang Purwokerto. 	<p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sama-sama penelitian kuantitatif • Salah satu variabel independen yaitu religiusitas • Teknik analisis yang digunakan juga menggunakan regresi linier berganda • Teknik sampling yaitu purposive sampling pendekatan Maholtra <p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tidak menggunakan kualitas produk sebagai variabel independen dan menambahkan pengetahuan dan pelayanan • Jumlah sampel 95 (penelitian sebelumnya 100) • Subjek penelitian yaitu nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding.
2	Studi Komparasi Manajemen Pelayanan: Persepsi Masyarakat Guluk-Guluk Sumenep Terhadap	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis penelitian kualitatif dengan teknik analisis deskriptif dan komparatif • Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa persepsi masyarakat Guluk-Guluk Sumenep terhadap manajemen 	<p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Salah satu subjek penelitiannya adalah BPRS Bhakti Sumekar • Menggunakan variabel pelayanan <p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian kuantitatif

	Lembaga Perbankan Syariah dan Lembaga Keuangan Syariah Ummu Naqiyatin (2017)	pelayanan di BPRS Bhakti Sumekar dan BMT UGT Sidogiri sudah bagus dan memuaskan karena telah memenuhi kriteria pelayanan yang baik sesuai dengan harapan dan keinginan masyarakat yaitu tidak berbelit-belit dan cepat serta tanggap terhadap nasabah yang datang.	<ul style="list-style-type: none"> • Teknik analisis regresi linier berganda • Pengumpulan data dengan kuesioner • Pelayanan sebagai variabel independen • Tidak menggunakan BMT UGT Sidogiri sebagai subjek penelitian • Subjek penelitiannya adalah nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding
3	Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk dan Religiusitas terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari (2018)	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis penelitian metode kuantitatif dengan teknik analisis menggunakan regresi linier berganda • Hasil penelitian ini menjelaskan pengaruh signifikan variabel pengetahuan pada minat nasabah menggunakan produk simpanan di BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura. Namun, kualitas pelayanan dan produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan. Sementara itu, religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan. Secara simultan, pengetahuan, kualitas pelayanan, produk, dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan produk simpanan pada BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura. 	<p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian kuantitatif • Variabel independen yaitu pengetahuan, religiusitas dan pelayanan • Variabel dependen minat nasabah • Teknik analisis yang digunakan juga menggunakan regresi linier berganda <p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tidak menggunakan produk sebagai variabel independen • Subjek penelitian yaitu nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding. • Jumlah sampel 95 (penelitian sebelumnya 100) • Teknik sampling yaitu purposive sampling pendekatan Maholtra (penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan Slovin)
4	<i>The Effect of Knowledge, Promotion and Religiosity on Intention to Use Islamic Banking Service</i> Kardoyo, Ahmad	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis penelitian kuantitatif dengan teknik analisis menggunakan SEM-PLS • Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan promosi terhadap minat masyarakat 	<p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian kuantitatif • Variabel independen yaitu pengetahuan dan religiusitas <p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tidak menggunakan produk sebagai variabel independen dan

	Nurkhin, Muhsin, Hasan Mukhibad & Fatmala Dewi Aprilia (2020)	Brebes menggunakan layanan Bank Syariah Mandiri. Namun tidak terdapat pengaruh signifikan yang ditimbulkan oleh faktor pengetahuan, religiusitas, pendidikan, dan jenis kelamin terhadap variabel minat menggunakan layanan Bank Syariah Mandiri.	menambahkan pengetahuan <ul style="list-style-type: none"> • Subjek penelitian yaitu nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding. • Jumlah sampel 95 (penelitian sebelumnya 99) • Teknik sampling yaitu purposive sampling pendekatan Maholtra (penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan Slovin) • Teknik analisis regresi linier berganda (penelitian sebelumnya SEM-PLS)
5	Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah di Kabupaten Sumenep Bambang Hermanto dan Syahril (2020)	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis penelitian kualitatif dengan metode menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat • Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa bank syariah merupakan salah satu bentuk permintaan pasar yang mensyaratkan adanya lembaga keuangan dengan sistem perbankan yang halal dan sesuai dengan prinsip syariah, walaupun masih belum dikatakan 100% syariah atau <i>kaffa</i>. 	<p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Subjek penelitian termasuk kawasan daerah Sumenep • Faktor yang sama adalah religiusitas dan pelayanan <p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian kuantitatif • Terdapat satu faktor yang tidak disertakan dalam penelitian ini yaitu produk, namun penelitian ini menyertakan faktor pengetahuan. • Teknik analisis regresi linier berganda • Pengumpulan data dengan kuesioner
6	Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Rudi Haryono, Novi Mubyarto, dan Rofiqoh Ferawati (2021)	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis penelitian kuantitatif dengan teknik analisis menggunakan regresi linier berganda • Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa secara simultan, variabel pengetahuan, religiusitas, dan kepercayaan memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan minat menabung masyarakat Kota Jambi di bank syariah. 	<p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian kuantitatif • Variabel independen yaitu pengetahuan, religiusitas dan pelayanan • Variabel dependen minat nasabah • Teknik analisis yang digunakan juga menggunakan regresi linier berganda <p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tidak menggunakan produk sebagai variabel independen • Subjek penelitian yaitu nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding. • Jumlah sampel 95 (penelitian sebelumnya 100)

			<ul style="list-style-type: none"> • Teknik sampling yaitu purposive sampling pendekatan Maholtra (penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan Slovin)
7	<p><i>The Influence of Brand Trust and Religiosity on The Mudharabah Deposit Product Selection Decision</i> Prianda Pebri dan Surya Bakti (2022)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. • Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa baik secara parsial maupun simultan, kedua variabel independen yaitu Kepercayaan terhadap merek dan Religiusitas memiliki dampak positif dan signifikan terhadap peningkatan keputusan pemilihan produk simpanan mudharabah di Bank Umum Syariah. 	<p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian kuantitatif • Variabel independen yaitu pengetahuan dan religiusitas <p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tidak menggunakan produk sebagai variabel independen dan menambahkan pengetahuan • Subjek penelitian yaitu nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding. • Jumlah sampel 95 (penelitian sebelumnya 99) • Teknik sampling yaitu purposive sampling pendekatan Maholtra (penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan Slovin) • Teknik analisis regresi linier berganda (penelitian sebelumnya SEM-PLS)
8	<p>Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah menabung di Bank Syariah Mandiri KC Dumai Neni Suryani (2022)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. • Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa variabel fasilitas tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menabung dimana variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung. Sedangkan variabel variabel fasilitas dan pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah menabung pada Bank Syariah Mandiri KC Dumai. 	<p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian kuantitatif • Variabel independen yaitu pelayanan • Variabel dependen minat nasabah • Teknik analisis yang digunakan juga menggunakan regresi linier berganda • Teknik sampling yaitu purposive sampling <p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tidak menggunakan fasilitas sebagai variabel independen dan menambahkan pengetahuan dan religiusitas • Subjek penelitian yaitu nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding. • Jumlah sampel 95 (penelitian sebelumnya 90)
9	Pengaruh	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis penelitian kuantitatif dan 	Persamaan:

	<p>Religiusitas, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Minat Menabung di bank syariah Hilmi Musyaffa dan Muhammad Iqbal (2022)</p>	<p>teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa secara terpisah, tidak terdapat pengaruh signifikan yang disebabkan oleh variabel religiusitas dan kualitas layanan terhadap minat menabung, namun promosi memiliki pengaruh terhadap minat menabung. 	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian kuantitatif • Variabel independen yaitu religiusitas dan pelayanan • Variabel dependen minat nasabah • Teknik analisis yang digunakan juga menggunakan regresi linier berganda • Teknik sampling yaitu purposive sampling <p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tidak menggunakan promosi sebagai variabel independen dan menambahkan pengetahuan • Subjek penelitian yaitu nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding. • Jumlah sampel 95 (penelitian sebelumnya 94)
10	<p>The Influence of Knowledge, Religiosity, and Social Environment on Interest in Saving in Islamic Banking Irmayanti Hasan dan Morro Faricha Wati (2022)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis penelitian kuantitatif dengan metode regresi linier berganda • Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa variabel pengetahuan, religiusitas dan lingkungan sosial berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap minat menabung di bank syariah di Desa Wates Sidoarjo 	<p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian kuantitatif • Variabel independen yaitu pengetahuan dan religiusitas • Variabel dependen minat nasabah • Teknik analisis yang digunakan juga menggunakan regresi linier berganda <p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tidak menggunakan lingkungan sosial sebagai variabel independen dan menambahkan pelayanan • Subjek penelitian yaitu nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding. • Jumlah sampel 95 (penelitian sebelumnya 97) • Teknik sampling yaitu purposive sampling pendekatan Maholtra (penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan Slovin)
11	<p>The Effect of Service Quality, Banking Digitalization, and Customer Relationship</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis penelitian kuantitatif dengan metode SEM SMART-PLS • Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas layanan, digitalisasi perbankan 	<p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian kuantitatif • Variabel independen yaitu pelayanan • Teknik sampling yaitu purposive sampling

	Management (CRM) on Customer Loyalty Panji Anugrah Sampurna dan Titis Miranti (2022)	dan customer relationship management (CRM) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI KC Malang Soehat	Perbedaan <ul style="list-style-type: none"> • Tidak menggunakan digitalisasi perbankan dan CRM sebagai variabel independen dan menambahkan pengetahuan dan religiusitas • Variabel dependen minat nasabah • Subjek penelitian yaitu nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding. • Teknik analisis yang digunakan juga menggunakan regresi linier berganda • Jumlah sampel 95 (penelitian sebelumnya 140)
12	Persepsi Masyarakat Terhadap Bank Syariah: Studi Desa Gadu Timur, Kecamatan Ganding, Sumenep S. Hikmah Jamil, Eva Yuliana, dan Sulistyawati (2022)	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis penelitian kualitatif dengan metode <i>field reserch</i>. • Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa persepsi masyarakat terhadap bank syariah di desa Gadu Timur masih kurang baik. Tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah masih minim. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yang meliputi kurangnya pengetahuan tentang bank syariah, kebutuhan, sikap, keterampilan, suasana hati, minat, perhatian, nilai, dan kepribadian. 	<p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Subjek penelitian berlokasi di Kecamatan Ganding • Faktor yang sama adalah pengetahuan dan minat <p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian kuantitatif • Terdapat faktor yang tidak disertakan dalam penelitian ini yaitu produk, namun penelitian ini kebutuhan, sikap, keterampilan, suasana hati, perhatian, nilai, dan kepribadian. Penelitian ini menambahkan religiusitas dan pelayanan. • Teknik analisis regresi linier berganda • Pengumpulan data dengan kuesioner
13	Pengaruh <i>Islamic Marketing Mix</i> Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi Imelda Ayu Nirmala dan Yayuk Sri Rahayu	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis penelitian kuantitatif dengan teknik analisis PLS • Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh <i>Islamic Marketing Mix</i> terhadap minat, tidak terdapat pengaruh antara minat terhadap keputusan menjadi nasabah, tidak terdapat pengaruh antara <i>Islamic Marketing Mix</i> terhadap 	<p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penelitian kuantitatif <p>Perbedaan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tidak menggunakan <i>Islamic Marketing Mix</i> variabel independen dan menambahkan variabel pengetahuan, religiusitas dan pelayanan • Tidak menggunakan minat sebagai variabel mediasi, tapi sebagai variabel dependen

	(2022)	keputusan menjadi nasabah yang dimediasi oleh minat.	<ul style="list-style-type: none"> • Subjek penelitian yaitu nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding. • Teknik analisis yang digunakan juga menggunakan regresi linier berganda • Jumlah sampel 95 (penelitian sebelumnya 100) • Teknik sampling yaitu purposive sampling pendekatan Maholtra (penelitian sebelumnya menggunakan pendekatan Slovin)
--	--------	--	--

- Penelitian terdahulu yang meneliti tentang minat adalah Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari (2018), Kardoyo dkk (2020), Rudi Haryono dkk (2021), Neni Suryani (2022), Hilmi Musyaffa dan Muhammad Iqbal (2022), Irmayanti Hasan dan Morro Faricha Wati (2022), S. Hikmah Jamil dkk (2022), Imelda Ayu Nirmala dan Yayuk Sri Rahayu (2022).
- Penelitian terdahulu yang meneliti tentang pengetahuan adalah Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari (2018), Kardoyo dkk (2020), Rudi Haryono dkk (2021), Irmayanti Hasan dan Morro Faricha Wati (2022), S. Hikmah Jamil dkk (2022).
- Penelitian terdahulu yang meneliti tentang religiusitas adalah Yoiz Shofwa (2016), Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari (2018), Kardoyo dkk (2020), Bambang Hermanto dan Syahril (2020), Rudi Haryono dkk (2021), Prianda Pebri dan Surya Bakti (2022), Hilmi Musyaffa dan Muhammad Iqbal (2022), Irmayanti Hasan dan Morro Faricha Wati (2022).
- Penelitian terdahulu yang meneliti tentang pelayanan adalah Ummu Naqiyatin (2017), Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari (2018), Neni

Suryani (2022), Hilmi Musyaffa dan Muhammad Iqbal (2022), Panji Anugrah Sampurna dan Titis Miranti (2022).

- Penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan adalah Yoiz Shofwa (2016), Rudi Haryono dkk (2021), Irmayanti Hasan dan Morro Faricha Wati (2022).
- Penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan adalah Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari (2018), Rudi Haryono dkk (2021), Prianda Pebri dan Surya Bakti (2022), Irmayanti Hasan dan Morro Faricha Wati (2022).
- Penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan adalah Neni Suryani (2022), Panji Anugrah Sampurna dan Titis Miranti (2022).
- Penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh adalah Kardoyo dkk (2020).
- Penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh adalah Kardoyo dkk (2020), Hilmi Musyaffa dan Muhammad Iqbal (2022).
- Penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pelayanan tidak berpengaruh adalah Hilmi Musyaffa dan Muhammad Iqbal (2022).

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

1. Pengertian BPRS

Sebelum disebut sebagai Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) disebut juga sebagai *At-Tamwil as-Sya'bi al-Islami*, yaitu bank yang melakukan kegiatan usaha konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatan usahanya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (Sarifudin, 2021). Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah mendefinisikan bank perkreditan rakyat syariah sebagai bank pembiayaan rakyat syariah.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah sebuah lembaga keuangan perbankan yang mengoperasikan prinsip-prinsip syariah dan muamalah Islam. Didirikan sebagai bagian dari upaya restrukturisasi perekonomian Indonesia, BPRS berperan dalam implementasi berbagai paket keuangan, moneter, dan perbankan secara umum. Menurut (Sarifudin, 2021), BPRS lebih khusus lagi mengisi celah yang ada dalam kebijakan suku bunga bank konvensional dengan prinsip-prinsip syariah. Sebagai hasilnya, BPRS dikenal luas sebagai sistem perbankan berbagi hasil atau sistem perbankan Islam

Bank pembiayaan rakyat syariah merupakan bank beroperasi dalam lingkup yang kecil, diperuntukkan melayani Usaha Kecil dan Mikro (UMK), dan tidak diperkenankan melayani simpan pinjam dalam bentuk giro. BPRS beroperasi pada wilayah

Kabupaten atau Kota Madya dengan jangkauan yang terbatas sebagaimana permodalannya yang relatif kecil.

2. Landasan Hukum

Tujuan utama BPRS menerapkan pedoman-pedoman Islam salah satunya dengan menghindari praktik riba demi terbentuknya kemaslahatan masyarakat. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

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

Artinya:

Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya. (QS. Al-Baqarah: 275)

Tidak hanya larangan riba yang dijelaskan pada ayat di atas Ayat di atas namun juga disertai dengan solusi yaitu dengan jual belidiantaranya untuk mendapatkan materi. Ayat ini juga memberikan penegasan bahwa seharusnya praktik riba itu dihentikan karena orang yang suka terlibat dengan transaksi riba akan masuk kedalam neraka.

3. Fungsi BPRS

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) hanya dapat melaksanakan usaha-usaha sebagai berikut (sebagaimana tercantum dalam UU Pebankan Syariah No. 21 Tahun 2008):

a. Menghimpun dana atau akad lainnya dari masyarakat dalam bentuk:

- 1) Menyediakan fasilitas simpanan dalam bentuk tabungan atau yang setara dengannya berdasarkan akad wadi'ah atau akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah.
- 2) Investasi berupa deposito atau tabungan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad *mudharabah*

b. Menyalurkan dana kepada masyarakat dalam bentuk:

- 1) Pembiayaan bagi hasil berdasarkan akad *mudharabah* atau *musyarakah*
- 2) Pembiayaan berdasarkan akad *murabahah*, salam atau *istishna*
- 3) Pembiayaan berdasarkan akad *qardh*
- 4) Memberikan pembiayaan kepada nasabah untuk menyewa barang bergerak atau tidak bergerak berdasarkan akad *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah*.
- 5) Pengambilalihan utang berdasarkan akad *hawalah*.

c. Melakukan penempatan dana pada Bank Pembiayaan Rakyat Syariah lainnya dalam bentuk titipan berdasarkan akad wadi'ah,

atau melakukan investasi berdasarkan akad *mudharabah* dan/atau akad lain yang sesuai dengan prinsip syariah.

- d. Mentransfer dana, baik untuk kepentingan pribadi maupun nasabah, melalui rekening Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang tersedia di Bank Umum Syariah, Bank Umum Konvensional, dan Unit Usaha Syariah.
- e. Menyediakan produk atau menjalankan kegiatan usaha dalam Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah sesuai dengan persetujuan Bank Indonesia.

Dalam aktivitas operasionalnya perbankan berdasarkan UU No.

21 Tahun 2008, Bank Pembiayaan Rakyat Syariaah (BPRS) dilarang:

- a. Melakukan kegiatan usaha yang bertentangan dengan prinsip syariah
- b. Menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran
- c. Melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing, kecuali penukaran uang asing dengan izin Bank Indonesia
- d. Melakukan kegiatan usaha prasuransi, kecuali sebagai agen pemasaran produk asuransi syariah
- e. Melakukan penyertaan modal, kecuali pada lembaga yang dibentuk untuk menanggulangi kesulitan likuiditas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

- f. Melakukan usaha lain diluar kegiatan usaha yang telah diatur dalam Undang-Undang.

2.2.2 Minat

Minat tidak hanya mempengaruhi perilaku seseorang dalam melakukan aktivitas yang menarik perhatian, tetapi juga mencerminkan sikap subjek berdasarkan kebutuhan dan keinginan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dalam hal ini, minat dapat dianggap sebagai kewajiban yang memotivasi individu untuk mencapai tujuan dan memenuhi kebutuhan yang ada. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), minat merujuk pada kecenderungan kuat hati terhadap gairah atau keinginan terhadap sesuatu. Minat merupakan perasaan preferensi dan ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa adanya dorongan dari pihak lain (Slameto, 2010). Minat dapat menjadi faktor yang mendorong kita untuk memperhatikan seseorang, barang, atau kegiatan tertentu. Minat ini memiliki kemampuan untuk memberikan stimulasi yang memicu ketertarikan dan perhatian kita terhadap hal-hal tersebut. Dengan kata lain, minat dapat menjadi pendorong bagi kita untuk terlibat dan hasil dari partisipasi kita dalam suatu kegiatan (Crow & Crow, 1984).

Suatu minat dapat diekspresikan melalui pertanyaan yang menggambarkan preferensi seseorang terhadap suatu hal dibandingkan dengan hal lainnya. Pertanyaan tersebut dapat memperlihatkan pilihan atau kecenderungan seseorang terhadap suatu objek, kegiatan, atau konsep tertentu. Dapat pula di manifestasikan melalui partisipasi dalam suatu

aktifitas. Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian (Islamuddin, 2012). Beberapa tahapan minat diantaranya:

1. Informasi yang jelas sebelum memilih
2. Pertimbangan yang matang sebelum memilih
3. Keputusan memilih

Menurut Ferdinan (2002) minat dapat didefinisikan melalui indikator-indikator berikut:

1. Minat transaksional

Minat transaksional adalah kecenderungan seseorang untuk melakukan transaksi atau membeli produk.

2. Minat referensial

Minat referensial adalah perilaku seseorang yang cenderung merekomendasikan produk yang telah mereka beli kepada orang lain agar mereka juga membeli produk tersebut.

3. Minat preferensi

Minat preferensi adalah kecenderungan seseorang untuk memiliki preferensi utama terhadap suatu produk. Preferensi tersebut hanya akan berubah jika ada perubahan pada produk yang menjadi pilihan utamanya.

4. Minat eksploratif

Minat eksploratif menggambarkan perilaku seseorang yang secara aktif mencari informasi tentang produk yang menarik minatnya dan

mencari informasi yang mendukung karakteristik positif dari produk tersebut.

2.2.3 Pengetahuan

Pengetahuan merupakan hasil dari perubahan perilaku individu yang dipengaruhi oleh pengalaman. Dijelaskan bahwa ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih luas, mereka akan memiliki kemampuan yang lebih baik dalam pengambilan keputusan, efisiensi yang tinggi dalam mengolah informasi, dan kemampuan yang baik dalam mengingat informasi (Sumarwan, 2003). Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), Pengetahuan adalah keseluruhan informasi, keahlian, atau hal-hal yang terkait dengan suatu subjek atau mata pelajaran. Secara sederhana, pengetahuan dapat diartikan sebagai kemampuan untuk melakukan tindakan atau mengambil keputusan. Dengan demikian, pengetahuan mencakup semua informasi atau data yang kita peroleh, dan dari informasi dan data tersebut, kita dapat mengembangkan pertanyaan-pertanyaan untuk mengevaluasi sejauh mana pemahaman dan keahlian yang kita miliki.

Pengetahuan merupakan kumpulan informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai produk dan jasa, serta pengetahuan terkait yang berkaitan dengan produk dan jasa tersebut, serta informasi yang relevan dengan peran mereka sebagai konsumen (Sunyoto, 2013). Tingkatan pengetahuan yang dimiliki setiap nasabah tentunya berbeda-beda. Dari pengetahuan tersebut, akan diperoleh informasi baru sehingga dapat menimbulkan suatu minat terhadap suatu produk dan mampu membuat

pilihan keputusan. Menurut Philip Khotler (2008), Pola perilaku konsumen dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan yang dimilikinya. Dengan pengetahuan yang cukup, konsumen dapat mengolah informasi baru, melakukan pertimbangan, dan mengambil keputusan. Perilaku dalam memilih produk atau jasa akan dipengaruhi oleh informasi yang tersedia bagi masyarakat dalam menghadapi berbagai penawaran yang ada. Indikator pengetahuan dibagi menjadi empat jenis pengetahuan yaitu (Rosyid & Saidiah, 2016):

1. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk

Ketika seorang nasabah ingin menginvestasikan uangnya dalam bentuk deposito atau tabungan, penting bagi mereka untuk memahami jenis investasi, durasi investasi, tingkat keuntungan, bonus, dan faktor-faktor lain yang terkait. Jadi seorang nasabah akan terlebih dahulu menginvestigasi apakah produk tersebut sudah sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

2. Pengetahuan tentang manfaat produk

Ketika seorang nasabah memilih untuk menabung atau menginvestasikan dananya di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, maka terlebih dahulu mereka akan memperhitungkan apa manfaat dan keunggulan dari produk tersebut. Diantaranya seperti kebebasan dari riba (bunga) serta dan keberpihakan terhadap prinsip-prinsip yang adil.

3. Pengetahuan tentang kepuasan

Keberhasilan suatu produk dalam memberikan kepuasan kepada konsumen tergantung pada penggunaan atau konsumsi produk oleh konsumen. Untuk mencapai kepuasan yang maksimal dan tinggi, konsumen perlu memahami produk yang mereka gunakan beserta cara yang tepat dalam menggunakan atau mengonsumsinya.

4. Pengetahuan tentang konsep dasar Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

Konsep dapat merujuk pada abstrak atau kerangka pemahaman tentang suatu hal atau gagasan. Konsep merupakan entitas mental universal yang dapat diterapkan secara seragam pada berbagai objek yang memiliki ciri-ciri yang sama. Konsep membentuk pemahaman yang menyatukan berbagai aspek dan memberikan arti yang mewakili suatu hal atau permasalahan yang telah dirumuskan.

Dalam era persaingan yang ketat, lembaga keuangan dituntut untuk lebih fokus pada kepentingan masyarakat atau konsumen. Untuk itu, pengetahuan yang memadai diperlukan sebagai upaya untuk memahami konsumen dan perilakunya. Penting bagi nasabah untuk memahami berbagai produk yang ditawarkan oleh lembaga keuangan agar pilihan yang mereka putuskan untuk memilih lembaga keuangan sudah tepat.

2.2.4 Religiusitas

Religius berasal dari bahasa latin *religiosus* yang berarti kembali atau *re-ligare* yang berarti memilih kembali. Secara umum, religiusitas merujuk pada kondisi, pemahaman, dan ketaatan seseorang terhadap

keyakinan agama yang diungkapkan melalui pengalaman nilai-nilai, aturan, dan kewajiban. Hal ini mendorong individu untuk berperilaku, bersikap, dan bertindak sesuai dengan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari (Sofanudin & Dkk, 2020). Religiusitas berasal dari kesadaran pribadi seseorang yang mengakui bahwa kehidupannya adalah anugerah dari Allah, dan tanpa-Nya, manusia tidak memiliki makna yang berarti (Rukiyanto, 2020). Religiusitas dalam agama Islam adalah menajalakan agama secara menyeluruh. Sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an, surah Al-Baqarah ayat 208 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu ke dalam Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia adalah musuh yang nyata bagimu” (QS. Al-Baqarah: 208)

Ayat diatas memberikan kita pemahaman akan pentingnya seorang muslim memeluk agama islam secara *kaffah* atau menyeluruh. Maksudnya adalah total dalam seluruh syariat agama, tidak lalai atau meninggalkan sesuatupun darinya, agar mereka tidak menjadikan hawa nafsu sebagai Tuhannya. Taati semua perintah-Nya dan jauhi larangan-Nya. Oleh karena itu religiusitas dapat mencakup berbagai sisi kehidupan manusia. Tidak hanya terfokus pada praktik ritualistik, tapi juga di berbagai muamalah atau kegiatan lainnya. Bukan hanya aktivitas yang dapat diamati secara visual,

tetapi juga tindakan yang terjadi di dalam pikiran atau perasaan seseorang. Dengan begitu, keberagamaan seseorang akan meliputi berbagai macam dimensi. Menurut Glock & Stark (dalam Ancok and Suroso 2008) menyatakan bahwa dimensi religiusitas mencakup lima hal, antara lain:

1. Dimensi Ideologi atau Keyakinan

Dimensi keyakinan melibatkan sejauh mana seseorang menerima keyakinan doktriner dalam agamanya, seperti kepercayaan terhadap Tuhan, malaikat, surga, dan neraka. Setiap agama memiliki seperangkat keyakinan yang berbeda secara doktrin dengan agama lainnya. Dalam agama yang dianut seseorang, hal yang paling penting adalah kesediaan untuk patuh pada aturan yang berlaku dalam ajaran agama tersebut. Oleh karena itu, dimensi keyakinan lebih berfokus pada aspek doktrin yang harus dipatuhi oleh pengikut agama. Islam memiliki dimensi keyakinan dalam proses pengikraran atau pengakuan yang dilakukan dengan mengucapkan kedua kalimat syahadat, yaitu meyakini dan bersaksi bahwasannya tidak ada satupun zat yang boleh disembah melainkan hanya Allah semata dan bersaksi bahwasannya Nabi Muhammad adalah utusan Allah.

2. Dimensi Ritualistik atau Praktik Agama

Dimensi ritualistik menjelaskan tingkat keterlibatan seseorang dalam melakukan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Ini mencakup elemen-elemen seperti ibadah, ketaatan, dan tindakan yang menunjukkan komitmen individu terhadap agamanya. Dalam dimensi

ini, terlihat perilaku komunitas yang mengikuti agama tertentu dalam melaksanakan ritual-ritual yang terkait dengan agama tersebut. Dalam agama Islam, dimensi praktik dapat diekspresikan melalui pelaksanaan ibadah sholat, puasa, zakat, haji, dan juga melalui praktik muamalah lainnya.

3. Dimensi Pengalaman atau Eksperiensial

Dimensi pengalaman melibatkan perasaan dan pengalaman yang pernah dialami oleh seseorang. Dalam konteks agama, ini mencakup pengalaman-pengalaman seperti merasa dekat dengan Tuhan, merasa takut akan dosa, merasakan kabulnya doa, merasa diselamatkan oleh Tuhan, dan sebagainya. Dalam Islam, dimensi ini dapat ditemukan dalam perasaan kedekatan dengan Allah, kepercayaan penuh kepada Allah (tawakkal), perasaan khusyuk saat melakukan shalat atau berdoa, tergetar hati saat mendengar adzan atau ayat-ayat Al-Quran, perasaan syukur kepada Allah, serta perasaan mendapatkan peringatan atau pertolongan dari Allah. Pengalaman-pengalaman ini dapat memperkuat ikatan spiritual dan keyakinan individu terhadap agamanya.

4. Dimensi Pengetahuan atau Intelektual

Dimensi pengetahuan mencakup pemahaman seseorang terhadap ajaran-ajaran agamanya, terutama yang terdapat dalam kitab suci. Penting bagi individu beragama untuk memiliki pengetahuan tentang konsep dasar kepercayaan, ritus-ritus, kitab suci, dan tradisi agama mereka. Dalam konteks Islam, dimensi pengetahuan melibatkan

pemahaman tentang isi Al-Quran, ajaran-ajaran yang harus diyakini dan diamalkan. Pengetahuan agama dapat diperoleh melalui berbagai aktivitas, baik melalui pembelajaran rasional dan empiris maupun melalui sumber-sumber teks normatif seperti membaca buku-buku Islami, menghadiri majelis taklim atau pengajian, mendengarkan program keagamaan di radio, menonton program keagamaan di televisi, dan sebagainya.

5. Dimensi Konsekuensi

Dimensi konsekuensi mencerminkan bagaimana ajaran-ajaran keagamaan memotivasi perilaku sosial seseorang. Ini dapat terlihat dalam tindakan seperti mengunjungi tetangga yang sedang sakit, membantu orang yang mengalami kesulitan, berderma, dan sebagainya.

Faktor eksternal dan internal mampu mempengaruhi perbedaan tingkat religiusitas seseorang. Faktor eksternal meliputi pendidikan formal, pendidikan agama dalam keluarga, tradisi sosial yang dilandasi nilai-nilai agama, dan tekanan dari lingkungan sosial. Sedangkan faktor internal meliputi pengalaman keagamaan dan kebutuhan pribadi yang mendesak seperti rasa aman, harga diri, dan cinta.

2.2.5 Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah upaya untuk mencapai tingkat keunggulan yang diharapkan dan mengelola keunggulan tersebut guna memenuhi kebutuhan pelanggan (Mussry et al., 2010). Dalam konsep service of excellent ada empat pokok unsur pelayanan yaitu kecepatan, ketepatan,

keramahan dan kenyamanan (Ruslan, 2012). Jika pelayanan yang diterima atau dirasakan oleh nasabah sesuai dengan ekspektasi, maka persepsi terhadap kualitas pelayanan akan menjadi positif dan memuaskan. Di sisi lain, jika pelayanan yang diterima oleh nasabah tidak memenuhi harapan, maka persepsi terhadap kualitas pelayanan akan menjadi negatif dan tidak memuaskan. Untuk memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah perlu memiliki konsep yang terintegrasi. Dalam hal ini, pegawai bank harus memenuhi beberapa faktor penting, seperti memiliki tingkah laku yang sopan, santun, ramah, serta mampu menyampaikan informasi dengan tepat dan jelas kepada nasabah. Dengan demikian, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dapat memberikan pelayanan yang memuaskan dan membuat nasabah merasa dihargai. Dalam bermuamalah, pelayanan merupakan faktor yang penting. Sebagaimana firman Allah dalam surah Al-Ma'idah ayat pertamayang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman penuhilah akad-akad itu ...”

Ayat di atas menjelaskan bahwa setiap orang mu'min memiliki kewajiban untuk melaksanakan apa yang telah dia janjikan dan akadkan baik itu berupa perkataan ataupun perbuatan. Dalam Islam kita diajarkan ketika kita menawarkan atau memberikan hasil usaha baik itu barang maupun jasa, maka berikanlah sesuatu yang baim dan berkualitas, jangan memberikan sesuatu yang buruk kepada orang lain. Pelayanan merupakan

salah satu cara bagi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya dan menjaga loyalitas mereka. Oleh karena itu, penting untuk memperhatikan aspek pelayanan guna menjaga kepuasan nasabah dan mempertahankan penggunaan layanan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Fasilitas yang mudah digunakan dan lokasi Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang strategis juga menjadi pertimbangan penting bagi nasabah dalam memilih untuk menabung di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Kualitas pelayanan harus berorientasi pada kebutuhan pelanggan dan diukur berdasarkan persepsi pelanggan. Dengan demikian, citra kualitas yang baik bukanlah penilaian dari penyedia layanan, tetapi berasal dari perspektif dan persepsi pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2005). Menurut Parasuraman (1988) dalam jurnal (Darwin & Sondang, 2014), mengungkapkan terdapat 22 faktor yang menentukan kualitas layanan yang diringkas dalam lima faktor utama yang dikenal sebagai SERVQUAL, yaitu keandalan (*reliability*), responsivitas (*responsiveness*), kepastian (*assurance*), empati (*empathy*), dan yang dapat dirasakan secara fisik (*tangible*).

1. *Reliability*

Keandalan merupakan kemampuan untuk memberikan layanan sesuai dengan komitmen yang telah dijanjikan secara konsisten dan akurat. Dalam konteks yang lebih luas, hal ini mencakup pemenuhan janji perusahaan terkait penyediaan produk atau layanan, penyelesaian

masalah, dan ketepatan harga. Dalam asuransi, hal ini mencakup pemenuhan janji layanan, penyelesaian masalah, dan ketepatan harga oleh agen asuransi.

2. *Responsiveness*

Kemampuan membantu dan responsif terhadap pelanggan adalah aspek penting. Dimensi ini melibatkan perhatian dan ketepatan dalam menangani permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan. Contohnya, dalam layanan asuransi yang responsif, agent asuransi perlu mampu memberikan pelayanan dengan cepat kepada nasabah dan segera menangani keluhan mereka.

3. *Assurance*

Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan mempengaruhi kepercayaan dan keyakinan. Dimensi ini penting dalam layanan jasa yang membutuhkan kepercayaan tinggi, seperti perbankan, asuransi, dan bidang medis. Misalnya, dalam asuransi, kepastian seperti jaminan keamanan dan kemudahan program sangat penting bagi nasabah.

4. *Empaty*

Empati adalah perhatian dan kepedulian pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Hal ini penting untuk menunjukkan bahwa pelanggan dihargai dan kebutuhan mereka dipahami serta dipenuhi. Agar hubungan baik terjaga, agen layanan perlu menunjukkan

kepedulian terhadap nasabah dengan memberikan layanan yang memperhatikan kebutuhan mereka.

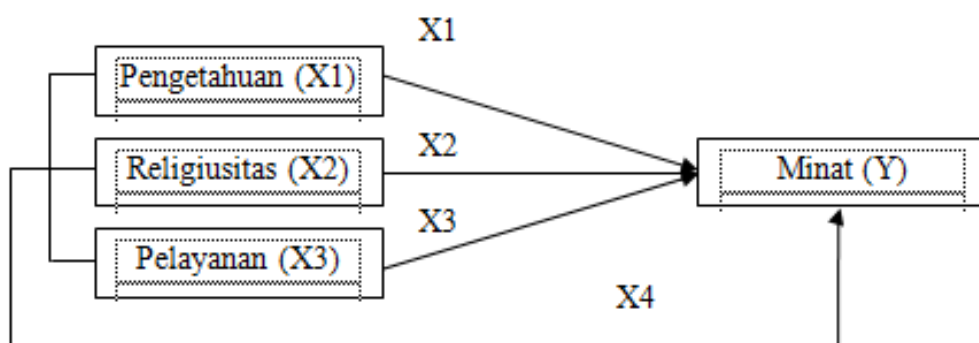
5. *Tangible*

Merupakan elemen yang terlihat secara fisik, termasuk fasilitas fisik, peralatan, staf, dan bangunan. Dimensi ini mencerminkan penampilan fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Contohnya meliputi fasilitas kantor, kebersihan, dan kenyamanan ruangan yang digunakan untuk transaksi, serta tampilan yang rapi dari agen layanan.

2.3 Kerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan kajian teoritis sebelumnya, diuraikan kerangka konseptual tentang pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan terhadap minat masyarakat Kecamatan Ganding menabung di BPRS Bhakti Sumekar. Maka dapat tersusun kerangka konseptual sebagaimana gambar berikut:

Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual



2.4 Hipotesis

Dalam suatu penelitian dibutuhkan sebuah kesimpulan atau dugaan sementara yang berhubungan dengan korelasi pengaruh antar variabel bebas dan terikat. Hipotesis perlu dibuktikan melalui penelitian dan analisis data. Hipotesis berasal dari dua kata yaitu hypo (belum tentu benar) dan tesis (kesimpulan). Menurut Noor (2017), hipotesis didefinisikan sebagai hubungan logis yang diperkirakan antara dua atau lebih variabel yang dirumuskan dalam bentuk pertanyaan yang dapat diuji secara empiris. Dengan demikian, ada keterkaitan antara perumusan masalah dengan hipotesis, krena rumusan masalah merupakan pertanyaan penelitian. Pertanyaan ini harus dijawab pada hipotesis. Jawaban pada hipoteses ini didasarkan pada teori dan empiris, yang telah dikaji pada kajian teori sebelumnya. Maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar.

Dalam penelitian yang dilakukan Rudi Haryono dkk (2021), disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan sebagai variabel independen terhadap minat masyarakat Kota Jambi untuk menabung di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sebagai variabel dependen. Maka hipotesis awal atau dugaan sementara penelitian adalah:

H₁ : Pengetahaun berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding

2. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Menjadi Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar.

Prianda Pebri dan Surya Bhakti (2022), dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara religiusitas sebagai variabel independen terhadap keputusan nasabah memilih produk simpanan mudharabah sebagai variabel dependen. Maka hipotesis awal atau dugaan sementara penelitian adalah:

H_2 : Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding

3. Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Neni Suryani (2022), disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan sebagai variabel independen terhadap minat nasabah untuk menabung di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Mandiri KC Dumai sebagai variabel dependen. Maka hipotesis awal atau dugaan sementara penelitian adalah:

H_3 : Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding

4. Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar.

Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari (2018) dalam penelitiannya menemukan bahwa secara simultan, terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan, religiusitas dan pelayanan sebagai variabel

independen terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk simpanan di BMT Amanah Ummah Gumpang Kartasura sebagai variabel dependen.

Maka hipotesis awal atau dugaan sementara penelitian adalah:

H₄ : Pengetahaun, religiusitas dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pendekatan ini digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu, dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data yang bersifat kuantitatif menggunakan metode statistik. Oleh karena itu, peneliti bertujuan untuk menguji konsep dan teori yang telah dijelaskan sebelumnya dengan menggunakan fakta dan fenomena yang ditemukan di lapangan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan apakah terdapat pengaruh antara pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi yang digunakan dalam rangka mengumpulkan data yang dibutuhkan adalah BPRS Bhakti Sumekar yang terletak di Jalan Raya Pasar Ganding Sumenep. Hal ini dikarenakan perkembangan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding dari tahun 2019 – 2021 menunjukkan perkembangan yang positif. Namun terdapat temuan pada penelitian Jamil (2022) di kecamatan Ganding yang menunjukkan bahwa masyarakat Ganding masih memiliki persepsi yang kurang baik tentang bank syariah dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah juga masih minim. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti apakah faktor seperti pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan benar mempengaruhi minat

masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding. Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan Oktober 2022 sampai selesai.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sebuah populasi terdiri dari sekumpulan atau beberapa elemen yang setiap elemennya memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel karena kesamaan karakteristik yang dimiliki. Menurut Bowono (2006), populasi merupakan himpunan seluruh wilayah atau subjek penelitian yang menjadi fokus analisis dan kesimpulan yang diambil oleh peneliti. Dalam penelitian ini, populasi yang ditetapkan adalah nasabah yang terdaftar di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Ganding. Namun, saat ini belum diketahui jumlah pasti nasabah yang ada di cabang tersebut.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari total populasi. Adanya keterbatasan seperti waktu, dana, dan tenaga membuat peneliti tidak dapat mengkaji seluruh isi populasi karena jumlahnya yang besar. Oleh karena itu peneliti bisa menggunakan sampel dari populasi tersebut dengan pertimbangan penentuan sampel tersebut harus tepat, akurat dan harus benar-benar representatif (mewakili) sehingga informasi dari kesimpulan penelitian yang didapatkan akan diterima. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Ganding yang berjumlah 95 orang.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah salah satu dari kategori teknik non-probability sampling yaitu teknik purposive sampling. Teknik ini dilakukan dengan memilih sampel secara sengaja berdasarkan kriteria atau batasan yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam hal ini, peneliti telah membuat kisi-kisi atau batasan berdasarkan ciri-ciri subyek yang menjadi target sampel penelitian (Supardi, 2005). Yang menjadi pertimbangan peneliti dalam penentuan sampel ini adalah masyarakat yang menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding, beragama Islam dan memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP).

Karena jumlah populasi yang tidak diketahui, maka penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Maholtra (2006), yaitu dengan jumlah minimal 4 sampai 5 kali dari jumlah pertanyaan atau indikator yang diteliti. Diperoleh rumus 5×19 (jumlah pertanyaan), maka jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini berjumlah 95 orang.

3.5 Data dan Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif, yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka. Dalam penelitian, sumber data dikatakan sebagai faktor penting yang nantinya akan menentukan metode pengumpulan data seperti apa yang pantas untuk digunakan (Indrianto & Supomo, 2019). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

3.5.1 Data Primer

Data primer merujuk pada sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui proses pengumpulan data di lapangan.

Data ini merupakan data asli yang dikumpulkan khusus untuk penelitian tertentu. Dalam konteks penelitian mengenai minat masyarakat menjadi nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding, data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat yang menjadi nasabah di BPRS tersebut.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder merujuk pada data yang diperoleh secara tidak langsung atau data yang sudah ada sebelumnya yang dikumpulkan oleh pihak lain. Data ini dapat berupa informasi yang terdokumentasi dalam bentuk jurnal ilmiah, buku, data statistik, laporan penelitian, situs web, dan sumber lainnya (Bawono, 2006).

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa macam metode yang dapat digunakan peneliti dalam proses pengumpulan data yang kemudian hasilnya kesimpulannya akan diperoleh setelah diolah atau dilakukan analisis terlebih dahulu. Teknik ini melibatkan proses pengumpulan informasi atau fakta yang relevan dengan tujuan penelitian (Bawono, 2006). Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.6.1 Metode Angket (kuesioner)

Menurut Sugiyono (2014) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab. Dalam pengumpulan data menggunakan kuesioner, peneliti ingin mengetahui keputusan masyarakat

dalam menabung di BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding. Untuk itu, peneliti menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan indikator yang telah ditentukan, yaitu Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Pelayanan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding. Dalam penelitian ini, digunakan jenis kuesioner tertutup. Kuesioner ini telah menyediakan pilihan jawaban yang telah ditentukan sehingga responden hanya perlu memilih jawaban yang paling sesuai dengan pendapat atau pengalaman mereka (Arikunto, 2010).

3.6.2 Metode Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah suatu metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang sedang diteliti. Dalam studi kepustakaan ini, peneliti mencari data dan informasi dari berbagai sumber seperti buku artikel ilmiah dan jurnal penelitian yang terkait dengan pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding.

3.7 Definisi Operasional Variabel

3.7.1 Pengetahaun (X1)

Pengetahuan konsumen mencakup segala informasi yang dimiliki oleh konsumen tentang berbagai produk dan jasa, serta pengetahuan terkait yang berkaitan dengan produk dan jasa tersebut, serta informasi yang relevan dengan peran mereka sebagai konsumen (Mowen & Minor, 2002). Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pengetahuan diantaranya;

pendidikan, paparan media massa, sosial ekonomi (pendapatan), hubungan sosial dan pengalaman.

Menurut Philip Khotler (dalam penelitian Rosyid dan Saidiah 2016), pengetahuan mempengaruhi perilaku dalam pembelian produk atau jasa dan membagi pengetahuan menjadi empat jenis yaitu; pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan tentang manfaat produk, pengetahuan tentang kepuasan, pengetahuan tentang konsep dasar Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

3.7.2 Religiusitas (X2)

Religiusitas adalah ekspresi dari dimensi religi yang dialami oleh individu dalam batinnya. Religiusitas ini dapat direpresentasikan melalui beberapa aspek yang menjadi panduan dalam menjalani kehidupan dengan benar, sehingga manusia dapat mencapai kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat.

Menurut Menurut Glock & Stark (dalam Ancok and Suroso 2008) terdapat lima dimensi religiusitas yang dijabarkan menjadi; ideologis, ritualistik, ekperiensial, intelektual dan konsekuensi.

3.7.3 Pelayanan (X3)

Pelayanan adalah suatu kondisi yang terus berubah dan memiliki pengaruh terhadap produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan. Pelayanan ini dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan yang dimiliki oleh pelanggan. Menurut Tjiptono (2002), menyatakan bahwa *service*

quality adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Terdapat lima indikator yang menurut Darwin dan Sondang (2014) menjadi indikator yang dominan antara lain; *reability, responsiveness, assurance, empathy dan tangible*.

3.7.4 Minat (Y)

Minat adalah respons yang muncul setelah seseorang menerima rangsangan dari suatu produk yang diperhatikannya. Rangsangan tersebut menimbulkan ketertarikan dalam mencoba produk tersebut, yang pada akhirnya memicu keinginan untuk membeli produk tersebut (Kotler et al., 2008).

Menurut Daniel Ortega & Anas Alhifni (dalam jurnal Windal and Sofyan 2021), minat menabung memiliki empat indikator yang dapat dijabarkan sebagai berikut; minat transaksi, minat referensi, minat preferensi dan minat eksploratif.

Tabel 3. 1
Indikator Setiap Variabel Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Item
1	Pengetahuan (X1)	Karakteristik produk	Saya mengetahui produk-produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
	Menurut Philip Khotler (dalam penelitian Rosyid dan	Manfaat produk	Saya mengetahui manfaat yang akan diperoleh dari produk-produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
		Kepuasan terhadap produk	Saya merasa sistem yang digunakan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sudah sesuai dengan syariat Islam

No.	Variabel	Indikator	Item
	Saidiah 2016)	Konsep dasar Perbankan Syariah	Saya mengetahui larangan riba dalam agama Islam Saya mengetahui perbedaan antara Perbankan Syariah dan Perbankan konvensional
2	Religiusitas (X2) Menurut Glock & Start (dalam penelitian Ancok dan Suroso 2008)	Ideologis (keyakinan)	Saya meyakini bahwa menggunakan jasa bank yang menerapkan prinsip syariah akan memberikan saya keberkahan hidup
		Ritualistik (peribadatan)	Saya meyakini dengan menjadi nasabah merupakan salah satu bentuk ibadah seperti mengalokasikannya untuk kepentingan sumbangan sosial
		Intelektual (pengetahuan)	Saya akan memilih menggunakan jasa salah satu bank setelah memahami bahwa produk yang ditawarkan merupakan produk yang halal menurut syariat islam
		Eksperiensial (pengalaman)	Saya memilih menjadi nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah karena ingin menjalankan prinsip syariat islam yaitu dengan memilih produk yang tentu bebas riba
		Konsekuensi	Saya memilih menggunakan jasa Bank Pembiayaan Rakyat Syariah karena takut akan siksa atas perilaku riba
3	Pelayanan (X3) Menurut Parasuraman dkk (dalam Darwin dan Sondang	<i>Tangible</i> (berwujud)	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah menyediakan sarana dan prasarana serta komunikasi yang baik kepada nasabah
		<i>Reliability</i> (kehandalan)	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah memberikan pelayanan kepada nasabah secara cepat dan akurat
		<i>Responsiveness</i>	Karyawan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

No.	Variabel	Indikator	Item
	2014)	(ketanggapan)	selalu siap untuk menanggapi permintaan nasabah
		<i>Assurance</i> (jaminan)	Karyawan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah memiliki pengetahuan dan kompetensi yang baik tentang syariat Islam serta kesopanan dan perilaku yang dapat dipercaya
		<i>Emphaty</i> (empati)	Karyawan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sangat memperhatikan kepentingan nasabah
4	Minat (Y) Menurut Ferdinan (2002)	Traksaksional	Saya tertarik dengan produk-produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
		Referensial	Saya memiliki keinginan untuk merekomendasikan teman-teman dan saudara-saudara untuk menggunakan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
		Preferensi	Saya lebih suka menggunakan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah karena biaya administrasinya yang lebih murah
		Ekploratif	Saya tertarik untuk mengikuti perkembangan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah

3.8 Skala Pengukuran

Skala pengukuran menurut Sugiyono (2014) adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada di dalam alat ukur. Sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dengan menggunakan skala pengukuran ini, nilai dari variabel yang diukur menggunakan instrumen tertentu dapat diungkapkan dalam bentuk angka. Pendekatan ini memberikan keuntungan dalam hal keakuratan, efisiensi, dan komunikasi data. Dalam penelitian ini,

menggunakan skala pengukuran Likert. Variabel yang akan diukur dipecah menjadi indikator-indikator variabel, yang kemudian digunakan sebagai dasar untuk menyusun item-item instrumen. Item-item tersebut dapat berupa pernyataan atau pertanyaan yang akan dijawab oleh responden.

Setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert memiliki rentang dari sangat positif hingga sangat negatif, dengan berbagai alternatif jawaban:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Setuju
- 4 = Sangat Setuju

3.9 Uji Insrumen

Instrumen penelitian merupakan alat yang dipergunakan untuk mengukur fenomena yang diamati dalam bidang ilmu alam maupun sosial. Semua fenomena ini secara khusus disebut sebagai variabel penelitian. Instrumen-instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel dalam ilmu alam telah tersedia dalam jumlah yang banyak dan telah diuji untuk validitas dan reliabilitasnya (Sugiyono, 2014).

3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas mengacu pada keabsahan suatu alat ukur dalam mengukur konstruk yang diinginkan. Dalam penelitian yang melibatkan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, penting untuk memastikan bahwa alat ukur tersebut valid agar hasil penelitian memiliki kepercayaan yang tinggi. Menurut Nikolaus Duli (2019), validitas adalah kriteria yang paling kritis dan menunjukkan sejauh mana suatu instrumen mengukur apa

yang seharusnya diukur. Dengan kata lain, validitas adalah sejauh mana perbedaan yang ditemukan dengan alat ukur mencerminkan perbedaan yang sebenarnya di antara hal-hal yang diuji.

Penentuan validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r *product moment* (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) atau r tabel. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika nilai r hitung lebih tinggi daripada r tabel yang ditentukan, maka item-item pernyataan dianggap valid. Sebaliknya jika nilai r hitung lebih rendah daripada nilai r tabel yang ditentukan, maka data tersebut dianggap tidak valid.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugeng (2022), reliabilitas instrumen pengukuran adalah sejauh mana konsistensi sebuah instrumen pengukuran (instrumen penelitian) dalam mengukur variabel yang diteliti. Sebuah instrumen pengukuran dikatakan reliabel jika instrumen tersebut digunakan berulang untuk mengukur variabel yang sama yang hasilnya sama atau jika instrumen tersebut digunakan oleh orang yang berbeda untuk mengukur variabel yang sama hasilnya akan sama.

Untuk menguji tingkat reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *cronbach alpha* untuk skala bertingkat dengan kriteria keputusan jika koefisien reliabilitas > 0.60 maka instrumen penelitian dikatakan reliabel. Semakin nilai *alphanya* mendekati 1 maka nilai reliabilitas datanya semakin terpercaya (Duli, 2019).

Tabel 3. 2
Kategori Koefisien Reliabilitas

Interval	Kriteria
< 0,200	Sangat rendah
0,2 – 0,399	Rendah
0,4 – 0,599	Cukup
0,600 – 0,799	Tinggi
0,9 – 1,00	Sangat tinggi

Sumber: (Duli, 2019)

3.10 Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu bagian dari proses penelitian. Analisis data berarti menginterpretasikan data-data yang telah dikumpulkan dari lapangan dan telah diolah sehingga menghasilkan informasi tertentu (Juliandi & Irfan, 2013). Berikut analisis data yang disertakan dalam penelitian ini:

3.10.1 Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang baik adalah model yang memenuhi uji asumsi klasik, yang meliputi asumsi normalitas data, ketiadaan multikolinieritas, tidak adanya heteroskedastisitas, ketiadaan autokorelasi, dan terpenuhinya asumsi linieritas. Dalam penelitian ini, dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memeriksa apakah data mengikuti distribusi normal atau tidak. Dalam konteks model regresi, uji normalitas berguna untuk memastikan bahwa asumsi normalitas terpenuhi. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah melihat

normal probability plot, yang membandingkan distribusi kumulatif data dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data normal, maka data akan mengikuti garis normal. Apabila data tersebar di sekitar diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Apabila data tersebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghazali, 2006).

Selain menggunakan kurva probability plot, uji normalitas juga dapat dilakukan dengan metode uji kolmogorov smirnov. Sebagaimana uji beda pada biasanya, jika nilai signifikansi dibawah 0,05 maka terdapat perbedaan yang signifikan, artinya data yang diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut tidak normal. Jika nilai signifikansi di atas 0,05 maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan, artinya data yang diuji tidak terdapat perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut normal.

2. Uji Multikolinieritas

Tujuan penggunaan uji multikolinieritas adalah untuk mengidentifikasi apakah terdapat korelasi antara variabel bebas atau tidak pada model regresi. Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Adanya gejala multikolinieritas,

menyebabkan sulitnya memisah masing-masing variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen (Wiratna, 2015).

Dalam mendeteksi multikolinieritas, dapat menggunakan metode Tolerance dan Value Inflation Factor (VIF). Jika nilai Tolerance $> 0,10$ atau VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, jika nilai Tolerance $< 0,10$ atau VIF > 10 , maka terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Dalam regresi, salah satu asumsi yang harus dipenuhi adalah bahwa varian residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain tidak memiliki pola tertentu (Santosa & Ashari, 2005). Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah ada pola sistematis dalam varians residual yang dapat mempengaruhi validitas hasil analisis regresi (Sunyoto, 2012). Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas, dapat dilakukan dengan metode scatterplot. Jika scatterplot menyebar secara acak di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y atau titik-titik menyebar, maka berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Untuk uji statistik yang dapat digunakan adalah dengan uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan pada uji Glefser ini adalah jika nilai signifikan $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya (Duli, 2019).

3.10.2 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Menurut Wulansari (2016), persamaan regresi linier berganda dapat dikatakan linier jika dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan matematika yang melibatkan koefisien regresi dan variabel-variabel independen dengan derajat yang linear. Dalam penelitian ini menggunakan minat sebagai variabel dependen. Sedangkan variabel independen adalah pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan.

Persamaan umum dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Y = Minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding (variabel dependen)
- a = Konstanta
- b₁ = Koefisien variabel pengetahuan
- b₂ = Koefisien variabel religiusitas
- b₃ = Koefisien variabel pelayanan
- X₁ = Pengetahuan (variabel independen)
- X₂ = Religiusitas (variabel independen)
- X₃ = Pelayanan (variabel independen)
- e = *error* (tingkat kesalahan)

3.10.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji nilai-nilai statistik, mean, dan proporsi dari satu atau dua sampel yang sedang diteliti. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menentukan apakah hipotesis awal dapat diterima atau ditolak berdasarkan bukti statistik yang ada dan hasil pengujian akan memberikan informasi apakah data yang diperoleh mendukung atau menolak hipotesis awal (Sunyoto, 2012).

1. Uji Parsial (Uji t)

Penggunaan Uji parsial dapat mengevaluasi sejauh mana kontribusi setiap variabel independen yang secara individual menjelaskan variasi variabel dependen. Uji t melibatkan perbandingan nilai signifikansi. Dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05, mengindikasikan variabel independen berdampak signifikan pada variabel dependen secara parsial. Sebaliknya, jika nilai signifikansi > 0,05, menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh parsial yang signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Selain itu, uji t juga dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel.

Langkah-langkah pengujian:

- a. Menentukan H_0 dan H_a (hipotesis alternatif)
 - i. H_0 = Variabel X1 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Y.

H_1 = Variabel X1 berpengaruh secara signifikan terhadap Y.

ii. H_0 = Variabel X2 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Y.

H_2 = Variabel X2 berpengaruh secara signifikan terhadap Y.

iii. H_0 = Variabel X3 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Y.

H_3 = Variabel X3 berpengaruh secara signifikan terhadap Y.

b. Mencari nilai t tabel

Tabel diperoleh dengan menggunakan acuan, $t_{tabel} = [\alpha; (df = n - k)]$ dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$, maka diperoleh nilai $(0,05;91)$

c. Pengambilan keputusan

Jika nilai t hitung $>$ nilai t tabel, maka kita akan menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_a). Ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara individual terhadap variabel dependen

Jika nilai t hitung $<$ nilai t tabel, maka menolak hipotesis alternatif (H_a) dan menerima hipotesis nol (H_0). Ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan

antara variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

2. Uji Simultan (Uji F)

Penggunaan uji simultan dimaksudkan untuk mengetahui dan mengevaluasi dampak dari variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap peningkatan atau penurunan variabel dependen. Hasil uji F dapat ditemukan dalam tabel ANOVA sebagai bagian dari analisis statistik. Metode untuk menentukan uji F adalah dengan membandingkan nilai signifikansi. Jika nilai signifikan yang diperoleh kurang dari 0,05, maka bukti yang menyatakan bahwa variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen telah didapatkan. Sedangkan, apabila nilai yang diperoleh lebih tinggi dari 0,05, maka bukti bahwa variabel independen secara simultan tidak mempengaruhi variabel dependen telah didapatkan. Uji F juga dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel.

Langkah-langkah pengujian:

a. Menentukan hipotesis

H_0 = Variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

H_1 = Variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

b. Mencari nilai F tabel

Acuan penentuan F tabel yaitu, $F \text{ tabel} = [df (N1) = k - 1 ; (df (N2) = n - k)]$. Dengan taraf signifikansi 5%, maka diperoleh nilai (3;91)

c. Pengambilan keputusan

Apabila nilai F hitung $>$ nilai F tabel, maka dapat menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_1). Ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Jika nilai F hitung $<$ nilai F tabel, maka menolak hipotesis alternatif (H_1) dan menerima hipotesis nol (H_0). Ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

3. Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji R^2 digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen dalam model regresi. Dalam menghitung koefisien determinasi, kita mengevaluasi sejauh mana variasi atau perubahan dalam variabel dependen (Y) dapat dijelaskan oleh variasi atau perubahan dalam variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n). Untuk melihat hasil uji R^2 , kita dapat mengacu pada tabel Model Summary dalam analisis statistik.

Ciri-ciri nilai R^2 (Bawono, 2006) adalah sebagai berikut:

- a. Besarnya nilai koefisien determinasi terletak antara 0 sampai 1.
- b. Nilai nol menunjukkan tidak adanya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.
- c. Nilai 1 menunjukkan adanya hubungan yang sempurna antara variabel independen dengan variabel dependen.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

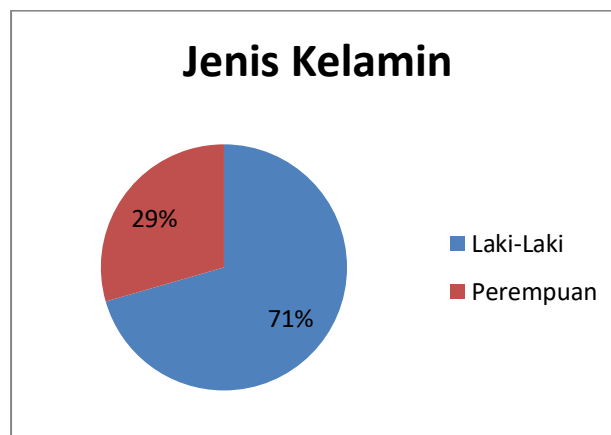
4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Karakteristik Responden

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dibagi menjadi dua bagian yaitu laki-laki dan perempuan yang dapat dijelaskan pada gambar dibawah ini:

Gambar 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Gender



Sumber; Diolah oleh penulis, 2023

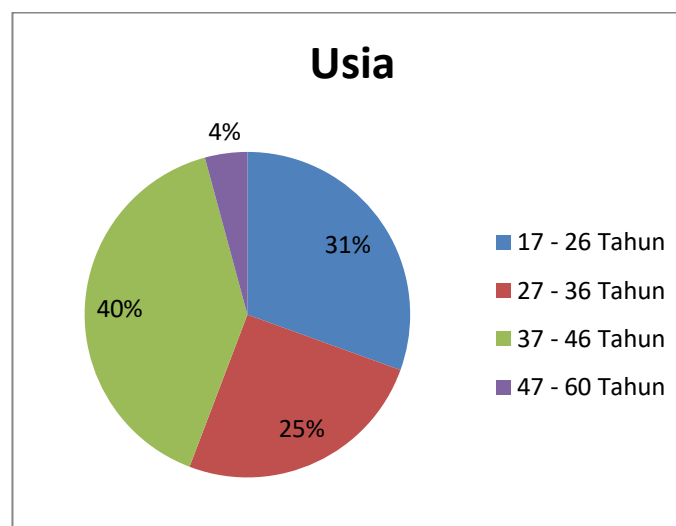
Gambar 4.1 menunjukkan bahwa mayoritas nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding yang menjadi responden adalah laki-laki. Hal ini terlihat dari persentase responden laki-laki yang mencapai 71% dari total sampel atau berjumlah 67 orang. Sementara itu, jumlah responden perempuan adalah 28 orang atau sebesar 29% dari total

sampel. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada sampel penelitian ini adalah nasabah dengan jenis kelamin laki-laki.

2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dibagi menjadi empat bagian yaitu rentang usia 17 – 26 tahun, rentang usia 27 – 36 tahun, rentang usia 37 – 46 tahun, dan rentang usia 47 – 60 tahun, yang dapat dijelaskan pada gambar dibawah ini:

Gambar 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Sumber; Diolah oleh penulis, 2023

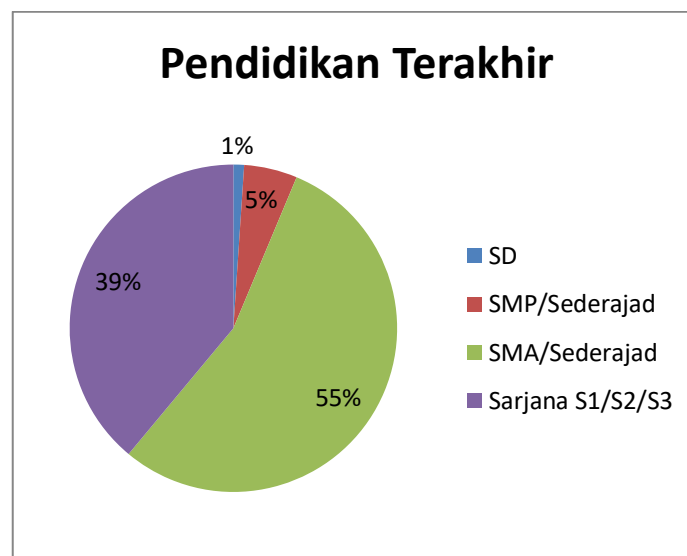
Gambar 4.2 menunjukkan bahwa mayoritas nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding yang menjadi responden adalah nasabah yang berada berada pada rentang usia 37-46 tahun. Hal ini terlihat dari persentase responden dengan rentang usia 37-46 tahun yang mencapai 40% dari total sampel atau berjumlah 38 orang. Responden dengan rentang usia antara 17-26 tahun memiliki persentase sebesar 31% dari total sampel atau berjumlah 29 orang. Responden dengan

rentang usia antar 27-36 tahun memiliki persentase sebesar 25% dari total sampel atau berjumlah 24 orang. Sedangkan 4% dari total sampel atau sebanyak 4 orang memiliki usia antara 47-60 tahun. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada sampel penelitian ini adalah nasabah berusia dalam rentang antara 37-46 tahun.

3. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

Karakteristik responden berdasarkan riwayat pendidikan terakhir dibagi menjadi empat bagian yaitu SD, SMP/ sederajat, SMA/ sederajat, dan sarana S1/S2/S3, yang dapat dijelaskan pada gambar dibawah ini:

Gambar 4. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



Sumber; Diolah oleh penulis, 2023

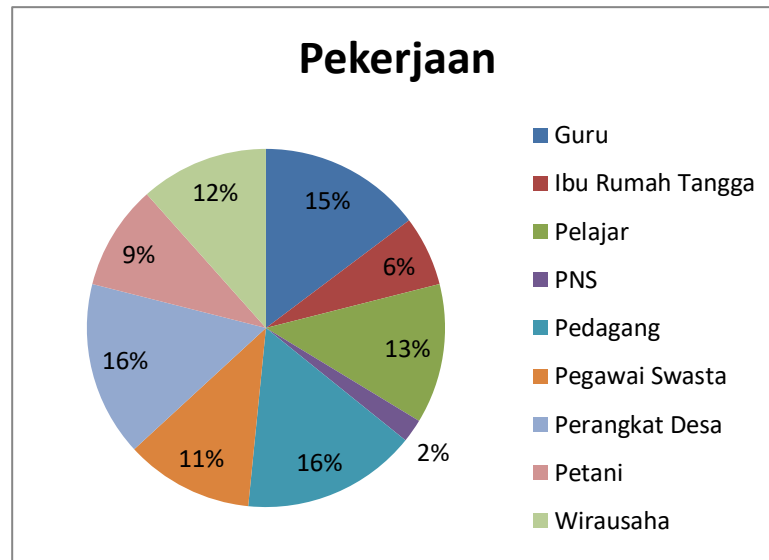
Gambar 4.3 menunjukkan bahwa mayoritas nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding yang menjadi responden adalah nasabah yang memiliki riwayat pendidikan terakhir SMA/ sederajat. Hal ini terlihat dari persentase responden dengan riwayat pendidikan

terakhir SMA/ sederajat yang mencapai 55% dari total sampel atau berjumlah 52 orang. Responden dengan persentase terbanyak kedua adalah nasabah dengan riwayat pendidikan terakhir sarjana (S1/S2/S3) yang mencapai 39% dari total sampel atau berjumlah 37 orang. Tercatat sebesar 5% dari total sampel atau sebanyak 5 orang memiliki riwayat pendidikan terakhir SMP/ sederajat. Sedangkan hanya terdapat 1 orang responden yang memiliki riwayat pendidikan terakhir SD/ sederajat, yang menyumbang 1% dari total sampel. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada sampel penelitian ini adalah nasabah yang memiliki riwayat pendidikan terakhir SMA/ sederajat.

4. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dibagi menjadi sembilan bagian yaitu guru, ibu rumah tangga, pelajar, PNS, pedagang, pegawai swasta, perangkat desa, petani, dan wirausaha, yang dapat dijelaskan pada gambar dibawah ini:

Gambar 4. 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber; Diolah oleh penulis, 2023

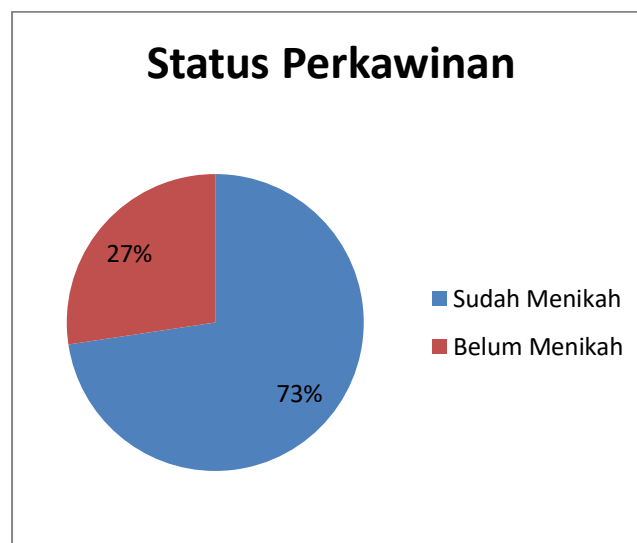
Gambar 4.4 menunjukkan bahwa mayoritas nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding yang menjadi responden adalah nasabah yang memiliki mata pencaharian sebagai pedagang dan perangkat desa. Hal ini terlihat dari persentase responden yang memiliki mata pencaharian sebagai pedagang dan perangkat desa mencapai 16% dari total sampel atau berjumlah 15 orang. Sementara pekerjaan sebagai guru mencapai 15% dari total sampel atau 14 orang. Responden yang bekerja sebagai pelajar mencapai 13% dari total sampel atau 12 orang. Pekerjaan sebagai wirausaha memiliki persentase yang sama dengan pegawai swasta, yaitu 11% dari total sampel atau 11 orang. Responden yang bekerja sebagai petani memiliki persentase sebesar 9% dari total sampel atau 9 orang. Responden dengan status pekerjaan sebagai ibu rumah tangga memiliki persentase sebesar 6%

dari total sampel atau 6 orang. Pekerjaan sebagai PNS memiliki persentase paling rendah, yaitu 2% dari total sampel atau 2 orang. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada sampel penelitian ini adalah nasabah yang memiliki mata pencaharian sebagai pedagang.

5. Karakteristik responden berdasarkan status perkawinan

Karakteristik responden berdasarkan status perkawinan dibagi menjadi dua bagian sudah menikah dan belum menikah, yang dapat dijelaskan pada gambar dibawah ini:

Gambar 4. 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan



Sumber; Diolah oleh penulis, 2023

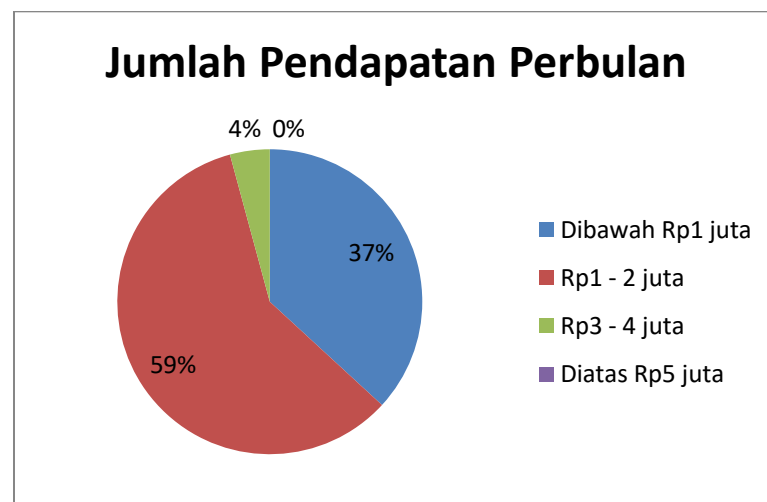
Gambar 4.5 menunjukkan bahwa mayoritas nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding yang menjadi responden adalah nasabah yang sudah menikah atau berkeluarga. Hal ini terlihat dari persentase responden yang sudah menikah mencapai 73% dari total sampel atau berjumlah 69 orang. Sementara itu, terdapat 26 responden

atau sebesar 27% dari total sampel dengan status belum menikah. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada sampel penelitian ini adalah nasabah dengan status sudah menikah.

6. Karakteristik responden berdasarkan jumlah pendapatan perbulan

Karakteristik responden berdasarkan jumlah pendapatan dibagi menjadi empat bagian yaitu dibawah Rp1 juta, Rp1 – 2 juta, Rp3 – 4, dan diatas Rp5 juta, yang dapat dijelaskan pada gambar dibawah ini:

Gambar 4. 6
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan Perbulan



Sumber; Diolah oleh penulis, 2023

Gambar 4.6 menunjukkan bahwa mayoritas nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding yang menjadi responden adalah nasabah yang memiliki pendapatan perbulan berkisar Rp1-2 juta. Hal ini terlihat dari persentase responden dengan pendapatan perbulan berkisar Rp1-2 juta mencapai 59% dari total sampel atau berjumlah 56 orang. Sementara itu, responden dengan persentase tertinggi kedua adalah nasabah yang memiliki pendapatan per bulan dibawah Rp1 juta

yang mencapai 37% dari total sampel atau berjumlah 35 orang. Tersisa 4% dari total sampel atau berjumlah 4 orang merupakan nasabah dengan pendapatan per bulan berkisar Rp3-4 juta. Tidak ada responden yang memiliki pendapatan bulanan di atas Rp5 juta, sehingga persentasenya adalah 0% atau tidak ada. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden pada sampel penelitian ini adalah nasabah dengan pendapatan per bulan berkisar Rp1-2 juta.

4.1.2. Gambaran Umum Variabel

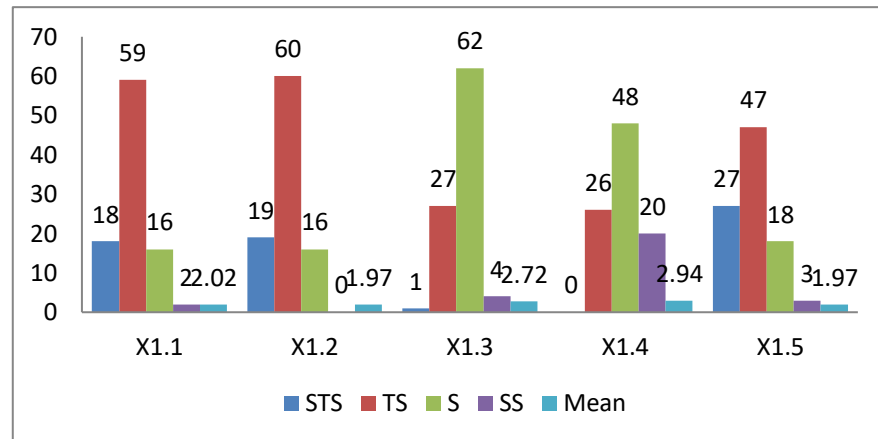
4.1.3.1. Deskripsi Data

Hasil dari tanggapan responden secara umum terhadap masing-masing variabel variabel; variabel X1 (Pengetahuan), X2 (Religiusitas), dan X3 (Pelayanan) terhadap variabel Y (Minat), akan dijelaskan pada tabel distribusi item di bawah ini:

1. Pengetahuan (X1)

Pada variabel pengetahuan terdapat 4 indikator dengan 5 pertanyaan yaitu diantaranya karakteristik produk (X1.1), manfaat produk (X1.2), kepuasan terhadap produk (X1.3), dan konsep dasar Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (X1.4 dan X1.5).

Gambar 4. 7
Dostribusi Frekuensi Item Pengetahuan (X1)



Sumber: Diolah melalui SPSS 16.0, (2023)

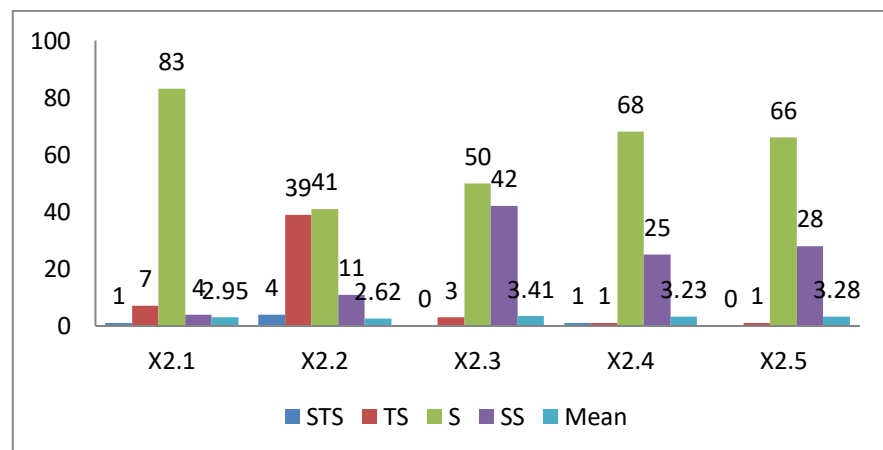
Informasi yang tertera pada gambar 4.7 menyatakan bahwa item dengan nilai rata-rata tertinggi atau pernyataan yang paling sesuai dengan responden adalah item X1.4 dengan rincian nilai frekuensi; sangat tidak setuju berjumlah 0 (0,0%), tidak setuju berjumlah 26 (27,4%), setuju berjumlah 49 (51,6%) dan sangat setuju berjumlah 20 (21,1%). Sementara item dengan nilai rata-rata terendah atau pernyataan paling tidak sesuai dengan responden adalah item X1.2 dengan dengan rincian nilai frekuensi; sangat tidak setuju berjumlah 18 (18,9%), tidak setuju berjumlah 59 (62,1%), setuju berjumlah 16 (16,8%) dan sangat setuju berjumlah 2 (2,1%) dan X1.5 dengan rincian nilai frekuensi; sangat tidak setuju berjumlah 27 (28,4%), tidak setuju berjumlah 47 (49,5%), setuju berjumlah 18 (18,9%) dan sangat setuju berjumlah 3 (3,2%). Dengan demikian item pernyataan X1.4 menunjukkan pengaruh yang kuat terhadap variabel pengetahuan. Dan sebaliknya, item pernyataan

X1.2 dan X1.5 menunjukkan bahwa item tersebut memiliki pengaruh yang kurang kuat terhadap variabel pengetahuan.

2. Religiusitas (X2)

Pada variabel religiusitas terdapat 5 indikator dengan 5 pertanyaan yaitu diantaranya ideologis (X2.1), ritualistik (X2.2), intelektual (X2.3), eksperiensial (X2.4) dan konsekuensi (X2.5).

Gambar 4. 8
Distribusi Frekuensi Item Religiusitas (X2)



Sumber: Diolah melalui SPSS 16.0, (2023)

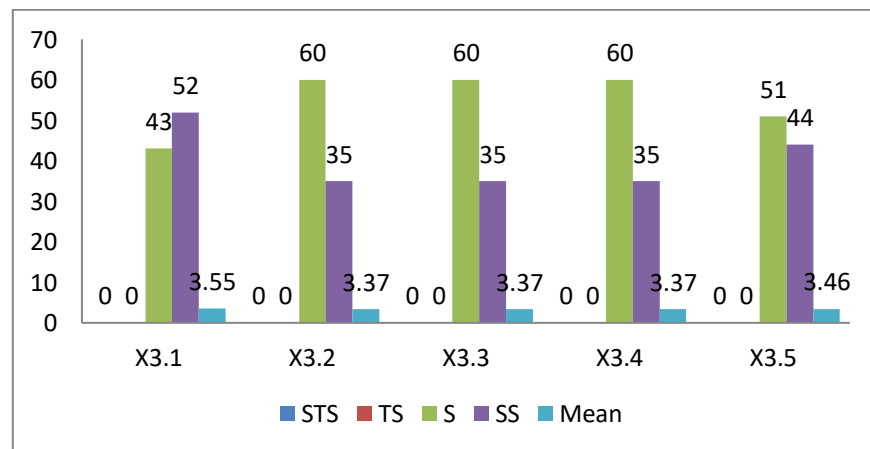
Informasi yang tertera pada gambar 4.8 menyatakan bahwa item dengan nilai rata-rata tertinggi atau pernyataan yang paling sesuai dengan responden adalah item X2.3 dengan rincian nilai frekuensi; sangat tidak setuju berjumlah 0 (0,0%), tidak setuju berjumlah 3 (3,2%), setuju berjumlah 50 (52,6%) dan sangat setuju berjumlah 42 (44,2%). Sementara item dengan nilai rata-rata terendah atau pernyataan paling tidak sesuai dengan responden adalah item X2.2 dengan rincian nilai frekuensi sangat tidak setuju berjumlah 4 (4,2%), tidak setuju berjumlah 39 (41,1%), setuju

berjumlah 41 (43,2%) dan sangat setuju berjumlah 11 (11,6%). Dengan demikian item pernyataan X2.3 menunjukkan pengaruh yang kuat terhadap variabel religiusitas. Dan sebaliknya, item pernyataan X2.2 menunjukkan bahwa item tersebut memiliki pengaruh yang kurang kuat terhadap variabel religiusitas.

3. Pelayanan (X3)

Pada variabel pelayanan terdapat 5 indikator dengan 5 pertanyaan yaitu diantaranya tangibel (X3.1), reliability (X3.2), responsiveness (X3.3), assurance (X3.4) dan empathy (X3.5).

Gambar 4. 9
Distribusi Frekuensi Item Pelayanan (X3)



Sumber: Diolah melalui SPSS 16.0, (2023)

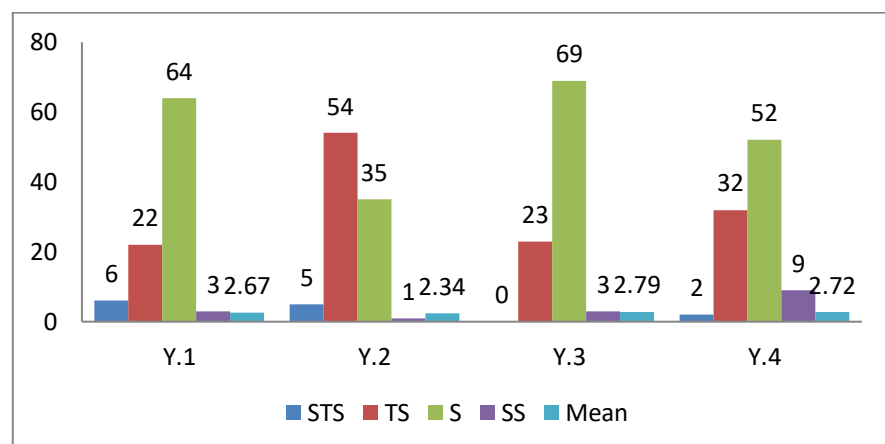
Informasi yang tertera pada gambar 4.9 menyatakan bahwa item dengan nilai rata-rata tertinggi atau pernyataan yang paling sesuai dengan responden adalah item X3.1 dengan rincian nilai frekuensi; sangat tidak setuju berjumlah 0 (0,0%), tidak setuju berjumlah 0 (0,0%), setuju berjumlah 44 (46,3%) dan sangat setuju berjumlah 51 (53,7%). Item X3.3, X3.4, dan X3.5, dengan nilai yang

sama menjadi item dengan dengan nilai rata-rata terendah atau pernyataan paling tidak sesuai dengan responden dengan rincian nilai frekuensi sangat tidak setuju berjumlah 0 (0,0%), tidak setuju berjumlah 0 (0,0%), setuju berjumlah 60 (63,2%) dan sangat setuju berjumlah 35 (36,8%). Dengan demikian item pernyataan X3.1 menunjukkan pengaruh yang kuat terhadap variabel pelayanan. Dan sebaliknya, item pernyataan X3.3 menunjukkan bahwa item tersebut memiliki pengaruh yang kurang kuat terhadap variabel pelayanan.

4. Minat (Y)

Pada variabel minat terdapat 4 indikator dengan 5 pertanyaan yaitu diantaranya transaksional (Y.1), referensial (Y.2), preferensi (Y.3), dan eksploratif (Y.4).

Gambar 4. 10
Distribusi Frekuensi Item Minat (Y)



Sumber: Diolah melalui SPSS 16.0, (2023)

Informasi yang tertera pada gambar 4.10 menyatakan bahwa item dengan nilai rata-rata tertinggi atau pernyataan yang paling sesuai dengan responden adalah item Y.3 dengan rincian nilai

frekuensi; sangat tidak setuju berjumlah 0 (0,0%), tidak setuju berjumlah 23 (24,2%), setuju berjumlah 69 (72,6%) dan sangat setuju berjumlah 3 (3,2%). Sementara item dengan nilai rata-rata terendah atau pernyataan paling tidak sesuai dengan responden adalah item Y.2 dengan rincian nilai frekuensi sangat tidak setuju berjumlah 5 (5,3%), tidak setuju berjumlah 54 (56,8%) setuju berjumlah 35 (36,8%) dan sangat setuju berjumlah 1 (1,1%). Dengan demikian item pernyataan Y.3 menunjukkan pengaruh yang kuat terhadap variabel minat. Dan sebaliknya, item pernyataan Y.2 menunjukkan bahwa item tersebut memiliki pengaruh yang kurang kuat terhadap variabel minat.

4.1.3.2. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Untuk menentukan tingkat validitas suatu data, dapat diketahui dengan melihat nilai r hitung yang kemudian dibandingkan dengan nilai r product moment moment $[(\alpha; n - 2), n = \text{jumlah sampel}]$ atau r tabel dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05. Jika nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel yang sesuai dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan, maka data tersebut dapat dianggap valid. Dalam kasus ini, dengan total 95 responden, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,2017. Oleh karena itu, setiap item pernyataan dapat dikatakan valid jika hasil uji validitas mereka menghasilkan nilai

korelasi (r hitung) yang lebih besar dari 0,2017. Hasil pengujian uji validitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Uji Validitas Semua Variabel

Variabel	Item pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pengetahuan (X1)	X1.1	0,837	0,2017	Valid
	X1.2	0,783	0,2017	Valid
	X1.3	0,256	0,2017	Valid
	X1.4	0,564	0,2017	Valid
	X1.5	0,789	0,2017	Valid
Religiusitas (X2)	X2.1	0,429	0,2017	Valid
	X2.2	0,269	0,2017	Valid
	X2.3	0,389	0,2017	Valid
	X2.4	0,523	0,2017	Valid
	X2.5	0,455	0,2017	Valid
Pelayanan (X3)	X3.1	0,432	0,2017	Valid
	X3.2	0,260	0,2017	Valid
	X3.3	0,334	0,2017	Valid
	X3.4	0,353	0,2017	Valid
	X3.5	0,448	0,2017	Valid
Minat (Y)	Y.1	0,687	0,2017	Valid
	Y.2	0,626	0,2017	Valid
	Y.3	0,555	0,2017	Valid
	Y.4	0,693	0,2017	Valid

Sumber: Diolah melalui SPSS 16.0, (2023)

Dari tabel 4.1 diatas, terlihat bahwa semua item pernyataan yang diberikan kepada 95 responden menghasilkan nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel. Berdasarkan hal ini, dapat

disimpulkan bahwa semua item pernyataan tersebut lulus uji validitas. Dengan kata lain, semua item pernyataan dalam penelitian ini dapat dianggap valid dan relevan untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

2. Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui tingkat reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha 0 sampai 1. Apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,600$ maka dapat dikatakan reliabel. Hasil pengujian uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Std. Value	Keterangan
Pengetahuan	0,835	0,600	Reliabel
Religiusitas	0,635	0,600	Reliabel
Pelayanan	0,610	0,600	Reliabel
Minat	0,815	0,600	Reliabel

Sumber: Diolah melalui SPSS 16.0, (2023)

Dari tabel 4.2 diatas, dapat dilihat bahwa nilai reliabilitas uji untuk setiap variabel adalah sebagai berikut: pengetahuan (0,835), religiusitas (0,635), pelayanan (0,610), dan minat (0,815). Secara keseluruhan, semua nilai reliabilitas tersebut lebih besar dari 0,600. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam penelitian ini sudah reliabel atau memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan dapat diandalkan.

4.1.3.3. Hasil Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Setelah memenuhi uji validitas dan uji reliabilitas, maka dilanjutkan dengan uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

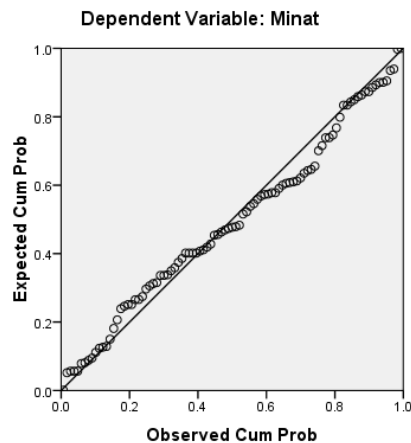
a. Uji Normalitas

Untuk mengetahui tingkat kenormalan data, dapat menggunakan beberapa metode. Salah satunya adalah dengan mengamati pola sebaran titik-titik pada grafik Normal Probability Plot. Data dianggap normal jika titik-titiknya tersebar sejajar dengan garis diagonal. Selain itu, uji normalitas Kolmogorov-Smirnov juga dapat digunakan, di mana jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data tersebut dapat dikatakan memenuhi asumsi normalitas. Namun, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data tidak memenuhi asumsi normalitas.

Hasil uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

Gambar 4. 11
Normal Probability Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Diolah melalui SPSS 16.0, (2023)

Dari gambar Normal Probability Plot (gambar 4.11), menampilkan sebaran titik-titik mengikuti garis diagonal. Dapat diartikan bahwa penelitian ini telah memenuhi asumsi uji normalitas. Hal ini dapat dibuktikan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut

Tabel 4. 3
Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Sig. (2-tailed)	Signifikansi	Keterangan
0,437	0,05	Normal

Sumber: Diolah melalui SPSS 16.0, (2023)

Dari tabel 4.3 di atas, terlihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,437, lebih besar dari 0,05 atau nilai signifikansi yang telah ditetapkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan data dalam penelitian ini dinyatakan terdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas. Ini berarti data penelitian tidak menunjukkan

kecenderungan signifikan untuk melenceng dari distribusi normal yang diharapkan.

b. Uji Multikolinieritas

Suatu penelitian dikatakan baik jika data yang digunakan tidak mengalami masalah multikolinieritas. Gejala multikolinieritas dapat diketahui melalui nilai tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor) untuk setiap variabel. Jika nilai tolerance untuk setiap variabel lebih dari 0,1, atau nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam data tersebut. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 4
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinierity Statistics	
	Tolerance	VIF
Pengetahuan	0,753	1,328
Religiusitas	0,774	1,293
Pelayanan	0,939	1,065

Sumber: Diolah melalui SPSS 16.0, (2023)

Dari tabel 4.4 di atas, terlihat bahwa nilai toleransi untuk setiap variabel independen adalah lebih besar dari 0,1, atau nilai VIF kurang dari 10. Berdasarkan hal ini, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat korelasi yang signifikan antara variabel independen, atau dengan kata lain, tidak ada gejala multikolinieritas. Oleh karena itu, model regresi yang digunakan

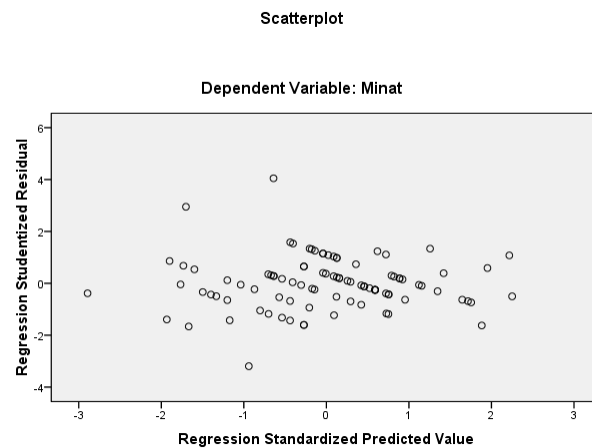
dalam penelitian ini dapat dianggap baik dalam hal mengatasi masalah multikolinieritas antara variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk menentukan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak, dapat menggunakan metode scatterplot yang melibatkan pengamatan pola titik-titik data pada grafik. Pola yang tidak jelas, seperti gelombang, pelebaran, atau penyempitan, dapat menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Selain itu, penyebaran titik-titik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y juga bisa menjadi indikator adanya heteroskedastisitas. Selain metode scatterplot, uji Glejser juga dapat digunakan untuk menguji keberadaan heteroskedastisitas. Dalam uji Glejser, nilai signifikansi di atas 0,05 menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas, sedangkan nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan adanya heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode scatterplot dapat dilihat dalam gambar berikut:

Gambar 4. 12
Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot



Sumber: Diolah melalui SPSS 16.0, (2023)

Berdasarkan scatterplot yang terlihat pada Gambar 4.8, terdapat pola yang tidak jelas dengan adanya gelombang, pelebaran, dan penyempitan. Terdapat titik-titik yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dari observasi ini, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi. Penyimpulan ini dapat diperkuat dengan hasil uji Glejser yang terdokumentasikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 5
Hasil Uji Glejser

Variabel	Sig.	Hasil
Pengetahuan	0,468	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Religiusitas	0,767	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Pelayanan	0,128	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Diolah melalui SPSS 16.0, (2023)

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, nilai signifikansi untuk setiap variabel adalah lebih dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dengan tujuan untuk mengukur sejauh mana pengaruh masing-masing variabel, yaitu pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan, terhadap minat seseorang untuk menjadi nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Hasil dari uji regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 6
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2,763	1,893		-1,460	0,148
Pengetahuan	0,369	0,064	0,478	5,734	0,000
Religiusitas	0,322	0,096	0,276	3,361	0,001
Pelayanan	0,233	0,093	0,186	2,489	0,015

Sumber: Diolah melalui SPSS 16.0, (2023)

Pada tabel 4.6 di atas, persamaan dari regresi linier berganda sebagai berikut:

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

$$\text{Minat} = -2,763 + 0,369 \text{ pengetahuan} + 0,322 \text{ religiusitas} + 0,233 \text{ pelayanan}$$

Dari hasil persamaan regresi linier tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Koefisien regresi untuk variabel pengetahuan (X1) adalah 0,369. Nilai positif pada X1, ini menunjukkan adanya hubungan searah. Artinya jika peningkatan yang terjadi pada variabel pengetahuan sebesar satu satuan, maka peningkatan juga akan terjadi pada variabel minat sebesar 0,369 satuan sesuai dengan koefisien regresi. Sebaliknya, jika penurunan yang terjadi pada variabel pengetahuan sebesar satu satuan, maka penurunan juga akan terjadi pada variabel minat sebesar 0,369 satuan sesuai dengan koefisien regresi.
- b. Koefisien regresi untuk variabel religiusitas (X2) adalah 0,322. Nilai positif pada X2, ini mengindikasikan adanya hubungan searah. Dengan kata lain, jika religiusitas meningkat satu satuan, minat juga akan meningkat sebesar 0,322 satuan berdasarkan koefisien regresi. Sebaliknya, jika religiusitas mengalami penurunan satu satuan, minat juga akan mengalami penurunan sebesar 0,322 satuan berdasarkan koefisien regresi.
- c. Koefisien regresi untuk variabel pelayanan (X3) adalah 0,233. Nilai positif pada X3, ini mengindikasikan adanya hubungan searah. Dengan kata lain, jika pelayanan meningkat satu satuan, minat juga akan meningkat sebesar 0,233 satuan berdasarkan koefisien regresi. Sebaliknya, jika pelayanan

mengalami penurunan satu satuan, minat juga akan mengalami penurunan sebesar 0,233 satuan berdasarkan koefisien regresi.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi atau membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 7
Hasil Uji Parsial (Berdasarkan nilai signifikan)

Variabel	Nilai Signifikan	Keterangan
Pengetahuan	0,000	Signifikan
Religiusitas	0,001	Signifikan
Pelayanan	0,015	Signifikan

Sumber: Diolah melalui SPSS 16.0, (2023)

Tabel 4. 8
Hasil Uji Parsial (Berdasarkan nilai t hitung)

Variabel	Nilai t hitung	Keterangan
Pengetahuan	5,734	Signifikan
Religiusitas	3,361	Signifikan
Pelayanan	2,489	Signifikan

Sumber: Diolah melalui SPSS 16.0, (2023)

Dari tabel 4.7 yang disajikan diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut: variabel pengetahuan (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil daripada tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05. Hal yang sama juga berlaku untuk variabel religiusitas (X2) dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 dan

variabel pelayanan (X3) dengan nilai signifikansi sebesar 0,015. Selain itu, nilai t hitung yang tercantum dalam tabel 4.8, juga menunjukkan bahwa nilai t hitung variabel pengetahuan (X1) adalah 5,734 yang lebih besar daripada nilai t tabel yang diketahui yaitu 1,986377. Hal yang sama juga terjadi pada variabel religiusitas (X2) dengan nilai t hitung sebesar 3,361 dan variabel pelayanan (X3) dengan nilai t hitung sebesar 2,489, keduanya lebih besar dari nilai t tabel yang diketahui. Semua ini mengindikasikan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar. Maka dapat ditetapkan hipotesis sebagai berikut:

H_1 : *Pengetahuan (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar (Y)*

Berdasarkan informasi dalam tabel 4.7, terlihat bahwa nilai signifikansi (significance value) untuk variabel pengetahuan (X1) adalah 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis alternatif (H1) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar (Y).

Berdasarkan nilai t hitung yang tercantum dalam tabel 4.8, terlihat bahwa nilai t hitung untuk variabel pengetahuan (X1) adalah 5,734, yang lebih besar dari nilai t tabel yang diketahui sebesar 1,986377. Oleh karena itu, terima H1 (hipotesis alternatif). Dengan demikian, kesimpulan yang bisa diambil adalah variabel pengetahuan (X1) memiliki dampak yang signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar (Y).

H₂ : Religiusitas (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar (Y)

Berdasarkan data yang tercantum dalam tabel 4.7, terlihat bahwa nilai signifikansi untuk variabel religiusitas (X2) adalah 0,001, yang lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, H1 (hipotesis alternatif) diterima. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel religiusitas (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar(Y).

Berdasarkan data yang tertera pada tabel 4.8, terlihat bahwa nilai t hitung untuk variabel religiusitas (X2) adalah 3,361, yang lebih besar daripada nilai t tabel yang diketahui sebesar 1,986377. Oleh karena itu, terima H1, yang mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh variabel religiusitas (X2) yang signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar (Y).

H_3 : *Pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar (Y)*

Dari data yang tertera pada tabel 4.7, dapat diperhatikan bahwa nilai signifikansi untuk variabel pelayanan (X3) adalah 0,015, yang lebih kecil daripada batas signifikansi 0,05. Dengan demikian, H_1 diterima, yang menunjukkan bahwa variabel pelayanan (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar (Y).

Berdasarkan data pada tabel 4.8, dapat diketahui bahwa nilai t hitung untuk variabel pelayanan (X3) adalah 2,489, lebih tinggi daripada nilai t tabel yang diperoleh yaitu 1,986377. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima, yang mengindikasikan bahwa variabel pelayanan (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Y).

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikansi atau membandingkan nilai F yang dihitung dengan nilai F yang terdapat pada tabel. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 9
Hasil Uji Simultan (Uji F)

F hitung	Nilai Signifikan	Keterangan
33,375	0,000	Signifikan

Sumber: Diolah melalui SPSS 16.0, (2023)

Dari tabel 4.9 di atas, dapat diamati bahwa nilai signifikansi adalah 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, nilai F hitung sebesar 33,375, sementara nilai F tabel adalah 2,70 ($F_{hitung} > F_{tabel}$). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama, variabel pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah di BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding. Hal ini mengindikasikan bahwa hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_1) diterima.

c. Koefisien Detrminasi (R^2)

Koefisien determinasi mengindikasikan proporsi variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Dalam hal ini, semakin tinggi nilai koefisien determinasi, semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil dari uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 10
Hasil Uji Detrminasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,724	0,524	0,508	1,349

Sumber: Diolah melalui SPSS 16.0, (2023)

Dari Tabel 4.13 yang terlampir, dapat dilihat bahwa hasil uji determinasi R² menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,508 atau 50,8%. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam penelitian ini, variabel bebas yang meliputi pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan mempengaruhi variabel terikat minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar sebesar 50,8%. Sementara 49,2% sisanya adalah variabel lainnya di luar penelitian ini.

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi yang diberikan oleh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen atau untuk mengetahui variabel X apa yang memiliki pengaruh paling dominan pada variabel Y adalah dengan mencari nilai sumbangan efektif (SE) dan sumbangan relatif (SR) (Raharjo, 2018).

Rumus:

$$SE(X)\% = \text{Beta}_x \times \text{koefisien korelasi}_x \times 100\%$$

$$SR(X)\% = \text{Beta}_x \times SE_x \times 100\%$$

Tabel 4. 11
Hasil Sumbangan Efektif (SE) & Sumbangan Relatif (SR)

Variabel	Standarized coefisien (Beta)	Koefisien korelasi	SE	SR
Pengetahuan	0,478	0,652	31,17	59,31
Religiusitas	0,276	0,534	14,74	28,05
Pelayanan	0,186	0,357	6,64	12,64

Sumber: Diolah melalui Microsoft Office Excel 2007, (2023)

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan (X1) mempengaruhi minat (Y) sebesar 59,31% atau 31,17% dari nilai R^2 . Variabel religiusitas (X2) mempengaruhi minat (Y) sebesar 28,05% atau 14,74% dari nilai R^2 . Variabel pelayanan (X3) mempengaruhi minat (Y) sebesar 12,64% atau 6,64% dari nilai R^2 .

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pembahasan Pengetahuan (X1) Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding (Y)

Dari hasil uji parsial (uji t) pada variabel pengetahuan (X1), ditemukan bahwa variabel pengetahuan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding, dengan koefisien pengaruh sebesar 0,370. Hasil ini menyimpulkan bahwa pengetahuan yang dimiliki nasabah tentang lembaga keuangan syariah berpengaruh terhadap minat mereka untuk menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding. Hasil deskripsi

statistik menunjukkan item pernyataan paling sesuai dengan nasabah adalah item X1.4 dengan pernyataan "*saya mengetahui larangan riba dalam Islam*" artinya hanya dengan memiliki persepsi bahwa bank syariah adalah bank yang sesuai dengan syariat Islam yaitu bebas riba, menjadikan hal tersebut alasan kuat untuk menggunakan jasa BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding. Sedangkan item pernyataan paling tidak sesuai dengan masyarakat adalah item X1.2 dengan pernyataan "*saya mengetahui manfaat yang akan diperoleh dari produk-produk bank syariah*" dan item X1.5 dengan pernyataan "*saya mengetahui perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional*". Artinya mayoritas nasabah belum paham tentang manfaat produk serta perbedaan bank syariah dengan bank konvensional. Dengan nilai rata-rata tertinggi sebesar 2,94, menunjukkan bahwa pengetahuan nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding tentang bank syariah masih rendah. Meskipun memiliki nilai rendah, namun pengaruhnya terhadap minat menjadi paling dominan diantara semua variabel dalam penelitian ini yaitu sebesar 59,31%. Oleh karena itu, bagi BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding, memberikan pengetahuan dan sosialisasi tentang produk-produk yang ditawarkan oleh bank menjadi hal yang sangat penting. Dengan meningkatkan pengetahuan masyarakat, diharapkan minat mereka untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding juga akan meningkat.

Hal ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Rudi Haryono dan rekan-rekan (2021). Dalam penelitian tersebut, mereka

menemukan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat masyarakat di kota Jambi untuk menabung di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Artinya minat masyarakat Kota Jambi terhadap Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dipengaruhi oleh tinggi rendahnya pengetahuan mereka. Pembahasan Religiusitas (X2) Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Y)

4.2.2. Pembahasan Pelayanan (X3) Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada variabel religiusitas (X2), ditemukan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding, dengan nilai koefisien pengaruh sebesar 0,338. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk memilih lembaga keuangan syariah seperti BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding.

Hasil deskripsi statistik menunjukkan item pernyataan paling sesuai dengan nasabah adalah item X2.3 dengan pernyataan "*saya akan memilih menggunakan jasa salah satu bank setelah memahami bahwa produk yang ditawarkan merupakan produk yang halal menurut syariat Islam*" artinya nasabah yang memilih BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding sebagai bank pilihan mereka secara umum berdasarkan pertimbangan bahwa bank

tersebut sesuai dengan keyakinan agama mereka. Sedangkan item pernyataan paling tidak sesuai dengan nasabah adalah item X2.2 dengan pernyataan "*saya meyakini dengan menjadi nasabah merupakan salahsatu bentuk ibadah seperti mengalokasikannya untuk kepentingan sumbangan sosial*" artinya mayoritas nasabah belum menganggap tindakan menabung di BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding ini sebagai bentuk ibadah. Dengan nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,41, menunjukkan bahwa tingkat religiusitas nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding yang tinggi. Dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa religiusitas nasabah mempengaruhi minat sebesar 28,05%. Maka dapat disimpulkan bahwa masyarakat yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi cenderung lebih tertarik untuk menggunakan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, memperkuat aspek religiusitas dalam promosi dan komunikasi, akan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding.

Kesimpulan dari penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Prianda Pebri dan Surya Bhakti (2022). Dalam penelitiannya, mereka menemukan bahwa keputusan memilih produk simpanan mudharabah pada Bank Umum Syariah dipengaruhi oleh faktor brand trust dan religiusitas. Dengan demikian, jika seseorang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi, kemungkinan untuk menjadi nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah menjadi lebih tinggi

4.2.3. Pembahasan Pelayanan (X3) Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding (Y)

Nilai variabel pelayanan (X3) pada uji parsial, mengindikasikan bahwa pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding, dengan nilai koefisien pengaruh sebesar 0,218. Temuan ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding memiliki pengaruh positif terhadap minat masyarakat untuk menjadi nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding dinilai sudah baik dan sesuai dengan keinginan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan data deskripsi statistik yang menunjukkan rata-rata dari keseluruhan item diatas 3,3 dengan tidak ada satupun dari responden yang menjawab tidak setuju atau sangat tidak setuju dengan item pernyataan. Meskipun memiliki nilai rata-rata yang tinggi, namun pengaruhnya terhadap minat menjadi paling kecil diantara semua variabel dalam penelitian ini yaitu sebesar 12,64%. Meskipun pengaruhnya kecil, bukan berarti tinggi rendahnya kualitas pelayanan tidak mempengaruhi minat nasabah. Oleh karena itu, menjadi tanggung jawab BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas pelayanan mereka agar dapat lebih mendorong minat masyarakat dalam menggunakan jasa mereka. Perlu diperhatikan bahwa

kualitas pelayanan juga secara tidak langsung akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan loyalitas nasabah terhadap BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding.

Kesimpulan dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Neni Suryani (2022). Dalam penelitiannya, Neni Suryani menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dalam menabung. Artinya, semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank, akan semakin meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah dengan tingkat yang lebih tinggi.

4.2.4. Pembahasan Pengetahuan (X1), Religiusitas (X2), dan Pelayanan (X3), Secara Simultan Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding (Y)

Nilai signifikan yang tertera pada uji simultan (uji F) adalah 0,000, lebih kecil daripada nilai signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama, variabel pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding. Dengan kata lain, tinggi rendahnya pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan dapat mempengaruhi peningkatan atau penurunan minat masyarakat untuk menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding.

Kesimpulan dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Abdul Haris Romdhoni dan Dita Ratnasari (2018). Mereka juga menemukan bahwa pengetahuan, kualitas pelayanan, produk dan religiusitas secara bersama-sama mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk simpanan di MBT Amanah Ummah Gumpang Kartasura. Dengan kata lain, tingkat minat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan, dan tingkat religiusitas yang mereka miliki.

Jika melihat hasil uji koefisien determinasi (R^2), menunjukkan nilai r square sebesar 0,524 atau 52,4%. Artinya secara keseluruhan Minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding dipengaruhi oleh pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan sebesar 52,4%. Variabel paling dominan dalam penelitian ini adalah pengetahuan yaitu sebesar 31,17%, kemudian religiusitas 14,74% dan pelayanan 6,64%. Pentingnya pengetahuan dijelaskan dalam penelitian S. Hikmah Jamil dkk (2022), yang menyatakan bahwa persepsi masyarakat Gadu Timur Kecamatan Ganding tentang bank syariah masih kurang baik. Hal ini dipengaruhi oleh kurangnya pengetahuan tentang bank syariah, kebutuhan, sikap (afektif), keterampilan (psikomotorik), suasana hati (*mood*), minat, perhatian, nilai, dan kepribadian. Oleh karena itu demi meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang produk-produk BPRS Bhakti Sumekar, perusahaan dapat mengadakan sosialisasi atau program edukasi yang

bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang perbankan syariah dan manfaatnya. Hal ini akan membantu menghilangkan kesalahpahaman dan meningkatkan minat masyarakat.

Selain itu, perusahaan juga dapat memperkuat aspek religiusitas dalam promosi dan komunikasi mereka. Dengan menekankan bahwa produk dan layanan yang mereka tawarkan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, mereka dapat menarik minat masyarakat yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi. Sebagaimana penelitian yang dilakukan Bambang Hermanto dan Syahril (2020), menyatakan bahwa persepsi masyarakat Kabupaten Sumenep tentang lembaga keuangan syariah adalah dalam menjalankan kegiatannya, lembaga keuangan syariah harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang berorientasi pada etika dan moral yang kemudian dapat menciptakan kegiatan perbankan yang efektif dan efisien (bebas dari riba, gharar, maysir, dll) sehingga mampu berimplikasi pada pembangunan ekonomi, kesejahteraan rakyat, menciptakan pasar ekonomi yang sehat dan menghilangkan paradigma dzalim.

Terakhir, perusahaan perlu memastikan kualitas pelayanan mereka tetap tinggi. Dengan memberikan pelayanan yang efisien, ramah, dan responsif kepada nasabah, perusahaan dapat membangun kepercayaan dan kepuasan nasabah, yang pada gilirannya akan meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah perusahaan tersebut. sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Ummu Naqiyatin (2017), menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan lembaga keuangan syariah dinilai sudah bagus

dan memuaskan oleh masyarakat Guluk-Guluk. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan dan keinginan masyarakat yaitu tidak berbelit-belit dan cepat serta tanggap terhadap nasabah yang datang. Namun juga terdapat beberapa masyarakat yang mengeluhkan tentang fasilitas seperti kurang luasnya ruangan dan lahan parkir. Hal ini tentu menjadi PR bagi BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding untuk lebih meningkatkan sarana dan prasarana yang dimiliki.

Dengan menggabungkan upaya dalam meningkatkan pengetahuan, religiusitas, dan kualitas pelayanan, BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding dapat secara efektif meningkatkan minat masyarakat untuk menjadi nasabah mereka.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data pada penelitian tentang pengaruh pengetahuan, religiusitas, dan pelayanan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding, dapat ditarik kesimpulan argumentasi sebagai berikut:

1. Pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding. Artinya semakin tinggi tingkat pemahaman masyarakat terhadap perbankan syariah, maka akan semakin tertarik untuk menggunakan jasa BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding. Dalam penelitian ini, variabel pengetahuan berpengaruh sebesar 59,31% atau variabel dengan pengaruh paling dominan. Oleh karena itu, meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah menjadi sangat penting bagi BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding demi meningkatkan minat masyarakat.
2. Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding. Artinya semakin tinggi tingkat religiusitas masyarakat, maka akan semakin tertarik untuk menggunakan jasa BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding. Dalam penelitian ini variabel religiusitas berpengaruh sebesar 28,05%. Oleh karena itu, aspek keagamaan dalam promosi dan

komunikasi yang diberikan BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding perlu ditingkatkan guna menarik minat masyarakat.

3. Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, maka masyarakat akan semakin tertarik untuk menggunakan jasa BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding. Dalam penelitian ini variabel pelayanan berpengaruh sebesar 12,64%. Oleh karena itu, dengan mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan, maka akan memberikan persepsi yang positif kepada masyarakat sehingga mendorong minat mereka untuk menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding
4. Pengetahuan, religiusitas dan pelayanan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat mejadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding. Ketiga variabel independen tersebut berpengaruh sebesar 50,8% dan 49,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disertakan. Oleh karena itu jika BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding ingin meningkatkan minat masyarakat terhadap perusahaannya, maka dapat dilakukan dengan cara meningkatkan pengetahuan dan religiusitas masyarakat yang berkaitan dengan pernakan syariah serta meingkatkan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelian, pembahasan dan kesimpulan, beberapa saran berikut yang dapat disertakan dalam penelitian ini:

1. Bagi BPRS Bhakti Sumekar cabang Ganding, diperlukan sosialisasi untuk meningkatkan pemahaman dasar tentang produk-produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Hal ini penting karena banyak masyarakat, terutama di pedesaan, memiliki pemahaman yang kurang tentang perbankan syariah yang sebenarnya. Dengan pemahaman yang tepat akan meningkatkan pandangan masyarakat terhadap perbankan syariah, sesuai dengan unsur keagamanya sehingga mengurangi *satatement* yang beranggapan hanya labelnya saja syariah, namun dalam penerapannya sama saja dengan konvensional. Selain itu, diharapkan juga menjaga dan meningkatkan fasilitas serta pelayanan agar dapat meningkatkan loyalitas nasabah.
2. Untuk penelitian selanjutnya di masa mendatang, diharapkan mampu menjadi referensi yang kredibel terkait penelitian sejenis dan mengembangkan variabel terkait minat nasabah terhadap Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Hal ini karena variabel dalam penelitian ini hanya mempengaruhi minat sebesar 56,7%. Artinya, variabel seperti promosi, lokasi, keamanan, dan variabel lainnya dapat menjadi pertimbangan dalam penelitian selanjutnya untuk lebih meningkatkan minat nasabah terhadap Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, D., & Suroso, F. N. (2008). *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta.
- Bawono, A. (2006). Multivariate Analysis dengan SPSS. In *Salatiga:STAIN Press*. STAIN Salatiga Press.
- Bowono, A. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. STAIN Salatiga Press.
- Crow, L. D., & Crow, A. (1984). *Psikologi Pendidikan Buku 1*. Bina Ilmu.
- Darwin, S., & Sondang, Y. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS (Pertama)*. Penerbit Deepublish.
- Ferdinan, A. (2002). *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen (2nd ed.)*. Seri Pustaka Kunci 03/BP UNDIP.
- Ghazali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Haryono, R., Mubyarto, N., & Ferawati, R. (2021). Pengaruh Pengetahaun, Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Journal of Comprehensive Islamic Studies, Vol. 1 No.*, 134–156.
- Hasan, I., & Wati, M. F. (2022). The Influence of Knowlege, Religiousity, and Social Environment on Interest in Saving in Islamic Banking. *ICONIES*, 109–116.
- Hermanto, B., & Syahril. (2020). Persepsi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah di Kabupaten Sumenep. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi, Volume 10*, 78.
- Indrianto, N., & Supomo, B. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi dan manajemen (1st ed.)*. BPFE.
- Islamuddin, H. (2012). *Psikologi Pendidikan*. Pustaka Pelajar.
- Jamil, S. H., Yuliyana, E., & Sulistyawati. (2022). Persepsi Masyarakat Terhadap

- Bank Syariah: Studi Desa Gadu Timur, Kecamatan Ganding, Sumenep. *Al-Musthofa Journal of Sharia Economic*, 5 (2), 39–53.
- Juliandi, A., & Irfan. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*. Citapustaka Media Perintis.
- Kardoyo, Nurkhin, A., Muhsin, Mukhibad, H., & Aprilia, F. D. (2020). The Effect of Knowledge, Promotion, and Religiosity on Intention to Use Islamic Banking Service. *Sciedu Press: International Journal of Financial Research*, Vol. 11, N, 128–135.
- Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Prenhallindo.
- Mowen, J., & Minor, C. M. (2002). *Perilaku Konsuemen*. Erlangga.
- Mussry, Jacky, Wirtz, Jochen, Lovelock, & Christopher. (2010). *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi*. Erlangga.
- Musyaffa, H., & Iqbal, M. (2022). Pengaruh Religiusitas, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Perbanas Journal of Islamic Economics & Business*, Vol. 2 No., 167–177.
- Naqiyatin, U. (2017). Studi Komparasi Manajemen Pelayanan: Persepsi Masyarakat Guluk-Guluk Sumenep Terhadap Lembaga Perbankan Syariah dan Lembaga Keuangan Syariah Non-Bank. *OECONOMICUS: Jurnal Of Economic*, Vol. 2, No, 58–82.
- Noor, J. (2017). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah* (Edisi pert). Kencana.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64, 12–40.
- Pebri, P., & Bakti, S. (2022). The Influence of Brand Trust and Religiosity on The Mudharabah Deposit Product Selection Decision. *Journal of Social Science*, Vol.3 No., 177–182.
- Raharjo, S. (2018). *Cara Menghitung SE dan SR dalam Analisis Regresi Linier Berganda*. SPSS Indonesia: Olah Data Statistik Dengan SPSS. <https://www.spssindonesi.com/2018/02/cara-menghitung-se-sr-regresi-berganda.html?m=1>
- Romdhoni, A. H., & Ratnasari, D. (2018). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, Produk dan Religiusitas Terhadap Minat Nasabah untuk menggunakan Produk Simpanan pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4.
- Rosyid, M., & Saidiah, H. (2016). Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya terhadap Minat Menabung Santri dan Guru. *Journal of Islamic*

Economics, Business, and Finance, Vol 7, 42.

- Rukiyanto, B. . (2020). *Pendidikan Religiusitas untuk Perguruan Tinggi* (F. . Dapiyanta (ed.); 1st ed.). Sanata Dharma University Press.
- Ruslan, R. (2012). *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*. Raja Grafindo Persada.
- Sampurna, P. A., & Miranti, T. (2022). The Effect of Service Quality, Banking Digitalization, and Customer Relationship Management (CRM) on Customer Loyalty. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Enterepreneurship, Vol. 12, N, 303–315.*
- Santosa, P. B., & Ashari. (2005). *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. ANDI.
- Sarifudin, M. (2021). *Pembiayaan Musyarakah: dalam meningkatkan pendapatan nasabah di BPRS*. Bintang Pustaka madani.
- Shofwa, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan pada BSM Cabang Purwokerto. *Jurnal Ekonomi Islam El-JIZYA, Vol.4 No.1, 189–217.*
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Bina Aksara.
- Sofanudin, A., & Dkk. (2020). *Literasi Keagamaan dan Karekater Peserta Didik* (A. Sofanuddin & A. Muntakhib (eds.); 1st ed.). Diva Press.
- Sugeng, B. (2022). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Deepublish.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen*. PT. Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2012). *Prosedur Uji Hipotesis untuk Riset Ekonomi*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenali Konsumen)*. CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Supardi. (2005). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. UII Press.
- Suryani, N. (2022). Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Kc Dumai. *Jurnal Al-Hisabah, Vol. 3, No, 53–65.*
- Sutedi, A. (2009). *Perbankan Syariah*. Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, F. (2002). *Manajemen Jasa*. ANDI.

- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2005). *Service, Quality, and Satisfaction*. ANDI.
- Windal, & Sofyan, A. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Indonesia KCP. Sidrap. *Jurnal Ekonomi Islam AT TAWAZUN*, 1, 28.
- Wiratna, S. (2015). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Wulansari, A. D. (2016). *Aplikasi Statistik Parametrik Dalam Penelitian*. Pustaka Felicha.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Olah Data

1.1. Uji Validitas

Pengetahuan (X1)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1_1	9.59	4.053	.837	.743
X1_2	9.64	4.381	.783	.764
X1_3	8.89	5.712	.256	.888
X1_4	8.67	4.584	.564	.822
X1_5	9.64	3.764	.789	.754

Religiusitas (X2)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2_1	12.55	2.399	.429	.579
X2_2	12.87	1.963	.269	.683
X2_3	12.08	2.142	.389	.583
X2_4	12.26	2.047	.523	.520
X2_5	12.21	2.211	.455	.557

Pelayanan (X3)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3_1	13.57	1.567	.432	.519
X3_2	13.75	1.787	.260	.608
X3_3	13.75	1.701	.334	.572
X3_4	13.75	1.680	.353	.562
X3_5	13.65	1.548	.448	.510

Minat (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y_1	7.84	2.028	.687	.742
Y_2	8.18	2.234	.626	.771
Y_3	7.73	2.605	.555	.805
Y_4	7.80	1.970	.693	.740

1.2. Uji Reliabilitas

Pengetahuan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	5

Religiusitas (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.636	5

Pelayanan (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.610	5

Minat (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	4

1.3. Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.32713554
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.089
	Negative	-.067
Kolmogorov-Smirnov Z		.869
Asymp. Sig. (2-tailed)		.437

a. Test distribution is Normal.

1.4. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.763	1.893			
	Pengetahuan	.369	.064	.478	.753	1.328
	Religiusitas	.322	.096	.276	.774	1.293
	Pelayanan	.233	.093	.186	.939	1.065

a. Dependent Variable: Minat

1.5. Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.258	1.258		2.590	.011
	Pengetahuan	-.031	.043	-.086	-.729	.468
	Religiusitas	-.019	.064	-.035	-.298	.767
	Pelayanan	-.095	.062	-.162	-1.537	.128

a. Dependent Variable: Abs_Res

1.6. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.763	1.893		-1.460	.148
	Pengetahuan	.369	.064	.478	5.734	.000
	Religiusitas	.322	.096	.276	3.361	.001
	Pelayanan	.233	.093	.186	2.489	.015

a. Dependent Variable: Minat

1.7. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	182.165	3	60.722	33.375	.000 ^a
	Residual	165.561	91	1.819		
	Total	347.726	94			

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Religiusitas, Pengetahuan

b. Dependent Variable: Minat

1.8. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.724 ^a	.524	.508	1.349

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Religiusitas, Pengetahuan

b. Dependent Variable: Minat

1.9. Koefisien Korelasi

Correlations

		Pengetahuan	Religiusitas	Pelayanan	Minat
Pengetahuan	Pearson Correlation	1	.472 ^{**}	.237 [*]	.652 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.021	.000
	N	95	95	95	95
Religiusitas	Pearson Correlation	.472 ^{**}	1	.173	.534 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000		.093	.000
	N	95	95	95	95
Pelayanan	Pearson Correlation	.237 [*]	.173	1	.347 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.021	.093		.001
	N	95	95	95	95
Minat	Pearson Correlation	.652 ^{**}	.534 ^{**}	.347 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	
	N	95	95	95	95

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

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

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan preferensi masyarakat terhadap Bank Pembiayaan Rakyat Syariah diantaranya seperti pengetahuan, komitmen beragama, pelayanan dan lokasi. Untuk setiap pertanyaan berikut, diharapkan bagi anda untuk memberikan jawaban berdasarkan tingkatan kesetujuan anda terhadap pertanyaan yang disediakan yaitu dengan memberi lingkaran pada pilihan yang paling sesuai.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

C. Kuesioner

Variabel Pengetahuan

No.	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Saya mengetahui produk-produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah				
2	Saya mengetahui manfaat yang akan diperoleh dari produk-produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah				
3	Saya merasa sistem yang digunakan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sudah sesuai dengan syariat Islam				
4	Saya mengetahui larangan riba dalam agama Islam				
5	Saya mengetahui perbedaan antara Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dan bank				

	konvensional				
--	--------------	--	--	--	--

Variabel Religiusitas

No.	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Saya meyakini bahwa menggunakan jasa bank yang menerapkan prinsip syariah akan memberikan saya keberkahan hidup				
2	Saya meyakini dengan menjadi nasabah merupakan salahsatu bentuk ibadah seperti mengalokasikannya untuk kepentingan sumbangan sosial				
3	Saya akan memilih menggunakan jasa salahsatu bank setelah memahami bahwa produk yang ditawarkan merupakan produk yang halal menurut syariat islam				
4	Saya memilih menjadi nasabah di Bank Pembiayaan Rakyat Syariah karena ingin menjalankan prinsip syariat islam yaitu dengan memilih produk yang tentu bebas riba				
5	Saya memilih menggunakan jasa Bank Pembiayaan Rakyat Syariah karena takut akan siksa atas perilaku riba				

Variabel Pelayanan

No.	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah menyediakan sarana dan prasarana serta				

	komunikasi yang baik kepada nasabah				
2	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah memberikan pelayanan kepada nasabah secara cepat dan akurat				
3	Karyawan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah selalu siap untuk menanggapi permintaan nasabah				
4	Karyawan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah memiliki pengetahuan dan kompetensi yang baik tentang syariat Islam serta kesopanan dan perilaku yang dapat dipercaya				
5	Karyawan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah sangat memperhatikan kepentingan nasabah				

Variabel Minat

No.	Pernyataan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1	Saya tertarik dengan produk-produk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah				
2	Saya memiliki keinginan untuk merekomendasikan teman-teman dan saudara-saudara untuk menggunakan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah				
3	Saya lebih suka menggunakan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah karena biaya administrasinya yang lebih murah				
5	Saya tertarik untuk mengikuti perkembangan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah				

**Lampiran
Data Penelitian**

Pengetahuan (X1)						Religiusitas (X2)					
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1T	X2.1	X2.2	X2,3	X2,4	X2,5	X2T
3	3	4	4	3	16	3	2	3	3	3	14
1	2	2	3	2	11	3	3	3	3	3	15
2	2	3	4	2	13	3	2	3	3	3	14
2	2	2	3	2	11	3	2	2	3	4	14
2	2	3	4	2	13	3	3	4	4	4	18
3	3	3	3	2	14	3	3	3	3	4	16
2	2	3	3	3	13	3	3	4	4	4	18
2	2	3	3	2	12	3	2	3	4	4	16
1	2	2	4	2	11	3	2	3	3	4	15
1	1	1	2	1	7	2	4	3	3	3	15
2	2	3	3	2	12	3	3	4	3	4	17
2	2	3	3	2	12	3	3	4	3	3	16
2	2	3	3	2	12	3	2	3	3	3	14
3	3	4	3	3	15	3	2	3	3	4	15
2	2	3	3	2	12	3	2	3	3	3	14
2	2	3	2	2	11	3	3	3	3	3	15
1	2	2	3	1	10	2	1	3	3	3	13
2	2	3	3	1	11	3	4	4	4	4	19
3	3	4	4	3	16	3	4	3	4	4	18
2	2	3	3	2	12	3	4	3	3	4	17
1	1	1	2	1	6	1	2	3	1	3	11
1	1	2	2	1	8	3	4	3	3	3	16
1	1	2	2	1	7	3	2	3	3	3	14
2	2	3	3	2	12	3	3	3	4	4	17
3	3	3	4	3	16	3	4	3	4	4	18
2	2	3	3	2	12	3	3	4	3	4	17
4	3	2	4	4	17	3	3	4	4	3	17
2	2	3	3	2	12	4	3	4	4	3	17
3	3	3	3	3	15	4	4	4	3	4	19
2	2	3	3	2	12	3	3	4	4	4	18
2	2	3	4	1	12	4	3	4	4	4	19
2	1	3	2	1	9	2	3	4	4	3	16
2	1	3	3	2	11	3	2	4	4	3	16
3	3	2	4	3	15	3	3	3	3	3	15
3	3	2	3	3	14	3	4	4	3	3	17
2	1	3	3	2	11	3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	4	16	3	3	4	4	4	18
2	2	3	3	3	13	3	4	4	3	4	18
1	1	3	3	1	9	3	3	3	4	4	17

3	3	2	3	3	14	3	3	4	3	3	16
2	1	3	3	2	11	3	2	3	3	3	14
2	2	3	3	3	13	3	3	4	3	3	16
1	1	3	2	1	8	2	2	3	3	3	13
2	2	3	3	2	12	3	3	4	4	3	17
2	2	2	4	2	12	3	2	4	3	3	15
2	2	2	2	1	9	3	3	3	3	3	15
2	1	3	2	1	9	3	3	4	3	3	16
1	1	2	3	1	8	3	2	3	3	3	14
1	1	2	2	1	7	3	2	3	3	3	14
2	2	3	2	1	10	3	2	3	3	3	14
1	2	2	2	1	8	2	2	3	3	3	13
1	2	3	2	1	9	3	3	3	3	3	15
1	1	2	2	1	7	3	3	3	3	3	15
2	2	3	2	1	10	3	3	3	3	3	15
2	2	3	3	2	12	3	3	3	3	3	15
2	2	3	3	2	12	3	3	3	3	3	15
2	2	3	2	2	11	3	3	4	3	3	16
2	2	3	3	2	12	3	3	3	3	3	15
2	2	3	2	2	11	3	4	4	3	3	17
2	2	3	3	2	12	3	2	4	3	3	15
2	2	3	2	1	10	3	3	4	3	3	16
2	2	3	3	2	12	3	4	3	3	3	16
2	2	3	3	2	12	3	3	3	3	3	15
2	2	3	3	2	12	3	2	3	3	3	14
2	2	3	4	2	13	3	2	4	3	3	15
2	2	3	3	2	12	3	2	4	3	3	15
2	2	2	3	3	12	3	2	3	3	3	14
1	1	2	2	1	7	3	2	4	3	3	15
2	1	3	3	1	10	3	3	2	3	3	14
1	1	3	2	1	8	3	1	3	3	3	13
2	2	3	3	1	11	3	1	4	3	3	14
2	2	3	3	2	12	3	2	3	3	4	15
3	3	3	3	3	15	4	3	4	3	4	18
2	2	4	4	2	14	3	2	4	4	4	17
2	2	3	2	2	11	3	2	4	4	4	17
3	2	3	3	3	14	3	3	4	3	3	16
2	2	3	2	1	10	3	2	3	4	3	15
2	2	3	3	2	12	3	2	3	3	3	14
2	2	3	2	2	11	3	3	4	4	3	17
3	3	2	4	3	15	3	3	4	3	3	16
2	2	3	3	2	12	3	2	4	4	4	17
2	2	3	3	2	12	3	3	4	4	3	17
1	1	2	3	1	8	3	2	3	3	3	14

1	1	2	2	1	7	3	1	4	3	3	14
2	2	3	3	2	12	3	3	3	3	3	15
3	3	3	4	3	16	3	3	4	3	3	16
3	3	3	4	3	16	3	2	3	3	3	14
3	2	3	4	3	15	3	2	3	3	3	14
2	2	3	2	2	11	3	2	3	3	3	14
4	3	2	4	4	17	3	3	4	4	4	18
2	2	2	4	2	12	3	2	4	4	4	17
2	2	2	4	2	12	3	2	4	4	4	17
2	2	2	4	2	12	2	2	3	3	3	14
2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	11
2	2	2	3	2	11	3	2	3	3	3	14

Pelayanan (X3)						Minat (Y)				
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3T	Y.1	Y.3	Y.4	Y.5	YT
3	3	3	3	3	15	3	3	3	2	11
3	3	3	3	3	15	4	3	4	4	15
4	3	3	3	4	17	3	2	3	3	11
4	3	3	3	3	16	3	2	3	2	10
3	3	3	4	3	16	3	2	3	2	10
4	3	3	3	4	17	3	2	3	3	11
4	4	4	4	4	20	3	3	4	3	13
4	3	3	4	4	18	3	3	3	3	12
4	3	4	3	3	17	3	2	3	2	10
4	4	3	3	4	18	2	2	3	2	9
4	3	4	3	3	17	2	3	2	3	10
3	3	3	3	3	15	3	2	3	2	10
4	3	3	3	3	16	3	2	2	2	9
4	4	3	3	4	18	3	3	3	3	12
4	3	3	3	4	17	3	3	3	2	11
3	3	3	3	3	15	3	2	3	2	10
4	4	4	3	4	19	2	2	2	2	8
4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	12
4	3	3	3	4	17	3	3	3	3	12
4	4	3	3	4	18	3	2	3	3	11
3	3	3	3	3	15	2	1	2	1	6
3	3	4	3	3	16	2	2	3	2	9
4	3	3	3	3	16	1	1	3	3	8
4	3	3	4	4	18	3	2	3	3	11
4	3	4	3	4	18	2	3	3	3	11
4	4	3	3	3	17	3	2	3	3	11
4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	13
4	4	4	3	3	18	3	2	3	3	11
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12

4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	12
4	3	4	3	3	17	3	3	3	3	12
4	3	4	3	4	18	3	3	3	3	12
3	3	3	3	3	15	3	2	3	2	10
4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	14
3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	13
4	3	4	3	4	18	3	3	3	3	12
4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	15
3	3	3	3	4	16	3	2	3	3	11
4	4	3	3	4	18	3	2	2	2	9
3	3	4	3	4	17	3	3	3	4	13
3	3	4	4	3	17	2	2	3	3	10
3	3	3	3	3	15	3	2	2	3	10
3	3	3	3	4	16	2	2	3	2	9
4	3	4	4	4	19	3	2	3	3	11
3	4	3	3	4	17	3	2	3	4	12
4	3	4	4	3	18	2	2	3	3	10
3	3	3	3	3	15	1	1	2	1	5
3	3	3	3	3	15	1	1	2	2	6
3	3	3	3	3	15	1	1	2	2	6
4	4	3	3	4	18	2	2	3	3	10
3	3	3	3	3	15	2	2	3	2	9
3	3	3	3	3	15	1	2	2	2	7
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
4	3	4	3	4	18	3	3	3	3	12
3	4	4	3	3	17	3	3	3	3	12
4	3	4	4	4	19	3	2	2	3	10
4	3	3	4	4	18	3	2	2	2	9
4	4	3	4	3	18	3	3	3	3	12
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
4	3	4	4	3	18	3	3	3	3	12
4	3	3	4	4	18	3	2	3	2	10
3	3	4	3	3	16	3	3	3	3	12
3	4	3	4	3	17	3	2	3	3	11
3	4	3	4	3	17	2	2	2	2	8
4	4	4	4	4	20	3	2	2	3	10
4	3	4	4	3	18	3	2	3	3	11
4	3	4	3	3	17	3	3	2	3	11
4	3	4	3	4	18	2	2	2	2	8
3	3	3	4	4	17	2	2	2	2	8
4	3	3	4	4	18	2	2	2	2	8
3	4	4	4	4	19	3	3	3	3	12
4	4	4	4	4	20	3	2	3	3	11
4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	14

4	3	3	4	3	17	3	2	3	3	11
4	4	3	3	3	17	3	2	3	3	11
4	3	3	4	4	18	3	3	3	3	12
4	4	3	3	3	17	2	2	3	2	9
3	3	3	4	4	17	2	2	2	2	8
4	4	3	3	3	17	3	2	3	3	11
3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	12
3	4	3	3	3	16	3	2	3	3	11
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
4	3	3	4	3	17	1	2	3	2	8
3	3	3	4	4	17	2	2	3	2	9
3	4	4	4	4	19	3	2	3	3	11
4	4	4	4	4	20	3	2	3	4	12
3	4	3	4	3	17	3	3	3	3	12
3	4	3	4	3	17	3	2	3	3	11
3	3	3	3	3	15	2	2	3	2	9
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12
3	3	3	3	3	15	3	2	3	3	11
4	4	3	3	4	18	3	3	2	3	11
3	3	4	3	3	16	2	2	2	2	8
3	4	3	3	4	17	2	2	2	2	8
3	4	4	3	3	17	2	2	2	2	8

Lampiran 4 Surat Balasan Penelitian



Sumenep, 17 Oktober 2022
21 Rabiul Awal 1444 H

No : 435.402.00.B.1144-SDM/BPRS-BS/X/2022
Lamp : -
Hal : **Ijin Penelitian**

Kepada
Yth. Sdr. Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik
Ibrahim Malang
di-
MALANG

*Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Semoga Allah S.W.T selalu melimpahkan taufiq dan hidayah-Nya kepada kita semua dalam menjalankan tugas sehari-hari, Aamiin.

Menindaklanjuti Surat Ijin Penelitian yang Saudara ajukan kepada kami pada tanggal 17 September 2022, dengan ini kami sampaikan bahwa prinsipnya kami setuju atas permohonan Saudara untuk melakukan riset dengan judul "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Pelayanan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Lembaga Keuangan Syariah (Studi Kasus Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding)" di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar (PERSERODA) (Jadwal disesuaikan).

Dengan penelitian tersebut dari pihak manajemen tetap akan memberikan batasan-batasan untuk menjaga rahasia Bank dan rahasia Perusahaan demi keamanan data. Dan diharapkan nantinya untuk menyerahkan hasil skripsi (dalam bentuk buku) kepada kami.

Demikian untuk menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PT. BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH
BHAKTI SUMEKAR


ENDANG SOEKOWATI
Kepala Divisi Personalia

Tindakan:

1. Sdr. Eric Hidayat
2. Sdr.Pimpinan Cabang Ganding
3. Arsip

Lampiran 5 Jurnal Bimbingan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 18540150
Nama : Eric Hidayat
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Perbankan Syariah
Dosen Pembimbing : Dr. Fani Firmansyah, SE., MM
Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	4 Oktober 2022	1. Konsultasi judul skripsi 2. Konsultasi Bab 1, 2 dan 3 3. Menggunakan lokasi penelitian yang mudah dijangkau	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi
2	1 November 2022	1. Latar belakang penelitian lebih diperjelas tentang perkembangan bank syariah dan gap riset 2. Penelitian terdahulu diurutkan berdasarkan tahun	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi
3	3 November 2022	1. Dalam definisi operasional variabel disertakan sumber 2. Diizinkan mengikuti seminar proposal, sambil lalu revisi dikerjakan	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi
4	14 November 2022	1. Konfirmasi pelaksanaan seminar proposal. File proposal disertakan kepada dosen penguji I, II, dan III (dosen pembimbing) 2. Latar belakang disertakan perkembangan BPRS secara spesifik 3. Kajian pustaka tentang Bank syariah diganti BPRS secara khusus	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi
5	17 November 2022	1. Item pertanyaan disesuaikan kembali agar lebih spesifik dengan variabel penelitian	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi
6	21 November	1. Diizinkan menyebarkan kuesioner	Ganjil 2022/2023	Sudah Dikoreksi

	2022			
7	6 Juni 2023	1. Konsultasi Bab IV dan V 2. Hasil pembahasan menggunakan bahasa ekonomi	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
8	7 Juni 2023	1. Revisi Bab IV dan V	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi

Malang, 7 Juni 2023
Dosen Pembimbing



Dr. Fani Firmansyah, SE., MM

Lampiran Surat Keterangan Bebas Plagiarisme

6



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : EKA WAHYU HESTYA BUDIANTO, Lc., M.Si
NIP : 198908082020121002
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Eric Hidayat
NIM : 18540150
Konsentrasi : Entrepreneur

Judul Skripsi : **Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Pelayanan Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Ganding)**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
14%	17%	6%	0%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 22 Juni 2023

UP2M



EKA WAHYU HESTYA BUDIANTO,
Lc., M.Si

Lampiran 7 Hasil Cek Turnitin

PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT MASYARAKAT MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH (STUDI KASUS NASABAH BPRS BHAKTI SUMEKAR CABANG GANDING)

ORIGINALITY REPORT

14%	17%	6%	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	7%
2	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	2%
3	docobook.com Internet Source	1%
4	ejournal.uin-suka.ac.id Internet Source	1%
5	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	1%
6	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
7	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 1%

Lampiran 8 Biodata Peneliti



Nama : Eric Hidayat
Tempat, Tanggal Lahir : Sumenep, 28 Juli 1998
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Dsn Masjid, RT 001/RW 001, Ketawang Parebaan,
Kecamatan Ganding
No. Telepon : 087750997828

Riwayat Pendidikan

2003 – 2004 : TK Al-Itqan
2004 – 2005 : TK Pertiwi
2005 – 2011 : SDN Bataal Barat I
2011 – 2014 : SMP Tahfidz Al-Amien Prenduan
2014 – 2017 : SMA Tahfidz Al-Amien Prenduan

Riwayat Organisasi

2015 – 2016 : Ketua Republic Sumenep Perfect (RESPECT) Putra
2015 : Ketua Bagian Keterampilan dan Kepramukaan
(BAKETPRAM) RITMA
2016 : Penasehat Bagian Keilmuan (BAKIL) RITMA
2022 – 2023 : Humas Ikatan Keluarga Besar Al-Amien (IKBAL)