

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI
NASABAH MEMILIH PRODUK BANK SYARIAH INDONESIA**

(STUDI PADA BSI KCP MALANG SOEKARNO HATTA)

SKRIPSI



OLEH:

ASTA ADILUHUNG

NIM: 19540114

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2023

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI
NASABAH MEMILIH PRODUK BANK SYARIAH INDONESIA
(STUDI PADA BSI KCP MALANG SOEKARNO HATTA)**

SKRIPSI

Diajukan kepada:

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang untuk Memenuhi Salah
Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



OLEH:

ASTA ADILUHUNG

NIM: 19540114

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

2023

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Memilih Produk Bank Syariah
Indonesia (Studi Pada BSI KCP Malang Soekarno Hatta)

SKRIPSI

Oleh
ASTA ADILUHUNG
NIM : 19540114

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E.)
Pada 22 Desember 2023

Susunan Dewan Penguji:

Tanda Tangan

1 Ketua Penguji

Ulfi Kartika Oktaviana, SE., Ak, M.Ec

NIP. 197610192008012011



2 Anggota Penguji

Guntur Kusuma Wardana, MM

NIP. 19900615201802011194



3 Sekretaris Penguji

Dr. Fani Firmansyah, SE., MM

NIP. 197701232009121001



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Dr. Yayuk Sri Rahayu, MM

NIP. 197708262008012011

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Asta Adiluhung

NIM : 19540114

Fakultas/Progam Studi : Ekonomi/Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa “SKRIPSI” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Progam Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI NASABAH MEMILIH PRODUK BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI PADA BSI KCP MALANG SOEKARNO HATTA) adalah karya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila dikemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan merupakan tanggung jawab Dosen Pembimbing atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 7 Desember 2023

Hormat Saya,



Asta Adiluhung

NIM. 19540114

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin. Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kesempatan untuk mengenalmu dengan menuntut dan memberikan kemudahan serta ketaguhan setiap langkah. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan dari hati dan lisan kepada suri tauladan bagi setiap insan Rasulullah SAW.

Kupersembahkan karya tulisan ini untuk Bapak Mulyadi Prasetya Utomo (Alm) dan Ibu Erlinda (Almh) sebagai sosok yang senantiasa ada dalam sujud dan doanya yang memberikan kekuatan untuk terus berdiri tegak dan melangkah. Untuk kakak saya Setya Budi Arga, yang terus selalu memberikan semangat dan arahan untuk menyelesaikan karya tulis ini, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan dan doa bagi saya.

Terima kasih untuk Dosen Pembimbing Bapak Dr. Fani Firmansyah, SE., MM Yang senantiasa selalu memberikan bimbingan dan arahan kepada saya untuk menyelesaikan karya tulis ini.

Terima kasih untuk teman-teman semua yang tidak bisa disebutkan satu-satu, yang membantu secara langsung ataupun tidak langsung dalam pengerjaan karya tulis ini sehingga karya tulis ini dapat saya selesaikan.

MOTTO

عش مرة واحدة، عش بشكل هادف

Hidup Sekali, Hiduplah Yang Berarti

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta karunia-nya dengan hal itu peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Memilih Produk Bank Syariah Indonesia (Studi Pada BSI KCP Malang Soekarno Hatta) dengan tepat waktu.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan tugas mata kuliah skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainudin, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri 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, MM selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr. Fani Firmansyah, SE., MM selaku dosen pembimbing penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Terselesaikannya skripsi ini juga tidak dapat terlepas dari doa, nasihat, bimbingan, motivasi, dan dukungan. Dengan segala kerendahan hati dan rasa sayang serta penuh rasa hormat, dikesempatan ini peneliti mengucapkan banyak-banyak terimakasih kepada seluruh pihak yang telah berkorban dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai. Terkhusus untuk:

Bapak dan Ibu yang tidak pernah lelah untuk terus mendoakan dan memberikan dukungan dalam segala hal selama perkuliahan hingga terselesainya skripsi ini

Serta semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini

Dalam penulisan ini peneliti menyadari bahwa masih memiliki kekurangan sehingga peneliti menerima kritik dan saran. Peneliti juga berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk pembaca dan dapat dijadikan untuk referensi bagi penelitian selanjutnya.

Malang, 7 Desember 2023

Asta Adiluhung

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	III
SURAT PERNYATAAN	IV
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	V
MOTTO	VI
KATA PENGANTAR.....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XII
ABSTRAK	XIII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan penelitian	10
1.4 Batasan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II	13
KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Teoritis	26
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	40
2.5 Kerangka Konseptual	45
BAB III.....	46
METODE PENELITIAN	46
3.1 Jenis Penelitian	46
3.2 Objek Penelitian	46
3.3 Populasi dan Sampel	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data	49
3.5 Data dan Jenis Data	51

3.6	Definisi Operasional Variabel	51
3.7	Analisis Data	55
BAB IV		62
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		62
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	62
4.2	Hasil Penelitian	68
4.3	Analisis Data	80
4.4	Pembahasan	95
BAB V		105
PENUTUP		105
5.1	Kesimpulan	105
5.2	Saran	106
DAFTAR PUSTAKA		107
LAMPIRAN.....		113

DAFTAR TABEL

TABEL 2. 1 PENELITIAN TERDAHULU.....	16
TABEL 3. 1 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL.....	52
TABEL 4. 1 DESKRIPTIF RESPONDEN TERHADAP VARIABEL RELIGIUSITAS (X1).....	73
TABEL 4. 2 DESKRIPTIF RESPONDEN TERHADAP VARIABEL PRODUK (X2).....	74
TABEL 4. 3 DESKRIPTIF RESPONDEN TERHADAP VARIABEL KUALITAS PELAYANAN (X3).....	76
TABEL 4. 4 DESKRIPTIF RESPONDEN TERHADAP VARIABEL PREFERENSI NASABAH (Y).....	77
TABEL 4. 5 HASIL UJI VALIDITAS.....	80
TABEL 4. 6 HASIL UJI REABILITAS.....	82
TABEL 4. 7 HASIL UJI NORMALITAS.....	83
TABEL 4. 8 HASIL UJI MULTIKOLINIERITAS.....	85
TABEL 4. 9 HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS (UJI GLEJSER).....	86
TABEL 4. 10 HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA.....	88
TABEL 4. 11 HASIL UJI T (PARSIAL).....	90
TABEL 4. 12 HASIL UJI F (SIMULTAN).....	93
TABEL 4. 13 HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R ²).....	94

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. 1 DATA PERKEMBANGAN JARINGAN KANTOR PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA	2
GAMBAR 2. 1 KERANGKA PENELITIAN	45
GAMBAR 4. 1 LOGO BANK SYARIAH INDONESIA.....	64
GAMBAR 4. 3 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS ..	69
GAMBAR 4. 4 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN UMUR .	70
GAMBAR 4. 5 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASAKAN PENDIDIKAN TERAKHIR.....	71
GAMBAR 4. 6 KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN	72

ABSTRAK

Asta Adiluhung. 2023, SKRIPSI. Judul: “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Memilih Produk Bank Syariah Indonesia (Studi Pada BSI KCP Malang Soekarno Hatta)

Pembimbing : Dr. Fani Firmansyah, SE., MM

Kata Kunci : Religiusitas, Produk, Kualitas Pelayanan, Preferensi Nasabah

Minimnya pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah menjadi dasar masyarakat memutuskan untuk menggunakan produk syariah. Hal ini menimbulkan tantangan antara bank syariah dan bank konvensional dalam hal kompetitif. Oleh karena itu, pemerintah melakukan inovasi berupa merger pada tiga unit bank BUMN (Bank Umum Milik Negara) merupakan karakteristik yang unik. Hal ini menjadi tantangan bagi bank syariah agar dapat berperan lebih banyak di masyarakat. Namun perkembangan inovasi pada bank syariah masih dinyatakan kurang disebabkan adanya beberapa pihak yang tidak mengetahui tentang produk-produk yang tersedia di bank syariah. Selain itu, adanya perbedaan preferensi yang dimiliki masing-masing individu.

Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh variabel religiusitas, produk, dan kualitas pelayanan terhadap preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Adapun metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus *Cochran* dengan jumlah sampel sebanyak 111 responden. Data yang diperoleh, menggunakan metode regresi linier berganda dengan memanfaatkan aplikasi SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa variabel religiusitas, produk, dan kualitas pelayanan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Begitu pula variabel religiusitas, produk, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta.

ABSTRACT

Asta Adiluhung. 2023, THESIS. Title: "Factors that Influence Customer Preferences in Choosing Indonesian Sharia Bank Products (Study at BSI KCP Malang Soekarno Hatta)

Supervisor : Dr. Fani Firmansyah, SE., MM

Keywords : Religiosity, Products, Service Quality, Customer Preferences

The lack of public knowledge of sharia banking is the basis for people deciding to use sharia products. This creates challenges between Islamic banks and conventional banks in terms of competitiveness. Therefore, the government is carrying out innovation in the form of a merger of three state-owned commercial banks (BUMN) which is a unique characteristic. This is a challenge for Islamic banks to be able to play a bigger role in society. However, the development of innovation in sharia banks is still stated to be lacking due to the fact that several parties do not know about the products available at sharia banks. Apart from that, there are differences in the preferences of each individual.

The purpose of this research is to determine the influence of religiosity, product and service quality variables on customer preferences in choosing Bank Syariah Indonesia products, KCP Malang Soekarno Hatta. The method used is a quantitative method with a descriptive approach. The sampling technique used the Cochran formula with a sample size of 111 respondents. The data obtained used the multiple linear regression method using the SPSS 26 application. The research results showed that the variables of religiosity, product and service quality each had a positive and significant effect on customer preferences for choosing Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta products. Likewise, the variables of reliability, product and service quality simultaneously have a positive and significant effect on customer preferences in choosing Bank Syariah Indonesia products, KCP Malang Soekarno Hatta.

خلاصة

أسنا أديلوهونج. 2023، الأطروحة. العنوان: "العوامل التي تؤثر على تفضيلات العملاء في اختيار منتجات البنوك الشرعية الإندونيسية (دراسة في BSI KCP Malang Soekarno Hatta)

المشرف : د. فاني فيرمانسيه، M.M,SE.

الكلمات المفتاحية: التدين، المنتجات، جودة الخدمة، تفضيلات العملاء

إن الافتقار إلى المعرفة العامة بالخدمات المصرفية الشرعية هو الأساس الذي يدفع الأشخاص إلى اتخاذ قرار باستخدام منتجات الشريعة. وهذا يخلق تحديات بين البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية من حيث القدرة التنافسية. وهي خاصة (BUMN) ولذلك، تقوم الحكومة بتنفيذ الابتكار في شكل اندماج ثلاثة بنوك تجارية مملوكة للدولة فريدة من نوعها. وهذا هو التحدي الذي يواجه البنوك الإسلامية لتكون قادرة على لعب دور أكبر في المجتمع. ومع ذلك، لا يزال هناك نقص في تطور الابتكار في البنوك الشرعية، وذلك بسبب عدم معرفة العديد من الجهات بالمنتجات المتوفرة في البنوك الشرعية. وبصرف النظر عن ذلك، هناك اختلافات في تفضيلات كل فرد

الهدف من هذا البحث هو تحديد تأثير متغيرات التدين وجودة المنتج والخدمة على تفضيلات العملاء في اختيار منتجات والطريقة المستخدمة هي الطريقة الكمية ذات المنهج KCP Malang Soekarno Hatta.. البنوك الإندونيسية الوصفي. استخدمت تقنية أخذ العينات صيغة كوكران بحجم عينة مكون من 111 مستجيبًا. استخدمت البيانات التي تم وأظهرت نتائج البحث أن متغيرات التدين. SPSS 26 الحصول عليها طريقة الانحدار الخطي المتعدد باستخدام تطبيق البنوك الإندونيسية وجودة المنتج والخدمة لكل منها كان لها تأثير إيجابي وهام على تفضيلات العملاء لاختيار منتجات وبالمثل، فإن لمتغيرات الموثوقية وجودة المنتج والخدمة في وقت واحد تأثير KCP Malang Soekarno Hatta.. KCP Malang Soekarno Hatta.. البنوك الإندونيسية إيجابي وهام على تفضيلات العملاء في اختيار منتجات

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi erat kaitannya dengan perkembangan industri perbankan, meskipun secara teoritis terdapat perbedaan antara kedua bidang tersebut, perkembangan sektor perbankan melalui kapitalisasi dan tingkat tabungan swasta mempunyai dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Terbukti bahwa 95 negara yang menerapkan sistem ekonomi liberal. Pertumbuhan ekonomi sangat bergantung pada kemampuan pemerintah dalam memaksimalkan peran perbankan sebagai organisasi intermediasi. Namun, pendapat lain mengatakan bahwa sistem liberal industri perbankan bertujuan untuk memaksimalkan suku bunga. Akan tetapi, penerapan sistem suku bunga membuat bank berisiko gagal bayar ketika nasabah membayar pokok pinjaman dan bunga (Khasanah & Wicaksono, 2021).

Pada tahun 2007–2008, setelah sistem bunga terbukti gagal, banyak kritik yang diterima pada sistem perbankan konvensional. Hal ini menjadikan perbankan Islam menjadi solusi alternatif melalui metode analisis PLS skema. Sistem perbankan syariah menawarkan perlindungan dengan tingkat kehati-hatian yang lebih baik, termasuk menekankan risiko tidak jujur ataupun kerugian dalam setiap transaksi. Lebih-lebih lagi, Perbankan syariah memiliki tingkat proteksi yang tinggi bagi nasabah melalui aspek kepatuhan syariah. Dalam kegiatan operasionalnya, bank

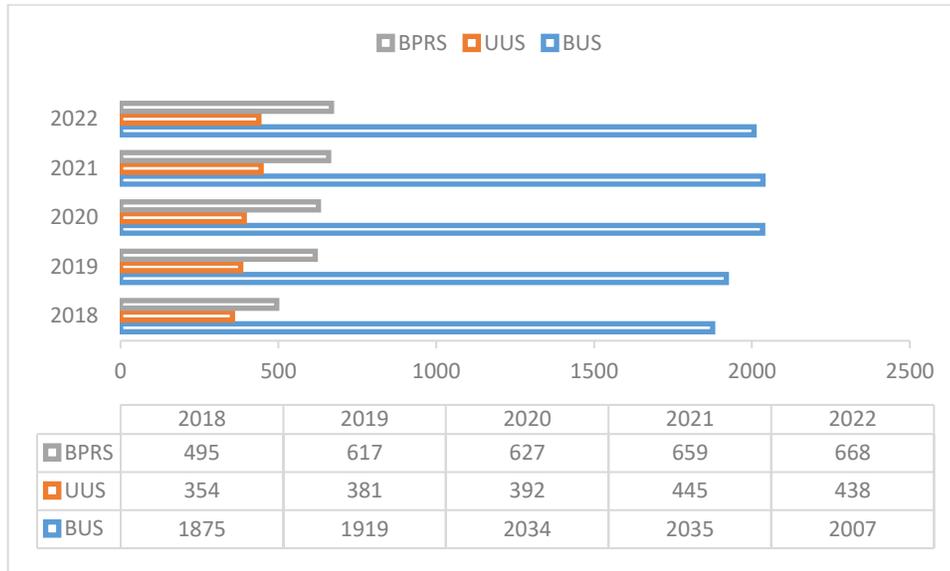
syariah juga diawasi oleh Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), dan Dewan Syariah Nasional (DSN). Hal ini menunjukkan bahwa mereka bertujuan untuk mencapai tujuan ini dengan meminimalkan risiko sistemik (Khasanah & Wicaksono, 2021).

Lembaga keuangan syariah di Indonesia pertama kali muncul pada awal tahun 1990 yang dipelopori oleh bank Muammalat Indonesia sebagai satu-satunya bank umum yang pada dasarnya melakukan kegiatan usaha syariah (Ascarya & Yumanita, 2005). Dengan ini maka penetapan UU Perbankan No. 7 Tahun 1992 telah disahkan oleh pemerintah, dengan berlangsungnya UU tersebut maka keberadaan bank syariah diakui secara formal, dan jelas tentang operasional perbankan syariah (Undang-Undang Republik Indonesia, 1992).

Kegiatan dan pelaksanaan perbankan syariah telah diatur dan disahkan dalam UU No.21 Tahun 2008(Ikhtisar Undang-Undang, 2008). Diberlakukannya UU tersebut perbankan syariah semakin memiliki landasan hukum yang memenuhi syarat dan berdampak bagi pengembangan dan peningkatan industri perbankan Syariah secara pesat di Indoensia (Hasan, 2012), seperti terlihat pada gambar 1.1 dibawah ini:

Gambar 1. 1

Data Perkembangan Jaringan Kantor Perbankan Syariah di Indonesia



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan per Desember 2022

Dalam hal ini dilihat bahwa Sejak 2020, pertumbuhan jumlah kantor fisik perbankan syariah mengalami perlambatan yang diakibatkan perubahan pola masyarakat pasca pandemi COVID-19 dan percepatan digitalisasi perbankan syariah. Dengan fenomena tersebut belum membuat perbankan syariah di Indonesia menjadi prioritas masyarakat, dan masih banyak yang belum menjadi nasabah perbankan syariah karena faktor-faktor tertentu. Operasi bank syariah meningkat setelah dua dekade lebih secara drastis, akan tetapi dilihat dari pangsa pasar bank syariah masih menempati angka rendah yaitu 6,51% dari nilai seluruh pasar perbankan yang ada di Indonesia (Makki, Safir, 2021).

Hal ini membuktikan bahwa keberadaan bank syariah belum menjadi pilihan utama masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan, dan juga menimbulkan berbagai macam pendapat masyarakat. Sebagian pihak ada yang menyambut baik dan ada juga yang beranggapan sebaliknya. Suatu hal yang baru pula bagi masyarakat dalam mamahami konsep

bank syariah, dan sukar untuk mengubah kebiasaan seseorang yang sudah biasa dengan bank yang telah lama beroperasi.

Minimnya pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah menjadi dasar masyarakat memutuskan untuk menggunakan produk syariah. Hal ini menimbulkan tantangan antara bank syariah dan bank konvensional dalam hal kompetitif. Oleh karena itu pemerintah Indonesia membuat inovasi dan terobosan baru yang berdampak pada sektor ekonomi dan dapat membantu perekonomian nasional.

Suatu inovasi dan terobosan baru melalui merger antar perusahaan telah direncanakan sejak 12 Oktober 2020 yang direalisasikan pemerintah mengenai merger pada bank syariah. Proses merger tiga bank syariah BUMN antara lain Bank Rakyat Indonesia syariah (BRIS), Bank Syariah Mandiri (BSM), dan Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS) telah dimulai. Pemerintah mengambil langkah ini setelah menemukan bahwa bank-bank syariah di Indonesia tertinggal dibandingkan bank konvensional.

Pada 1 Februari 2021 operasional Bank Syariah Indonesia atau disebut BSI telah disahkan, dengan harapan dapat memanfaatkan peluang dalam meningkatkan perekonomian Indonesia (Sulistiyaningsih, 2021). Dengan dukungan potensi bahwasannya Indonesia mempunyai populasi muslim terbesar di dunia lebih dari 87% atau setara dengan 229 juta penduduk (Maylawati et al., 2022). Dengan potensi tersebut maka dapat dimanfaatkan dengan baik dan dapat membantu pengembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia sehingga mampu bersaing di pasar perbankan nasional.

Inovasi pemerintah melakukan merger pada tiga unit bank syariah merupakan karakteristik yang unik. Hal ini menjadi tantangan bagi bank syariah agar dapat berperan lebih banyak di masyarakat. Namun perkembangan inovasi pada bank syariah masih dinyatakan kurang disebabkan adanya beberapa pihak yang tidak mengetahui tentang produk-produk yang tersedia di bank syariah. Selain itu, adanya perbedaan preferensi yang dimiliki masing-masing individu. Hal tersebut berdasarkan peneliti Kontot et al.(2016) yang mengatakan bahwa bank yang beroperasi di industri yang sangat kompetitif memahami preferensi nasabah dalam menyimpan dana di bank syariah menganggapnya begitu penting, karena pemahaman yang lebih baik tentang motivasi sebenarnya di balik preferensi nasabah akan membantu bank memahami nasabahnya dengan lebih baik. Selain itu, mengatasi masalah likuiditas perbankan juga akan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi negara. Dan peneliti memilih preferensi dengan alasan nasabah perbankan syariah belum tentu memiliki minat terhadap bank syariah itu sendiri, dan untuk melihat tingkat preferensi nasabah yang merupakan suatu alasan untuk memilih suatu produk yang ada dalam perbankan syariah itu sendiri.

Preferensi merupakan suatu minat atau rasa suka seseorang terhadap berbagai pilihan yang berupa benda ataupun jasa yang ditujukan. Preferensi seseorang dapat mengukur dengan tingkat kegunaan dan kepentingan relatif setiap aspek produk atau jasa. Tingkat kepuasan seseorang lebih besar apabila jumlah konsumsi suatu barang dan juga jasa lebih banyak tanpa mengurangi jumlah konsumsi barang dan juga jasa lainnya. Tingkat kepuasan seseorang rendah apabila unit konsumsi satu macam barang dan juga jasa dikurangi tanpa

menambah jumlah barang dan juga jasa lainnya. Hal ini didukung oleh pernyataan (Philip & Kevin, 2010) yang menyatakan bahwa preferensi adalah sesuatu yang mewakili preferensi seseorang dari pilihan yang berbeda untuk produk dan juga layanan yang ada.

Alasan mengapa peneliti memilih Studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta peneliti memiliki minat khusus dalam industri perbankan syariah atau ingin memahami lebih dalam tentang konsep dan praktik perbankan berdasarkan prinsip syariah, dan lokasi atau cabang Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta menyediakan akses lebih mudah ke data atau informasi yang relevan untuk penelitian. Untuk cabang KCP Malang Soekarno Hatta dipilih dikarenakan memiliki lokasi strategis ditengah kota Malang memudahkan nasabah untuk bertransaksi di Bank Syariah tersebut. Hal tersebut diperkuat hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu: “Saya memilih Bank Syariah Indonesia ini karena merupakan salah satu Bank Syariah, dan sebelumnya saya menggunakan BNIS (Bank Negara Indonesia Syariah) dan sekarang sudah digabung menjadi BSI (Bank Syariah Indonesia) yang saya gunakan hingga saat ini. Untuk kenapa saya memilih lokasi BSI KCP Malang Soekarno Hatta karena lokasinya di tepi jalan mudah dijumpai berada di tengah kota, dan dekat dengan kos”(Faris, Jakarta). Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta.

Penelitian ini meneliti tiga faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah terhadap Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Faktor-faktor tersebut yaitu faktor religiusitas, faktor produk, dan faktor kualitas pelayanan. Adanya faktor-faktor tersebut

bertujuan untuk mengetahui lebih dalam apakah faktor-faktor tersebut juga mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Sebagaimana dalam suatu penelitian, seluruh variabel independen variabel religi (X1), variabel faktor produk (X2), dan faktor kualitas pelayanan (X3) secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu preferensi nasabah (Dewi, 2018). Sedangkan faktor regulasi syariah dan faktor kualitas produk tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap preferensi nasabah terhadap bank syariah (Jannah, 2022).

Faktor pertama yang mempengaruhi preferensi ialah faktor religiusitas. Faktor religiusitas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam melakukan transaksi di bank syariah, seperti keyakinan seseorang tentang kehalalan suatu produk tanpa riba dan adanya fatwa MUI yang melarang bunga bank. Religiusitas dalam komunitas muslim dikaitkan dengan pilihan dan keputusan individu untuk melakukan transaksi perbankan syariah dan produk halal dengan cara yang sesuai syariah. Sebagaimana dikemukakan oleh penelitian-penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewi (2018) bahwasannya variabel faktor religi mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,018. Sehingga dapat dikatakan bahwa faktor religi berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi nasabah. Sedangkan sebuah penelitian yang dilakukan oleh Igayani (2018) Hal ini menunjukkan bahwa religius tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah.

Faktor kedua yang mempengaruhi preferensi ialah faktor produk. Faktor produk, semakin menarik kemasan suatu produk maka semakin menarik seseorang untuk mengkonsumsi produk tersebut, karena menariknya suatu produk dan banyaknya pilihan serta keunggulan suatu produk memikat seseorang untuk mengkonsumsi produk tersebut. Menarik serta keunggulan suatu produk yang ada pada perbankan syariah memiliki hubungan terhadap pilihan dan keputusan seseorang untuk bertransaksi di perbankan syariah, sebagaimana hasil penelitian Azis (2019) Hal ini menunjukkan bahwa variabel produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap niat menabung untuk kepentingan pemuda masjid di kawasan Getasan. Sedangkan pada penelitian Hasanah, (2019) tidak adanya pengaruh kualitas produk terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada bank syariah berarti tidak berpengaruh dan tidak signifikan, artinya kualitas produk di bank syariah tidak mempengaruhi preferensi mahasiswa UMP untuk menabung.

Faktor yang terakhir yang mempengaruhi preferensi ialah faktor kualitas pelayanan. Faktor kualitas pelayanan, semakin puas nasabah dengan terpenuhi kebutuhan dan sesuai dengan harapannya maka nasabah akan semakin loyalitas terhadap pelayanan bank syariah tersebut. Faktor kualitas pelayanan merupakan tindakan atau perilaku seseorang atau suatu organisasi yang bertujuan untuk memuaskan nasabah bank syariah dengan terus menerus memberikan kualitas layanan yang lebih tinggi dibandingkan pesaingnya. Bank syariah memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya, termasuk pegawai bank syariah yang ramah, sabar, dan berpengetahuan luas dalam menjelaskan cara membuka rekening tabungan mudharabah kepada nasabahnya. Sebagaimana dalam suatu penelitian menunjukkan bahwa

kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan niat nasabah untuk menabung di Marhama dengan menggunakan uji statistik F dengan nilai signifikansi 0,002. Hasil uji t-statistik menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada taraf signifikansi 0,012 (Faqih, 2020). Namun pada sebuah penelitian oleh Hasanah (2019) tidak adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada bank syariah signifikan, artinya kualitas pelayanan di bank syariah tidak mempengaruhi preferensi mahasiswa UMP untuk menabung.

Dengan latar belakang di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Pada penelitian ini, peneliti menetapkan fokus penelitian pada Faktor religiusitas, faktor produk dan faktor kualitas pelayanan. Penelitian ini memilih nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Maka penulis melakukan penelitian tentang **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI NASABAH MEMILIH PRODUK BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI PADA BSI KCP MALANG SOEKARNO HATTA)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah faktor religi mempengaruhi perilaku nasabah dalam memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta?

2. Apakah faktor produk mempengaruhi perilaku nasabah dalam memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta?
3. Apakah faktor kualitas pelayanan mempengaruhi perilaku nasabah dalam memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta?
4. Apakah faktor religi, produk dan kualitas pelayanan secara simultan mempengaruhi perilaku nasabah dalam memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian yang akan dibahas, sesuai dengan permasalahan adalah bagaimana peneliti dapat mengetahui:

1. Dapat mengetahui faktor religi mempengaruhi perilaku nasabah dalam memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta.
2. Dapat mengetahui faktor produk mempengaruhi perilaku nasabah dalam memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta.
3. Dapat mengetahui faktor kualitas pelayanan mempengaruhi perilaku nasabah dalam memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta.
4. Dapat mengetahui faktor religi, produk dan kualitas pelayanan secara simultan mempengaruhi perilaku nasabah dalam memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta.

1.4 Batasan Penelitian

Batasan masalah diperlukan agar tidak meluasnya peneliti dalam meneliti permasalahan yang akan diteliti mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Memilih Produk Bank Syariah Indonesia (Studi Pada BSI KCP Malang Soekarno Hatta). Nasabah dalam penelitian ini mencakup pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah faktor religi, produk, dan kualitas pelayanan mempengaruhi perilaku nasabah secara parsial maupun simultan dalam memilih produk Bank Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak yang berkepentingan. Secara terperinci manfaat ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bagi Akademik

- a. Memberikan referensi bagi peneliti berikutnya terhadap masalah yang sama.
- b. Mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan sampai sejauh mana teori-teori yang sudah ditetapkan pada kasus dilapangan sehingga hal-hal yang masih dirasakan dapat diperbaiki.

2. Bagi penulis

Penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan informasi yang bermanfaat untuk nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta dan masukan

atau pengetahuan yang berhubungan dengan faktor yang mempengaruhi nasabah ataupun non-nasabah dalam memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta.

3. Bank Syariah

Penelitian ini diharapkan berguna baik berupa masukan ataupun pertimbangan terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Sehingga dapat menarik non nasabah dalam bertransaksi atau menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang sesuai dengan tema penulis mengenai preferensi mahasiswa terhadap KCP Bank Syariah Malang: Fathurrahman & Azizah (2018) melakukan penelitian mengenai preferensi mahasiswa dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwasannya agama, fasilitas, manfaat dan faktor memiliki pengaruh terhadap preferensi mahasiswa Jurusan Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap Perbankan Syariah. Sedangkan faktor biaya tidak berpengaruh.

Amri, K., Qurratul'aini & Julianty (2018) melakukan penelitian mengenai Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwasannya lingkungan menjadi preferensi paling dominan bagi nasabah dalam memilih produk pembiayaan Bank Aceh Syariah. Sedangkan keyakinan dan lokasi bank menempati urutan kedua dan manfaat ekonomi berada pada urutan terakhir.

Anisah et al., (2023) melakukan penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Persepsi terhadap Keputusan Menjadi Nasabah dengan Minat Sebagai Variabel Moderating dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan, religiusitas, dan persepsi terhadap keputusan menjadi nasabah dengan minat mampu memoderasi pengaruh variabel bebas

terhadap variabel terikat. Keseluruhan variabel yakni kualitas pelayanan, religiusitas, dan persepsi, berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah dengan minat sebagai variabel Moderating-nya.

Dewi (2018) melakukan penelitian mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah Di Kota Palopo, dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa dari tiga variabel yaitu variabel faktor religi, faktor produk dan faktor kualitas pelayanan memiliki hasil yang berbeda-beda. Variabel faktor religi (X1) berpengaruh terhadap preferensi nasabah (Y). Variabel faktor produk (X2) berpengaruh terhadap preferensi nasabah (Y). Dan variabel faktor kualitas pelayanan (X3) tidak berpengaruh terhadap preferensi nasabah (Y) dan semua variable independen dalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variable dependen yaitu preferensi nasabah.

Jannah (2022) melakukan penelitian mengenai Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Sigli), dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwasannya faktor religiusitas, faktor lokasi dan promosi, faktor fasilitas dan pelayanan secara signifikan mempengaruhi preferensi nasabah terhadap bank syariah, sedangkan faktor regulasi syariah dan faktor kualitas produk secara signifikan tidak mempengaruhi preferensi nasabah terhadap bank syariah.

Cantrell & Yust. (2018) melakukan penelitian mengenai Pengaruh Religiusitas Lokal Kantor Pusat Terhadap Kinerja Bank Swasta, dengan hasil penelitian menegaskan

bahwa bank swasta adalah bank yang unik dan religiusitas dapat mempunyai dampak yang signifikan dan beragam terhadap hasil bank.

Dawami (2020) melakukan penelitian mengenai Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Perbankan Islam: Bukti dari Malaysia, dengan hasil penelitian mengungkapkan bahwa Sikap dan Kualitas Pelayanan yang ditawarkan oleh bank syariah merupakan faktor penentu utama yang mempengaruhi perilaku nasabah terhadap perbankan syariah. Di sisi lain, Citra bank dan Religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah memilih produk dan layanan jasanya.

Abror et al. (2020) melakukan penelitian mengenai Kualitas pelayanan, religiusitas, kepuasan nasabah, keterlibatan nasabah dan loyalitas nasabah bank syariah, dengan hasil penelitian mengungkapkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Religiusitas memiliki dampak moderasi yang signifikan dan negatif terhadap hubungan kualitas layanan-kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah pendahuluan penting dari keterlibatan dan loyalitas pelanggan. Terakhir, keterlibatan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

Sulistiyandari et al., (2020) melakukan penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Syariah Dan Religiusitas Terhadap Kepercayaan Pelanggan Dan Implikasinya Terhadap Niat Tabungan Pada Perbankan Syariah Di Provinsi Riau, dengan hasil penelitian mengungkapkan bahwa hasil penelitian mengungkapkan bahwa

bahwa religiusitas, kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat untuk melakukan menyimpan uang di bank syariah.

Ifita et al. (2021) melakukan penelitian mengenai Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Dan Persepsi Terhadap Minat Mahasiswa Menabung di Bank Syariah, dengan hasil penelitian mengungkapkan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. Sedangkan religiusitas dan persepsi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah. Secara simultan literasi keuangan syariah, religiusitas, dan persepsi berpengaruh terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1.	Ayif Fathurrahman dan Umi Azizah. 2018. Analisis Faktor-Faktor Preferensi Mahasiswa	Variabel Bebas (X): - Agama - Biaya - Manfaat - Fasilitas - Pengetahuan Variabel Terikat (Y)	Kuantitatif	Menunjukkan bahwa Agama atau keyakinan berpengaruh positif terhadap tingkat preferensi

	terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah)	Preferensi Mahasiswa		mahasiswa Jurusan Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta terhadap Perbankan Syariah
2.	Khairul Amri, Intan Qurratul'aini, Julianty. 2018. Preferensi Nasabah Memilih Produk Pembiayaan Bank Aceh Syariah di Kota Banda Aceh	Variabel Bebas (X): - Lingkungan - Keyakinan - Lokasi - Manfaat Ekonomi Variabel Terikat (Y) Preferensi Nasabah	Kuantitatif	Menunjukkan hasil bahwa keyakinan dan lokasi bank menempati urutan kedua pengaruh terhadap preferensi nasabah.

3.	Anisah, Habrianto, Sucipto. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Persepsi terhadap Keputusan Menjadi Nasabah dengan Minat Sebagai Variabel Moderating	<p>Variabel Bebas (X):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kualitas pelayanan - Religiusitas - Persepsi <p>Variabel Terikat (Y) Keputusan Menjadi Nasabah</p>	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah.
4.	Dewi Anggraini. 2020. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah	<p>Variabel Bebas (X):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Religi - Produk - Kuaslitas Pelayanan <p>Variabel Terikat (Y)</p>	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari tiga variabel yaitu variabel faktor religi, faktor

	<p>Terhadap Bank Syariah Di Kota Palopo</p>	<p>Preferensi Nasabah</p>	<p>produk dan faktor kualitas pelayanan memiliki hasil yang berbeda-beda. Variabel faktor religi (X1) berpengaruh terhadap preferensi nasabah (Y). Variabel faktor produk (X2) berpengaruh terhadap preferensi nasabah (Y). Dan variabel faktor kualitas pelayanan (X3) tidak</p>
--	---	---------------------------	---

				berpengaruh terhadap preferensi nasabah (Y) dan semua variable independen dalam penelitian ini secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variable dependen yaitu preferensi nasabah
5.	Rayhanil Jannah. 2022. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi	Variabel Bebas (X): - Religiusitas - Lokasi - Promosi - Fasilitas	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor religiusitas dan

	Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Sigli)	- Pelayanan Variabel Terikat (Y) Preferensi Nasabah		pelayanan secara signifikan mempengaruhi preferensi nasabah terhadap bank syariah, sedangkan faktor kualitas produk secara signifikan tidak mempengaruhi preferensi nasabah terhadap bank syariah
6.	Cantrell, Brett W., and Christopher G. Yust. 2018. <i>The relation between religiosity and</i>	Variabel Bebas (X): - Religiusitas Variabel Terikat (Y) Kinerja Bank	Kuantitatif	Hasil penelitian kami menegaskan bahwa bank swasta adalah bank yang unik dan religiusitas

	<i>private bank outcomes</i>			dapat mempunyai dampak yang signifikan dan beragam terhadap kinerja bank.
7.	Qosdan Dawami. 2020. <i>Factors Influencing the Preference of Customers Towards Islamic Banking: Evidence from Malaysia</i>	Variabel Bebas (X): - Religiusitas - Perilaku Pelanggan - Kepatuhan Syariah. Variabel Terikat (Y) Minat Menabung	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan yang ditawarkan oleh bank syariah merupakan faktor penentu utama yang mempengaruhi perilaku nasabah terhadap perbankan syariah. Di sisi

				lain, Citra bank dan Religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah memilih produk dan layanan jasanya.
8.	Abror, A., Patrisia, D., Engriani, Y., Evanita, S., Yasri, Y., & Dastgir, S. 2020. <i>Service quality, religiosity, customer satisfaction, customer engagement and</i>	Variabel Bebas (X): - kualitas pelayanan - kepuasan nasabah - keterlibatan nasabah - dan religiusitas. Variabel Terikat (Y) Loyalitas Nasabah	Kuantitatif	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Religiusitas memiliki

	<i>Islamic bank's customer loyalty</i>			dampak moderasi yang signifikan dan negatif terhadap hubungan kualitas layanan-kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
9.	Sulistyandari, Miyasto, TatikMariyanti, Acep R Jayaprawira,	Variabel Bebas (X): - Religi - Kuaslitas Pelayanan - Kepercayaan	Kuantitatif	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa bahwa religiusitas dan kualitas layanan

	Zulhelmy 2020. <i>The EffectOf Sharia Services Quality And Religiosity On Trust Of CustomersAnd Their Implications OnThe Intention Of Savings In Sharia Banking In Riau Province</i>	Variabel Terikat (Y) Minat menabung		berpengaruh signifikan terhadap niat untuk melakukan menyimpan uang di bank syariah.
10.	Ilfita, Khoiriyah, and Clarashinta Canggih. 2021. <i>The Influence of Sharia Financial Literacy,</i>	Variabel Bebas (X): - Literasi Keuangan Syariah - Religiusitas	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas secara parsial berpengaruh

	<i>Religiosity, and Perception of Saving Students' Interest in Sharia Banks</i>	- Dan Persepsi Variabel Terikat (Y) Minat menabung		positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah..
--	---	--	--	--

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

2.2 Kajian Teoritis

1. Preferensi

a. Pengertian Preferensi

Preferensi berasal Berasal dari kata “prefer”, yang berarti “paling disukai”, dan juga bisa merujuk pada pilihan seseorang saat mengambil keputusan. Secara umum, preferensi dapat diartikan sebagai keputusan individu mengenai suka atau tidaknya terhadap suatu produk atau jasa (Simamora, 2003).

Preferensi adalah pilihan atau hal lain yang disukai konsumen. Preferensi konsumen dapat didefinisikan sebagai memilih apakah mereka menginginkannya atau tidak seseorang menyukai barang atau jasa konsumen. Tingkat dasar konsumen berbeda berdasarkan persepsi konsumen. Faktor preferensi meliputi produk, harga, tempat atau lokasi, promosi dan suasana. Faktor konsumen memperhatikan hal ini saat membuat keputusan pembelian mereka (Philip &

Kevin, 2010). Ada beberapa tahapan yang harus dilalui seorang konsumen sebelum memutuskan preferensi suatu produk (Simamora, 2003):

- 1) Adanya anggapan dalam diri setiap konsumen bahwa produk merupakan sekumpulan atribut. Pembeli yang berbeda mempunyai pendapat yang tidak sama juga terkait atribut yang paling sesuai dengan harapannya.
- 2) Tinggi rendahnya manfaat dinilai dari atribut berbeda karena pelanggan mempunyai kebutuhan yang juga tidak sama.
- 3) Adanya kepercayaan konsumen yang ada pada setiap atribut dalam suatu produk.
- 4) Konsumen memiliki tingkat kepuasan terhadap suatu produk yang berbeda-beda.
- 5) Tingkat kepuasan yang berbeda akan mendorong konsumen mempunyai sikap terhadap merek yang tidak sama dengan cara memilih dan mengevaluasi.

b. Preferensi Konsumen

Preferensi dalam Kamus Praktis Bahasa Indonesia berarti kecenderungan, yang lebih diutamakan dari pada lainnya (Taufik, 2010). Konsep konsumsi Samuelson merumuskan teori preferensi konsumen yang meliputi beberapa konsep yaitu: konsumen dapat menentukan kembali tingkat kepuasan pada setiap jenis barang yang berbeda dan membandingkan barang mana yang mempunyai tingkat kepuasan yang besar atau kecil. Tingkat kepuasan konsumen lebih tinggi apabila

jumlah konsumsi suatu barang lebih banyak tanpa mengurangi jumlah konsumsi barang lainnya. Tingkat kepuasan konsumen rendah apabila unit konsumsi satu macam barang dikurangi tanpa menambah jumlah barang lainnya. Konsumen dapat menemukan berbagai macam barang yang menghasilkan utility yang sama.

Asumsi para ekonom rasa ini relatif stabil hanya dengan yang ada sehingga setiap orang mempunyai selernya masing-masing, selera pribadi tidak akan selalu dalam keadaan berubah terus menerus (McEachern, 1988). Menurut Jono M. Munandar (2004) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa preferensi konsumen adalah preferensi, pilihan, atau hal-hal yang disukai konsumen dan preferensi terbentuk dari persepsi konsumen terhadap produk. Teori preferensi konsumen menggambarkan perilaku konsumen yang rasional di pasar, terutama sikap konsumen ketika membeli dan memilih produk yang ingin dibelinya dengan memaksimalkan kepuasan.

Preferensi konsumen dalam memilih merek produk disatukan dengan mengevaluasi merek yang berbeda dalam pilihan yang berbeda yang tersedia. Secara umum dapat disimpulkan bahwa preferensi adalah sikap pilihan sesuatu dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal bergantung pada levelnya, pada akhirnya dapat mengarah pada sikap negatif atau menerima pemahaman individu terhadap suatu stimulus (Philip & Kevin, 2010).

Asumsi dasar seorang konsumen dalam membentuk preferensi untuk memaksimalkan kepuasan menggunakan tiga asumsi dasar mengenai preferensi.

Asumsi ini yang berlaku untuk banyak orang dalam berbagai situasi, yaitu (Robert S Pindyck dan Daniel L Rubinfeld, 2018):

1) Kelengkapan (*Complements*)

Kelengkapan dalam artian berarti setiap orang dapat menentukan pilihan yang lebih disukai diantara dua keadaan. Seorang konsumen dapat menetapkan pilihannya dengan membandingkan dan menilai setiap produk yang ada. Jika produk A dan B adalah suatu produk yang berbeda, maka konsumen dapat menentukan secara tepat satu diantara kemungkinan yang ada. Misalnya, dari dua produk yang berbeda yaitu A dan B, tetapi konsumen lebih suka produk A dari pada B, atau lebih suka B dari A, suka diantara keduanya atau tidak suka keduanya. Preferensi konsumen dalam hal ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen atas pilihan suatu produk dibandingkan dengan produk lain.

2) Transivitas (*Transitivity*)

Prinsip ini adalah tentang pengambilan keputusan dan konsistensi pengambilan keputusan ketika dihadapkan pada beberapa alternatif pilihan produk. Ketika konsumen berkata, "Saya lebih menyukai produk A daripada produk B", atau "Saya lebih menyukai produk B daripada produk C", maka dapat dipastikan bahwa 'produk A lebih disukai dari pada produk C'. maka dari itu prinsip ini untuk memastikan adanya konsistensi internal di dalam diri konsumen dalam hal pengambilan keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa

setiap alternatif pilihan seorang konsumen akan selalu konsisten dalam memutuskan preferensi atas suatu produk dibandingkan produk lain.

3) Kontinuitas (*Continuity*)

Kontinuitas Merupakan kondisi apabila seorang konsumen mengatakan bahwa ‘produk A lebih disukai dari pada produk B’ maka setiap keadaan yang mendekati produk A pasti juga akan lebih disukai dari pada produk B, jadi ada suatu kekonsistenan seorang konsumen dalam Memilih suatu produk yang akan dikonsumsi (Nicholson, 2005).

c. Teori Preferensi Konsumen Dalam Islam

Perilaku konsumen dipahami dalam beberapa tahapan salah satunya adalah preferensi konsumen. Preferensi konsumen ialah dimana langkah awal menjelaskan alasan bagaimana seseorang memilih suatu barang tertentu dari pada jenis barang yang lain (Zainal et al., 2018).

Menurut Hendrie Anto dalam buku M. Ridwan, dkk, dalam bukunya Ekonomi Mikro Islam, mengungkapkan preferensi dalam perspektif Islam ialah Tidak ada pengganti yang sempurna antara satu objek ekonomi dengan objek ekonomi lainnya yang dapat dikonsumsi berdasarkan pilihan. Selain itu, sesuai dengan tingkat kesejahteraan yang dibutuhkan untuk menunjang kehidupan Islam, juga ada prioritas dalam realisasinya. Preferensi konsumen dan realisasinya memiliki pola, yaitu: mengutamakan akhirat dari pada dunia, konsisten dalam prioritas pemenuhannya, memperhatikan etika dan norma (Imsar, 2017).

Preferensi konsumen masyarakat muslim harus mencapai konsep falah atau kebahagiaan umat dunia dan ahirat yang meliputi material, spiritual, individual, dan sosial. Dimana konsumsi harus selalu mengacu pada konsep fikih Islam, hingga mengerti mana yang diharamkan dan mana yang dihalalkan. Dasar keimanan masyarakat yang menjadi tolak ukur dalam hal mengkonsumsi.

Dasar perilaku konsumsi yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an. Bahwa Allah melarang hamba-Nya untuk mengkonsumsi sesuatu secara berlebihan dan melampaui batas. Di dalam Islam, Allah SWT telah memerintahkan kepada umatnya untuk senantiasa beriman kepadaNya, janganlah memakan riba yang berlipat ganda, dan juga bertaqwalah kamu kepada Allah SWT agar kamu terhindar dari api neraka. Hal ini tercermin dari firman Allah SWT dalam QS. Al-Imron ayat 130 yang menjelaskan larangan riba.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ . وَاتَّقُوا النَّارَ الَّتِي أُعِدَّتْ لِلْكَافِرِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertaqwalah kamu kepada Allah SWT supaya kamu mendapat keberuntungan. Peliharalah dirimu dari api neraka, yang disediakan untuk orang-orang yang kafir” (QS. Ali Imron: 130)

Sebagaimana juga yang terdapat dalam tafsir Imam Ibnu Jarir at-Thabari juga meendasarkan penafsiran pada riwayat yang dinukil dari Muhammad bin Amru, dari Ashim, dari Isa, dari Ibnu Abi Najih, dari Mujahid, beliau berkata bahwa melipatgandakan utang, dan dilipatgandakan, yakni: dua kali kelipatan besarnya

pokok utang. Dengan demikian, maka esensi dari QS. Ali Imron: 130 di atas, adalah larangan memakan harta riba yang diperoleh dalam bentuk “riba jahiliyah” sebagaimana telah dijelaskan. Bank syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah Islam, dengan mengacu pada ketentuan Al-Quran dan Hadits. Oleh karena itu, operasional perbankan syariah harus mampu menghindari unsur riba dan kegiatan yang bertentangan dengan syariah Islam (Agustin, 2021).

Dalam ekonomi Islam dasar asumsi preferensi konsumen ekonomi konvensional belum cukup dan ada prinsip yang harus di modifikasi dan ditambahkan beberapa hal, yaitu (Zainal et al., 2018):

- 1) Objek barang tersebut harus halal dan thayib. Dalam Islam konsumen dibatasi oleh aturan-aturan syariat, ada beberapa barang yang halal dan haram, baik dan buruk.
- 2) Konsumen harus membelanjakan hartanya sesuai dengan kebutuhan dan Kemampuan yang dimiliki.
- 3) Membelanjakan harta tidak hanya untuk keperluan dunia semata, melainkan turut membelanjakan harta di jalan Allah Swt serta diniatkan untuk mendapat rida dari-Nya.
- 4) Konsumen muslim mempunyai tingkat konsumsi yang lebih kecil karena adanya batasan syariat, dan adanya variabel zakat. Dibandingkan dengan konsumen nonmuslim.

- 5) Konsumen muslim tidak menumpuk atau menimbun kekayaan melalui tabunga saja, tetapi harus melakukan investasi agar dapat mengembangkan pertumbuhan ekonomi.
- 6) Konsumen muslim harus mempunyai prinsip lebih banyak tidak selalu lebih baik (*the more isn't always better*). Seorang konsumen harus menyadari apabila mengkonsumsi barang dalam jumlah besar, selain mubazir akan mendatangkan kerugian bukannya kepuasan

Dasar asumsi tentang preferensi menurut Hal R Varian dalam buku Ekonomi Mikro Islam yaitu (Adiwarman A. Karim, 2007):

- 1) Kemonotonan yang kuat (*Strong Monotonicity*), berarti lebih banyak lebih baik. Biasanya kita tidak memerlukan asumsi sekuat ini. Asumsi seperti ini dapat diganti dengan yang lebih lemah yakni *Local Nonsatiation*.
 - 2) *Local Nonsatiation*, asumsi yang menyatakan bahwa seseorang dapat membatasi konsumsi dengan dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan.
 - 3) Konektivitas Ketat (*Strict Convexity*), asumsi ini menunjukkan bahwa seseorang lebih menyukai rata-rata daripada ekstrem, tetapi selain itu, asumsi ini memiliki nilai ekonomi yang kecil. Kecembungan ketat adalah generalisasi dari asumsi neoklasik tentang “diminishing marginal rates of substitution”.
- a. Indikator yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah

Indikator preferensi nasabah yaitu (Indo'sek et al., 2021):

- 1) Kemampuan perusahaan untuk menarik minat masyarakat.
- 2) Menyediakan jasa.
- 3) Pegawai memberikan informasi yang mudah dipahami.
- 4) Dapat menarik minat masyarakat.
- 5) Adanya kepedulian terhadap nasabah.

d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah

1) Religiusitas

a) Pengertian Faktor Religiusitas

Religiusitas menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi transaksi masyarakat di bank syariah sebagai keyakinan pribadi, produk halal, bebas riba dan fatwa MUI dengan pelarangan bunga bank. Religiusitas masyarakat muslim menjadi faktor yang mempengaruhi pilihan dan keputusan mereka yang berdagang menggunakan produk syariah dan halal. (Harahap, 2014).

Di dalam Islam, Allah SWT telah memerintahkan kepada umatnya untuk senantiasa beriman kepadaNya, janganlah memakan riba yang berlipat ganda, dan juga bertaqwalah kamu kepada Allah SWT agar kamu terhindar dari api neraka. Hal ini tercermin dari firman Allah SWT dalam QS. Al Baqarah Ayat 275 yang menjelaskan larangan riba.

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

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

Menurut Tafsir Wajiz Kementerian Agama (Kemenag RI), dalam surah Al Baqarah ayat 275 dijelaskan bahwa orang-orang yang memakan riba hidup dalam kegelisahan dan tidak tentram jiwanya. Mereka akan selalu merasa bingung dan berada di dalam ketidakpastian karena pikiran serta hatinya tertuju pada materi dan penambahannya. Hal-hal itu mereka alami di dunia, sementara di akhirat mereka akan dibangkitkan dari kubur dalam keadaan sempoyongan, tidak tahu arah yang dituju dan mendapat azab yang pedih. Demikian itu mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba karena logikanya sama-sama menghasilkan keuntungan. Perbankan syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah Islam, dengan mengacu pada ketentuan Al-Quran dan Hadits. Maka dari itu, operasional perbankan syariah harus mampu menghindari unsur riba dan kegiatan yang bertentangan dengan syariah Islam (Agustin, 2021).

b) Indikator Religiusitas

Menurut Harahap (2014) dalam penelitiannya indikator yang digunakan untuk mengukur religiusitas adalah: Penerapan prinsip syariah dalam segala transaksi, bebas dari riba, dan kehalalan produk, pemahaman agama dan kesesuaian dengan keyakinan.

2) Produk

a) Pengertian Faktor Produk

Kemasan produk semakin menarik merangsang pelanggan dapat mengkonsumsinya melalui begitu banyak jenis produk keuangan dan sistem tanpa riba. Produk yang dapat menarik nasabah untuk melakukan pembiayaan karena dapat dengan mudah melakukan transaksi tunai atau non-tunai (Rahmadani, 2019). Produk merupakan sesuatu yang dibutuhkan konsumen kecuali ada yang bermanfaat dan kegunaan juga menjadi masalah dapat dibeli di pasar untuk membeli, menggunakan atau alamat untuk konsumsi yang dapat melakukan tindakan atau kebutuhan. Perkembangan produk menghasilkan peraturan operasional layanan apa yang ditawarkan produk ini. Manfaat ini dikomunikasikan dan produk harus dipenuhi (Andespa, 2017).

Kualitas produk yang beragam dan menarik disertai kehalalan produk, dalam Islam makanan halal adalah barang yang diperuntukkan untuk dimakan dan diminum manusia serta bahan yang di kelolanya, di dalam Islam Allah SWT telah memerintahkan kepada umatnya untuk senantiasa beriman kepadaNya, makan dan minumlah bersumber dari yang halal. Seperti yang disebutkan pada QS Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.” QS. Al-Baqarah ayat 168

Sebagaimana yang terdapat dalam tafsir Al-Muyassar mengatakan: Wahai manusia makanlah dari rizki Allah yang dia halalkan bagi kalian yang terdapat di bumi, dalam keadaan bersih dan bukan najis, yang bermanfaat dan tidak memadorotkan, dan janganlah kalian mengikuti jalan-jalan setan dalam penetapan halal dan haram, bid'ah serta maksiat-maksiat. Sesungguhnya ia adalah musuh kalian yang amat nyata permusuhannya. Bank syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah Islam, dengan mengacu pada ketentuan Al-Quran dan Hadits. Oleh karena itu, operasional perbankan syariah harus mampu menghindari produk haram dan menganjurkan kualitas produk yang beragam dan menarik disertai kehalalan produk sesuai dengan syariah Islam (Agustin, 2021).

b) Indikator Produk

Menurut Rahmadani (2019) dalam penelitiannya menggunakan indikator berikut untuk mengukur faktor produk: Produk perbankan syariah beragam dan menarik serta memiliki karakteristik yang dapat meningkatkan keuntungan., produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, penerapan konsep bagi hasil dan manfaat ekonomi.

3) Kualitas Pelayanan

a) Pengertian Faktor Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat Baik buruknya pelayanan yang diberikan oleh suatu penyedia jasa melebihi dan memuaskan harapan pelanggan (Haris & T, 2012). Pelayanan perbankan syariah telah meningkatkan minat nasabah bank untuk berbisnis dengan bank syariah. Apalagi saat pertama kali mengunjungi bank syariah, membuat kesan pertama. Oleh karena itu, sangat penting untuk membangun kepercayaan pelanggan dan untuk melindungi kepentingan nasabah bank dalam melakukan bisnis dengan bank (Haris & T, 2012).

Kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang anda dapat memberikannya kepada pihak lain, yang dalam hal ini adalah layanan dan bukan mempengaruhi milik seseorang. Pelayanan adalah perasaan yang menyenangkan atau tidak menyenangkan penerima manfaat saat menggunakan layanan. Pelayanan mengandung pengertian sebagai berikut (Widjoyo, 2014) :

Semua operasi yang diperlukan untuk menerima, memproses, mengirimkan, dll memberikan pelayanan kepada pihak lain dan memberikan pelayanan dalam setiap kegiatan.

Ketepatan dan memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan harapannya. Serangkaian fungsi yang mencakup semua area bisnis yang terintegrasi untuk pengiriman produk dan layanan dirancang sedemikian rupa sehingga mereka dapat menyediakannya kepuasan bagi orang lain dan pencapaian tujuan perusahaan. Semua pesanan yang ada dan semua hubungan

pelanggan. Layanan disediakan secara tepat waktu dan akurat, dengan semua informasi berikut secara valid.

Dalam agama Islam, Allah SWT telah memerintahkan umatnya untuk sangat memperhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk. Hal ini tercermin dalam QS, Al-Baqarah (2): 267.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَجْدِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

“Wahai orang-orang yang beriman! Infakkan sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya, Maha Terpuji.”

Sebagaimana yang tercantur pada tafsir oleh Al-Mukhtashar mengatakan bahwa: Wahai orang-orang yang beriman kepada Allah SWT dan mengikuti Rasul-Nya, Infakkanlah harta yang halal lagi baik yang telah kalian peroleh. Dan berinfaklah dari tumbuh-tumbuhan bumi yangtelah kami keluarkan untukmu. Seandainya harta yang jelek itu diberikan kepada kalian, niscaya kalian tidak mau menerimanya kecuali dengan menutup mata dan terpaksa menerima karena kejelekannya. Bagaimana mungkin kalian rela memberikan sesuatu kepada Allah padahal kalian sendiri tidak mau menerimanya, Ketahuilah bahwa Allah tidak membutuhkan infak kalian. Dia Maha Terpuji di dalam Zat dan tindakan-Nya. Begitu juga dengan yang ada di perbankan syariah, dari sistem operasional yang

berikan oleh pelayanan yang ada di perbankan syariah yang halal dan juga yang baik-baik sesuai dengan syariat islam.

b) Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator yang digunakan dalam penelitiannya untuk mengukur faktor kualitas pelayanan adalah Compliance (kepatuhan), Assurance (jaminan), Reliability (keandalan), Tangibles (dinikmati, dirasakan dan dinilai oleh pelanggan dengan menggunakan indra manusia), Empathy (empati) dan Responsiveness (cepat dan tanggap) (Mulazid et al., 2020).

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh Religiusitas terhadap Preferensi Nasabah

Religiusitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi dalam transaksi masyarakat di bank syariah sebagai keimanan seseorang, produk halal, bebas riba dan fatwa MUI dengan pelarangan bunga bank. Religius masyarakat muslim menjadi faktor yang mempengaruhi pilihan seseorang dan memutuskan untuk bertransaksi dengan cara syariah, produk yang halal (Harahap, 2014). Pada aspek religi yaitu berhubungan dengan masalah-masalah keimanan dan dasar-dasar agama. Religi memberikan dasar bagi seseorang mengenai hakikat apa yang harus dilakukan dalam hidupnya. Sehingga apa yang dilakukan seseorang dalam hidupnya akan selalu berpegang teguh pada keriligi atau akidahnya. Selanjutnya terdapat aspek syariah yang berisi aturan atau hukum-hukum yang berkaitan dengan perintah dan larangan sebagai penuntun hidup. Perkembangan kehidupan manusia yang semakin

berkembang dan dinamis menjadikan aspek syariah mengalami banyak perubahan. Perubahan tersebut terutama terjadi dalam konsep bermuamalah sehingga mengharuskan perubahan pula pada syariat.

Ada beberapa perbedaan utama yang ada pada bank syariah dan bank konvensional. Perbedaan utamanya adalah bank konvensional menggunakan sistem suku bunga, sedangkan bank syariah tidak menerapkan sistem suku bunga dalam seluruh operasionalnya. Hal ini mempunyai implikasi yang luas dan mempengaruhi aspek operasional dan produk yang dikembangkan oleh bank syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah Islam, dengan mengacu pada ketentuan Al-Qur'an dan Hadits. Persepsi bahwa menabung di bank syariah merupakan salah satu bentuk amalan dalam penerapan syariat Islam menyebabkan tingkat religiusitas hadir dalam preferensi nasabah dan mempengaruhi keputusan menabung di bank syariah (Hasanah, 2019). Serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2018) bahwasannya variable faktor religi mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,018. Sehingga dapat dikatakan bahwa faktor religi berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi nasabah.

2.3.2 Pengaruh Produk terhadap Preferensi Nasabah

Produk merupakan sesuatu yang dibutuhkan konsumen kecuali ada yang bermanfaat dan kegunaan juga menjadi masalah dapat dibeli di pasar untuk membeli, menggunakan atau alamat untuk konsumsi yang dapat melakukan tindakan atau kebutuhan. Perkembangan produk menghasilkan peraturan operasional layanan apa

yang ditawarkan produk ini. Manfaat ini dikomunikasikan dan produk harus dipenuhi (Andespa, 2017). Produk perbankan merupakan salah satu faktor penentu ketertarikan nasabah menabung pada bank. Produk yang lebih inovatif dan kreatif dapat menjadi salah satu alternative pilihan bagi nasabah untuk menabung. Perbankan syariah memiliki keunikan pada produk yang ditawarkan dimana produk-produk yang ditawarkan pada perbankan syariah lebih inovatif, seperti produk penghimpunan dana yang ditawarkan dalam beberapa jenis diantaranya ada tabungan, *mudharabah*, deposito *mudharabah* dan lain-lain. Selain itu juga terdapat jenis pembiayaan yang ditawarkan dalam beberapa jenis yaitu pembiayaan *mudharabah*, *istisghna'*, *salam*, *ijarah*, *mudharabah*, *musyarakah* dan lain-lain. Untuk memaksimalkan daya tarik nasabah pada perbankan syariah juga diberikan kemudahan dan keringanan pada biaya administrasi dalam jasa penyimpanan, investasi dan lain-lain. Sehingga hal-hal yang biasa diperhatikan nasabah terkait karakteristik produk perbankan syariah adalah adanya produk yang inovatif, daya tarik bagi hasil, dan keringan pada biaya administrasi.

Kualitas suatu produk juga mengacu pada nilai yang lebih besar dari suatu barang dalam hal kesesuaiannya dengan keinginan dan preferensi konsumen. Kemampuan suatu perusahaan dalam menyediakan produk yang berkualitas memberikan pengalaman positif kepada penggunanya, dan berdasarkan hal tersebut dapat ditentukan apakah produk tersebut dapat memenuhi harapan pengguna (Faruq & Jennah, 2023). Tujuan dari penyediaan produk yang berkualitas adalah untuk

mempengaruhi keputusan pengguna mengenai penggunaannya. Hal ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Azis (2019) Hal ini menunjukkan bahwa variabel produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap niat menabung untuk kepentingan pemuda masjid di kawasan Getasan.

2.3.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Preferensi Nasabah

Minat nasabah bank untuk berbisnis dengan bank syariah tumbuh karena layanan bank syariah. Apalagi jika anda baru pertama kali mengunjungi bank syariah atau membuat kesan pertama. Oleh karena itu, sangat penting untuk membangun kepercayaan pelanggan dan untuk melindungi kepentingan nasabah bank dalam melakukan bisnis dengan bank (Haris & T, 2012). Hal-hal yang berkaitan dengan kualitas pelayanan memang perlu diperhatikan oleh perbankan syariah agar nasabah perbankan syariah tetap setia menggunakan layanan perbankan syariah. Sehingga pelayanan dengan penggunaan fasilitas yang mudah serta lokasi perbankan syariah yang strategis tentunya dapat menjadi pertimbangan nasabah menabung pada perbankan syariah. Oleh karena itu, pada faktor karakteristik pelayanan yang dapat dijadikan indikator untuk melihat pengaruh pelayanan terhadap preferensi nasabah memilih produk perbankan syariah adalah pelayanan yang sopan, santun dan ramah selain itu lokasi yang strategis serta penggunaan fasilitas yang mudah. Karena produk yang dijual Perbankan Syariah kepada nasabah pada dasarnya adalah produk layanan atau jasa, maka kualitas layanan sangat bergantung pada preferensi konsumen melalui penyediaan layanan berkualitas tinggi (Faruq & Jennah, 2023). Uraian di atas

didukung oleh penelitian Faqih (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah untuk menabung di Marhama dengan menggunakan uji statistik F dengan nilai signifikansi 0,002. Hasil uji t-statistik menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada taraf signifikansi 0,012.

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atau sebagian besar dugaan yang harus dicari kebenarannya. Dikatakan sementara dikarenakan jawaban yang telah diberikan hanya berdasarkan pada teori yang relevan saja, belum berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan dari konsep penelitian yang ada, maka pengajuan hipotesis dari penelitian ini adalah:

H-1: Variabel Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Nasabah Memilih Produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta.

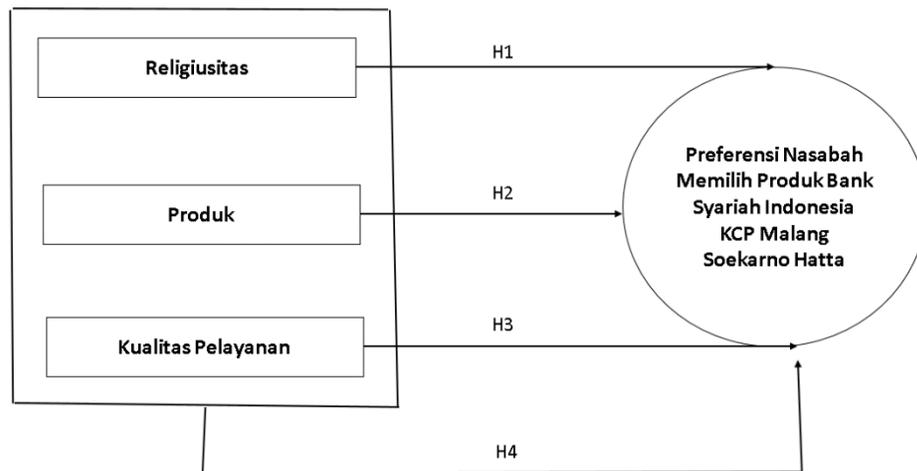
H-2: Variabel Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Nasabah Memilih Produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta.

H-3: Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Nasabah Memilih Produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta.

H-4: Variabel Religiusitas, Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Preferensi Nasabah Memilih Produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta.

2.5 Kerangka Konseptual

Gambar 2. 1
Kerangka Konseptual



Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Kerangka penelitian di atas menjelaskan bahwa faktor religiusitas, produk, kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bertujuan dan bermanfaat meringkas dengan satuan dalam bentuk angka (Anshori & Iswati, 2017). Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan meneliti sebuah populasi atau sampel tertentu yang dipilih terkadang acak menggunakan filsafat positifisme sebagai landasannya (Sugiyono, 2013). Untuk menguji hipotesis yang disajikan awalnya, penelitian menggunakan teknik pengumpulan data juga melalui analisis data kuantitatif statistik (Siyoto & Sodik, 2015).

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Untuk cabang KCP Malang Soekarno Hatta dipilih dikarenakan memiliki lokasi strategis ditengah kota Malang memudahkan nasabah untuk bertransaksi di Bank Syariah tersebut. Hal tersebut diperkuat hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu: “Saya memilih Bank Syariah Indonesia ini karena merupakan salah satu Bank Syariah, dan sebelumnya saya menggunakan BNIS (Bank Negara Indonesia Syariah) dan sekarang sudah digabung menjadi BSI (Bank Syariah Indonesia) yang saya gunakan hingga saat ini. Untuk kenapa saya memilih lokasi BSI

KCP Malang Soekarno Hatta karena lokasinya di tepi jalan mudah dijumpai berada di tengah kota, dan dekat dengan kos”(Faris, Jakarta). Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah faktor religi, produk dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan mempengaruhi preferensi nasabah dalam memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah semua objek yang memiliki suatu ciri yang sama yang kemudian di tarik kesimpulannya (Sumargo, 2020). Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek penelitian dengan karakteristik yang sama. Kemudian objek atau subjek yang ditetapkan oleh peneliti dianalisis dan diamati sebelum membuat kesimpulan akhir hasil penelitian (Siyoto & Sodik, 2015).

Populasi pada penelitian ini adalah nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta yang jumlahnya belum diketahui, sehingga perlu menggunakan rumus Cochran untuk mengetahui banyaknya sampel.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari keseluruhan objek populasi disaring dengan teknik tertentu untuk mendapatkan sampel apa yang digambarkan oleh populasi (Sumargo, 2020). Sampel adalah bagian dari objek populasi yang difilter teknik tertentu untuk membuat pola pengawasan populasi untuk mengamati gejala umum. Kutipan tersebut digunakan untuk memudahkan peneliti dalam mengisinya

Penelitian karena populasi menyebabkan pembatasan dalam jumlah banyak. Keterbatasan ini mungkin Biaya, tenaga kerja, dll. Jadi alasannya adalah sampel itu benar-benar harus menjadi deskripsi populasi (Siyoto & Sodik, 2015).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling dalam pengambilan sampel dengan melakukan karakteristik tertentu dalam menarik populasi untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2016). Adapun yang menjadi karakteristik sampel dalam penelitian ini antara lain 1) Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta baik laki-laki maupun perempuan 2) Pernah melakukan transaksi seperti menyimpan, investasi dan transfer uang di Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Untuk menentukan besarnya populasi yang tidak diketahui, maka dalam penentuan sampel digunakan rumus Cochran sebagai berikut (Sugiyono, 2017):

$$n = \frac{z^2}{e^2} pq$$

Dimana: n: Jumlah sampel yang diperlukan

Z: Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel yakni, 95%

p: Peluang benar 50%

q: Peluang salah 50%

Moe: Margin of Error atau tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditolerir 10%

Tingkat keyakinan yang digunakan adalah sebesar 95% dengan nilai Z sebesar 1,96 dan tingkat error maksimum sebesar 10%. Adapun untuk jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2} pq$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh jumlah minimum sampel sebanyak 111 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam pelaksanaan penelitian, untuk memperoleh data yang diperlukan dengan mengumpulkan data primer dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner. Yaitu suatu rangkaian pertanyaan yang berhubungan dengan topik tertentu yang diberikan kepada responden dengan kategori sesuai dengan operasional variabel yaitu preferensi nasabah yang meliputi religiusitas, produk dan kualitas pelayanan (Sugiyono, 2016).

Dalam penyusunan kuisisioner ini penulis menggunakan skala pengukuran likert yang digunakan untuk mengukur religious, produk, dan kualitas pelayanan. Kemudian menggunakan skala Guttman digunakan untuk mengukur preferensi nasabah dalam memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang atau tidak.

Pengukuran dengan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata- kata. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu diberi nilai, misalnya:

Sangat setuju diberi nilai 5

Setuju diberi nilai 4

Netral diberi nilai 3

Tidak Setuju diberi nilai 2

Sangat tidak setuju diberi nilai 1

Penggunaan skala pengukuran ini dengan mempertimbangkan bahwa skala tersebut sudah mempunyai interval. Variabel bersifat continue dan tidak dikotomi. Dengan menggunakan ukuran yang mempunyai interval tersebut sudah memungkinkan untuk mengukur tingkatan preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta dari yang paling rendah sampai yang paling tinggi. Kata kunci dari skala tersebut adalah setuju. Hal ini berarti jika jawaban responden yang berkaitan dengan preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta Bank Syariah adalah positif yang bernilai 1 (satu), maka jawaban mereka adalah setuju (4) dan sangat setuju (5), sedangkan apabila jawaban mereka adalah netral (3), tidak setuju (2) atau sangat tidak setuju (1).

3.5 Data dan Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data berupa data primer yang menurut(Sugiyono, 2016) adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

3.6 Definisi Operasional Variabel

3.6.1 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel independen atau kita juga dapat mengatakan bahwa variable dapat menyebabkan hasil dari variabel independen. Mengubah variabel dependen ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria dan sebagai akibat. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah preferensi mahasiswa(Cahyaningrum ika & Indra P, 2019).

3.6.2 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mungkin mempengaruhi variabel lain atau bisa juga dikatakan variabel dapat membawa perubahan pada sehingga muncul variabel dependen atau variabel terikat. Variabel independen ini sering disebut sebagai variable bebas, stimulus, antecedent. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah faktor religi, produk dan kualitas pelayanan(Cahyaningrum ika & Indra P, 2019).

3.6.3 Definisi Operasional Variabel

Variabel yang dirumuskan dalam penelitian ini terdapat 4 variabel, diantaranya yaitu:

Tabel 3. 1**Definisi Operasional Variabel**

NO	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Preferensi Nasabah (Y)	Preferensi berasal dari kata Prefer yang berarti yang paling disukai atau dapat juga disebut ketetapan individu dalam memutuskan pilihan terhadap suatu objek. Preferensi secara umum, bias diartikan sebagai suatu pilihan seseorang apakah suka atau tidak suka terhadap suatu produk barang atau jasa(Sulistiono & Alliah Khalifah Nur, 2015).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan perusahaan untuk menarik minat masyarakat. 2. Menyediakan jasa. 3. Pegawai memberikan informasi yang mudah dipahami. 4. Dapat menarik minat masyarakat. 5. Adanya kepedulian terhadap nasabah(Indo'sek et al., 2021). 	Skala Likert
2	Faktor Religi (X1)	Religiusitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi dalam	1. Penerapan prinsip syariah dalam segala transaksi.	Skala Likert

		<p>transaksi masyarakat di bank syariah sebagai keimanan seseorang, produk halal, bebas riba dan fatwa MUI dengan pelarangan bunga bank. Religius masyarakat muslim menjadi faktor yang mempengaruhi pilihan seseorang dan memutuskan untuk bertransaksi dengan cara syariah, produk yang halal(Harahap, 2014).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2. Bebas dari riba. 3. Kehalalan produk 4. Pemahaman agama 5. Kesesuaian dengan keyakinan (Harahap, 2014). 	
3	Faktor Produk (X2)	<p>Kemasan produk semakin menarik merangsang pelanggan dapat mengkonsumsinya melalui begitu banyak jenis produk keuangan dan sistem tanpa riba.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk-produk perbankan syariah yang beragam, menarik. 2. Fitur-fitur pendukung keuntungan yang 	Skala Likert

		<p>produk yang dapat menarik nasabah untuk pembiayaan karena dapat memudahkan nasabah untuk memproses transaksi tunai atau tunai tidak ada uang tunai(Rahmadani, 2019).</p>	<p>terdapat dalam produk.</p> <p>3. Produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabah</p> <p>4. Penerapan konsep bagi hasil</p> <p>5. Manfaat ekonomi(Rahmadani, 2019).</p>	
4	<p>Faktor Kualitas Pelayanan (X3)</p>	<p>Kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang anda dapat memberikannya kepada pihak lain, yang dalam hal ini adalah layanan dan bukan mempengaruhi milik seseorang. Kualitas pelayanan adalah</p>	<p>1. Compliance (kepatuhan)</p> <p>2. Assurance (jaminan)</p> <p>3. Reliability (keandalan)</p> <p>4. Tangibles (dinikmati, dirasakan dan dinilai oleh pelanggan dengan menggunakan indra manusia)</p> <p>5. Empathy (empati)</p>	<p>Skala Likert</p>

		perasaan yang menyenangkan atau tidak menyenangkan penerima manfaat saat menggunakan layanan(Widjoyo, 2014).	6. Responsiveness (cepat dan tanggap) (Mulazid et al., 2020)	
--	--	--	--	--

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

3.7 Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menurut (Sugiyono, 2016) adalah menganalisis data dengan tujuan meringkas dan mendeskripsikan data numerik yang telah dikumpulkan agar lebih mudah dalam penjabarannya tanpa adanya maksud membuat kesimpulan yang bersifat umum atau mengeneralisasi.

3.7.2 Analisis Kualitas Data

1. Uji Validitas

Validitas adalah instrumen yang dibuat oleh peneliti untuk mengukur apa yang ingin diukur dengan mengamati seberapa baik pengukur dapat bekerja. metode di menggunakan berbagai metode seperti kuesioner atau metode penelitian lainnya. Jika data diperoleh dari kuesioner, maka kuesioner yang disiapkan harus sesuai dengan tujuan yang akan diukur (Husein, 2003). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan yang digunakan dapat

membuktikan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Kriteria validitas diantaranya yaitu:

- a. Jika R hitung positif dan $> R$ table maka item pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid.
- b. Jika R hitung negative dan $< R$ table maka item pertanyaan tersebut dapat dikatakan tidak valid.

2. Uji Realibilitas

Jika alat ukur telah dinyatakan dengan benar, maka langkah seterusnya, yaitu dengan menguji reliabilitas alat ukur. Uji reliabilitas adalah sebuah nilai yang menjadi tolak ukur seberapa tepatnya pengukur dalam mengukur data yang sama (Husein, 2003).

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana datanya valid atau tidak. Ini diuji menggunakan kuesioner dengan membandingkan nilai cronbach's alpha dengan tingkat signifikan. Tingkat signifikan dapat diatur sesuai kepentingan peneliti. Uji reabilitas data dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach* atau suatu item pertanyaan dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien keandalan reabilitas sebesar 0,60 atau lebih tetapi jika nilainya *Alpha Cronbach* kurang dari 0,60 atau lebih, maka instrumen dikatakan tidak reliabel (Darma, 2021).

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam melakukan analisis regresi berganda terdapat persyaratan untuk melakukannya yaitu dengan uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dilakukan

untuk keperluan model regresi dapat memenuhi asumsi Best Linier Unbiased Estimate (BLUE). Uji asumsi klasik ini dilakukan jika model regresi sesuai tersaring. Maka ada beberapa uji asumsi klasik yang harus peneliti penuhi untuk bisa menggambarkan regresi berganda yaitu sebagai berikut (Wijaya, Suparna; Rahayu, 2021).

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji dalam penelitian yang digunakan untuk menguji dan mengkonfirmasi regresi, variable faktor pengganggu atau residual dalam distribusi normal. Uji normalitas ini menggunakan uji Kolmogrof-Smirnov sehingga jika ada pelanggaran, maka uji normalitas dalam penelitian itu menjadi tidak valid. Hipotesis uji normalitas adalah (Suliyanto, 2005):

Ho: variabel residual terdistribusi normal.

HA: variabel residual tidak terdistribusi normal.

Apabila probabilitis $> 0,05$ maka Ho diterima.

Apabila probabilitas $< 0,05$ maka HA ditolak

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan suatu penelitian bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan tersebut linier antara variabel independen, apakah hubungan mungkin utuh atau hampir utuh. Uji Multikolinieritas

digunakan untuk melihat ada tidaknya hubungan yang kuat antar variabel independen.

Indikasi model regresi berkualitas yaitu apabila nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan apabila dengan melihat nilai VIF (Variance Inflation Factor) lebih kecil dari 10,00 maka data yang telah diuji tidak terjadi multikolinieritas (Rahmadani, 2019).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah salah satu uji untuk menentukan apakah ada perbedaan varian residu dalam model regresi masing-masing observasi. Model regresi memiliki masalah dapat ditandai dengan model regresi yang tidak memiliki varian yang sama. Uji heteroskedastisitas menggunakan uji Breusch-pagan/cook Weisberg dalam pelaksanaan ujian.

Jika nilai $\text{prob} > \chi^2$ lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 kemudian menunjukkan bahwa model regresi tidak ada masalah dengan heteroskedastisitas dan sebaliknya jika $\text{prob} > \chi^2$ kurang dari 0,05 tingkat signifikansi, berarti model regresi memiliki masalah pada heteroskedastisitas (Wijaya, Suparna; Rahayu, 2021).

3.7.4 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen (X) yang terdiri dari dua atau lebih terhadap variabel dependen (Y) (Sugiyono, 2013). Variabel independen dalam penelitian adalah religi, produk, dan kualitas pelayanan. Sedangkan variabel

dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah preferensi memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Penelitian ini menggunakan alat bantu software SPSS version 25 for windows untuk mempermudah proses pengolahan data-data yang telah di kumpulkan, kemudian output hasil pengolahan data tersebut diambil kesimpulannya.

Bentuk model yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu:

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

Keterangan:

- Y : Preferensi nasabah memilih produk Bank
Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta
- a : Konstanta
- $b_1b_2b_3$: Koefisien persamaan regresi variabel independen
- X1 : Religi
- X2 : Produk
- X3 : Kualitas Pelayanan
- E : Standar Error

3.7.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah pengujian yang dilakukan untuk apakah sampel yang diteliti berbeda secara signifikan dari hasil yang diharapkan, sehingga hasil uji akan diputuskan apakah hipotesis dapat diterima atau tidak. Jika hipotesis benar, tetapi analisis data ditemukan berbeda dalam sampel acak, maka dapat dikatakan bahwa perbedaan tersebut adalah perbedaan signifikan. Meskipun terkadang keputusan yang di tetapkan dalam menetapkan hipotesis dapat terjadi kesalahan yang diakibatkan oleh hipotesis yang di tolak berdasarkan pada bukti (Sugiarto, & Setio, 2021).

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau yang biasa dikenal dengan uji-t adalah salah satu pengujian dilakukan dengan melakukan perbandingan antara nilai probabilitas (p-value) dari variable- variabel bebas dengan tingkat signifikan 5%. Selain itu ujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Jika nilai probabilitas $> 0,05$ dibandingkan dengan taraf signifikansinya, maka variabel independen secara individu tidak mempengaruhi variabel dependen tetapi jika nilai probabilitas $< 0,05$ dari tingkat signifikansi maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Wijaya, Suparna; Rahayu, 2021).

2. Uji Simultan (Uji f)

Uji simultan adalah uji yang dilakukan untuk menentukan apakah variabel-variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen secara simultan.

Jika probabilitas F-statistik < 5% dari tingkat signifikan, maka seluruh variabel independen memiliki pengaruh pada variabel dependen, namun jika probabilitas F statistik > 5% dari tingkat signifikan maka seluruh variabel independen tidak memiliki pengaruh pada variabel dependen (Wijaya, Suparna; Rahayu, 2021).

3. Uji Determinasi (R²)

Uji determinasi (R²) adalah alat untuk mengukur tingkat kemampuan model untuk menjelaskan perubahan dalam variabel dependen. R-squared adalah simbol nilai koefisien determinasi (Sugiarto, & Setio, 2021).

$$KD=R^2 \times 100\%$$

- a. Jika nilai R² mendekati 1 maka hal itu menunjukkan bahwa variabel independen dan variabel kontrol dapat mempengaruhi variabel dependen tetapi
- b. Jika nilai R² mendekati 0 maka hal itu menunjukkan bahwa variabel independen dan variabel kontrol tidak dapat mempengaruhi variabel dependen (Wijaya, Suparna; Rahayu, 2021).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia

Indonesia sebagai negara yang memiliki jumlah muslim terbesar didunia. Banyaknya penduduk yang mayoritasnya adalah muslim di Indonesia memiliki peluang untuk industri keuangan syariah yang cukup menjanjikan di masa depan. Hal tersebut akan terjadi apabila terdapat sinergi antara pemegang kebijakan dan juga kesadaran masyarakat terhadap transaksi halal berbasis syariah yang terus ditegakkan dalam prinsip ekonomi. Dengan adanya peningkatan terhadap produk dan layanan berbasis syariah di Indonesia secara signifikan beberapa tahun terakhir membuat pemerintah mencermati bahwa hal tersebut adalah sebuah fenomena penting dalam tonggak perekonomian syariah di Indonesia. Sikap optimis inilah yang membuat pemerintah akhirnya menggabungkan 3 daftar bank syariah besar dibawah naungan BUMN, yaitu PT Bank Syariah Mandiri Tbk, PT Bank BNI Syariah Tbk, dan PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi intensitas baru yang diberi nama Bank Syariah Indonesia atau BSI.

Penggabungan bank syariah pemerintah yang diresmikan pada 1 Februari 2021 oleh presiden Joko Widodo ini juga menegaskan bahwa pemerintah sangat serius dalam memperhatikan perkembangan layanan berbasis syariah yang mampu bertahan

di tengah kondisi ekonomi Indonesia yang masih bergejolak. Komitmen pemerintah untuk mendorong perekonomian melalui BSI ini diharapkan akan jadi energy baru dalam pembangunan ekonomi nasional. BSI mengawali langkah bagi bank lainnya yang berbasis syariah dengan secara modern, universal, dan tentu saja memberikan kebaikan bagi seluruh masyarakat. Setelah melakukan merger, Bank Syariah Indonesia akan jadi bank syariah terbesar di Indonesia dengan total aset Rp 239,56 triliun dengan lebih dari 1.000 kantor cabang dan 20.000 karyawan. BSI juga akan menjadi bank dengan peringkat 7 berdasarkan total aset yang dimiliki.

Rencana untuk penggabungan 3 bank syariah besar ini sudah dilakukan sejak maret 2020 lalu. Proses pendirian ini harus melalui tahapan yang cukup ketat termasuk proses perizinan dari Otoritas Jasa Keuangan. Kemudian, proses pengesahan nama baru yakni Bank Syariah Indonesia yang dilakukan oleh Kementerian Hukum dan HAM, persiapan logo baru, dan lainnya. Kemudian pada 1 Februari 2021, BSI diresmikan oleh Presiden Joko Widodo dan mulai beroperasi di beberapa wilayah di Indonesia. Adapun pemilihan penggabungan 3 bank syariah milik BUMN yang bisa memberikan dampak yang lebih besar lagi dan mempermudah pengembangan dari satu pintu. BRI Syariah, BNI Syariah, dan Mandiri syariah memiliki rekam jejak yang baik selama ini. Bahkan pertumbuhan perbankan syariah selama pandemi covid-19 tetap tumbuh secara positif. Hal ini yang membuat pengukuhan terhadap hadirnya BSI akan menjadi salah satu katalis pertumbuhan ekonomi Indonesia.

4.1.2 Profil Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta

1. Profil Perusahaan

Nama	: PT. Bank Syariah Indonesia Tbk
Alamat	: Jl. Soekarno Hatta B15, B16, B17, dan S12 Kel.Jatimulyo Kec.Lowokwaru
No. Telepon	: +6281584114040
Email	: contactus@bankbsi.co.id

2. Logo Perusahaan

Gambar 4. 1

Logo Bank Syariah Indonesia



Sumber: <https://www.bankbsi.co.id>

Peresmian BSI juga dijadikan ajang pengenalan logo BSI di publik. Pengenalan logo BSI tersebut disampaikan langsung oleh Direktur Utama PT Bank Syariah Indonesia, Hery Gunardi. Logo BSI secara keseluruhan bernuansa hijau dan putih

dengan tulisan BSI dan bintang berwarna kuning di ujung sebelah kanan dari tulisan. Di bawah tulisan BSI disematkan kata “Bank Syariah Indonesia”. Filosofi yang terkandung dalam bintang kuning bersudut 5 mempresentasikan 5 sila Pancasila dan 5 rukun Islam. Tulisan BSI menjadi representasi Indonesia baik di tingkat nasional maupun di tingkat global

3. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

a. Visi Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia memiliki visi untuk menjadi salah satu dari sepuluh Bank Syariah terbesar berdasarkan dengan kapitalisasi pasar secara global dalam waktu lima tahun kedepan

a. Misi Bank Syariah Indonesia

- b. Mewujudkan nilai tambah bagi investor
- c. Menyediakan solusi keuangan syariah yang amanah dan modern
- d. Memberikan kontribusi positif
- e. Memberikan pertumbuhan nilai positif
- f. Menyediakan produk & layanan
- g. Meningkatkan produk & layanan
- h. Mengutamakan penghimpunan dana murah
- i. Mengembangkan talenta & wahana berkarya untuk berprestasi sebagai perwujudan ibadah

4. Produk dan Layanan Bank Syariah Indonesia

BSI menghadirkan produk dan layanan mulai dari individu, *Digital Banking*, dan Kartu.

1) Individu

Untuk produk dan layanan Individu, sama halnya dengan produk dan layanan bank syariah sebelumnya, yakni:

- a) Bisnis
- b) Priority
- c) Tabungan
- d) Haji dan Umroh
- e) Pembiayaan
- f) Investasi
- g) Transaksi
- h) Emas

2) *Digital Banking*

Kemudahan transaksi, berbagi, sekaligus ibadah kapan pun dan dimana pun dengan penggunaan layanan digital banking antara lain:

- a) *BSI Mobile*
- b) *BSI Smart Agent*
- c) *BSI Aisyah*
- d) *BSI Tabungan E-Mas*

- e) BSI JadiBerkah.id
- f) BSI ATM CRM
- g) BSI *Merchant Business*
- h) BSI API Platform
- i) BSI *Cardless Withdrawal*
- j) BSI *Payment Point*
- k) BSI QRIS
- l) BSI *Internet Banking*

3) Kartu

Layanan perbankan dengan menggunakan fasilitas kartu debit dan pembiayaan antara lain:

- a) Kartu Haji dan Umroh
- b) Kartu BSI Debit Visa
- c) Kartu BSI Tabungan SimPel
- d) Kartu BSI Sabi
- e) Kartu BSI Prioritas
- f) BSI Hasanah Card
- g) BSI Debit OTP
- h) Kartu BSI Debit GPN

4.1.3 Gambaran Umum Penelitian

Data dari penelitian ini yaitu kuantitatif dan dikumpulkan dalam format numerik. Data ini dianalisis menggunakan program SPSS 26. Tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah memilih produk bank syariah (Studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta). Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 97 orang yang memiliki rekening pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala Likert 1-5. Penelitian ini menggunakan 3 variabel independen yaitu religiusitas, produk, dan kualitas pelayanan. Dengan satu variabel dependen yaitu preferensi nasabah. Kuesioner yang dibuat menggunakan variabel dengan definisi yang jelas dan memiliki rata-rata 4-5 item pertanyaan per variabelnya.

4.2 Hasil Penelitian

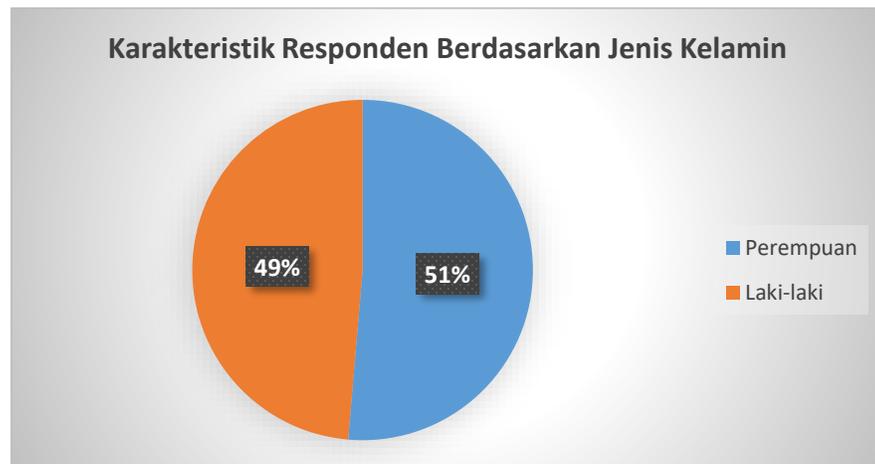
4.2.1 Karakteristik Identitas Responden

Responden deskriptif ini memiliki beberapa pertanyaan yang harus ditanyakan responden mengenai identitas responden, seperti nama responden, jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan terakhir dan pekerjaan. Untuk memberikan pemahaman deskriptif tentang responden pada penelitian ini. Jumlah sampel yang digunakan adalah 111 responden yang terdiri dari seluruh nasabah yang memiliki rekening di Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table dibawah ini:

4.2.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta terbagi menjadi laki-laki dan perempuan. Pengelompokan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat melalui table yang diolah peneliti sebagai berikut:

Gambar 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis



Sumber: Diolah Peneliti, 2023

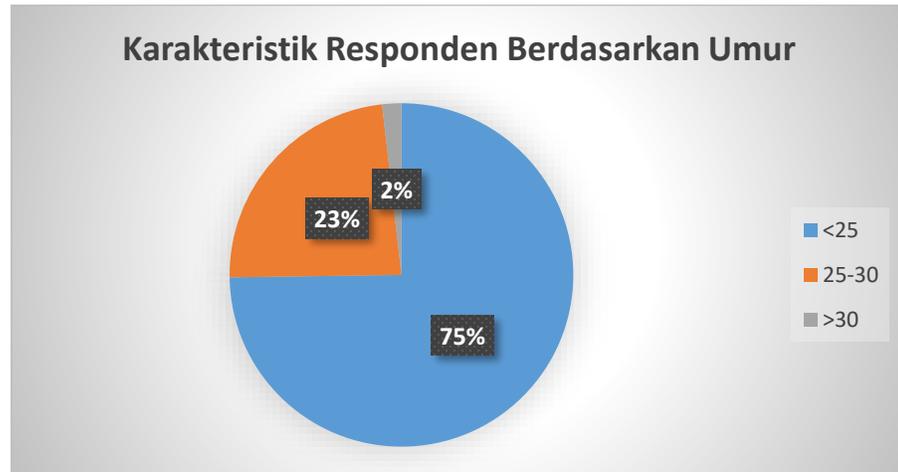
Berdasarkan gambar 4.2 menunjukkan bahwa sebagian besar responden didominasi oleh responden perempuan sebanyak 51% yaitu dengan jumlah 57 nasabah, sedangkan responden laki-laki sebanyak 49% yaitu dengan jumlah 54 nasabah.

4.2.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan umur, responden dalam penelitian ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Gambar 4. 3

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur



Sumber: Diolah Peneliti, 2023

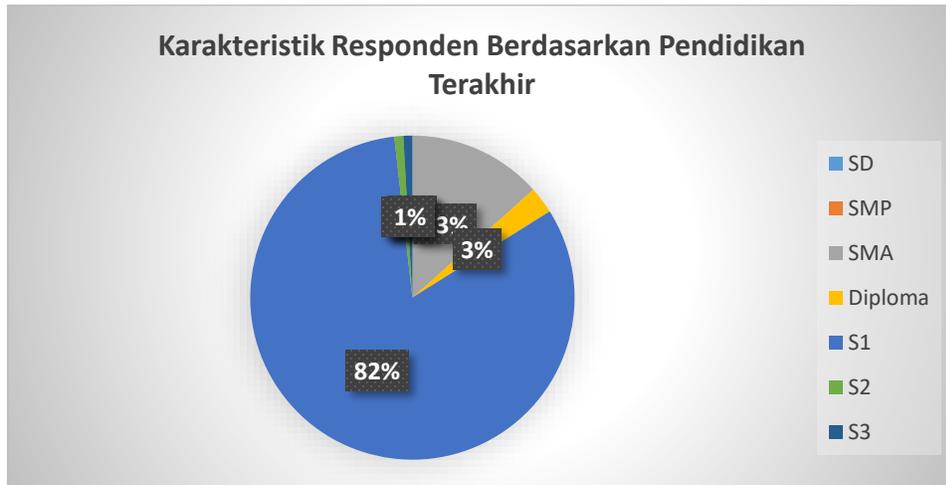
Berdasarkan gambar 4.3 menunjukkan bahwa responden yang berumur <25 tahun sebanyak 75% yaitu dengan jumlah 83 nasabah, kemudian responden dengan umur 25-30 tahun sebanyak 23% yaitu dengan jumlah 26 nasabah, sedangkan responden dengan umur >30 sebanyak 2% yaitu dengan jumlah 2 nasabah dari jumlah total responden. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas yang menggunakan Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta adalah yang berumur <25 tahun.

4.2.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan pendidikan terakhir, responden dalam penelitian ini dapat di deskripsikan sebagai berikut:

Gambar 4. 4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



Sumber: Diolah Peneliti, 2023

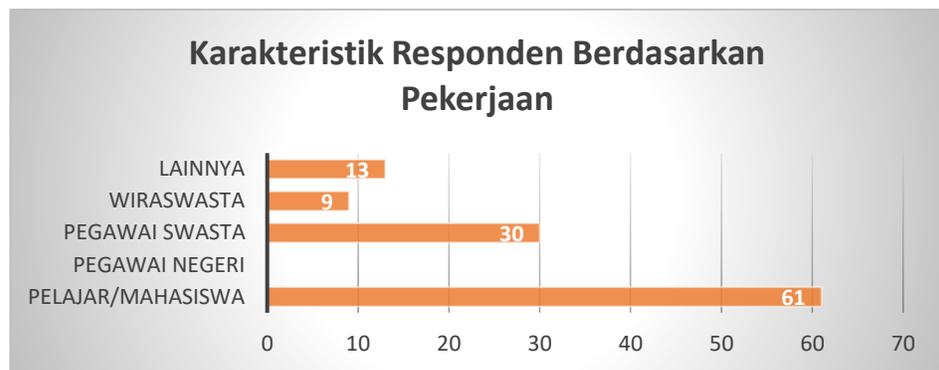
Berdasarkan gambar 4.4 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berpendidikan SD sebanyak 0% yaitu dengan jumlah 0 nasabah, lalu responden yang berpendidikan SMP sebanyak 0% yaitu dengan jumlah 0 nasabah, kemudian responden yang berpendidikan SMA sebanyak 13% yaitu dengan jumlah 15 nasabah, lalu responden yang berpendidikan Diploma sebanyak 3% yaitu dengan jumlah 3 nasabah, kemudian responden S1 sebanyak 82% yaitu dengan jumlah 92 nasabah, lalu responden berpendidikan S2 sebanyak 1% yaitu dengan jumlah 1 nasabah, dan responden berpendidikan S3 sebanyak 0% yaitu dengan jumlah 0 nasabah. Dari data tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas yang menggunakan Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta adalah yang berpendidikan terakhir Strata satu (S1).

4.2.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan, responden dalam penelitian ini dapat di deskripsikan sebagai berikut:

Gambar 4. 5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan gambar 4.5 dapat diketahui bahwa jumlah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 61% yaitu dengan jumlah 61 nasabah, lalu responden yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri sebanyak 0% yaitu dengan jumlah 0 nasabah, kemudian responden yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 30% yaitu dengan jumlah 30 nasabah, lalu responden yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 9% yaitu dengan jumlah 9 nasabah, dan responden yang memilih pekerjaan lainnya sebanyak 13% yaitu dengan jumlah 11 nasabah.

4.2.2 Deskriptif Variabel Penelitian

Dari hasil penyebaran kuesioner maka di dapatkan hasil berupa data variabel-variabel yang diteliti. Di dalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) variabel

independen yaitu religiusitas, produk, dan kualitas pelayanan dan juga terdapat 1 (satu) variabel dependen yaitu preferensi nasabah. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table di bawah ini.

4.2.2.1 Deskriptif Responden Terhadap Variabel Religiusitas

Dalam penelitian ini, variabel religiusitas dijabarkan dalam 5 (lima) pertanyaan. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 1

Deskriptif Responden Terhadap Variabel Religiusitas (X1)

No	FAKTOR RELIGIUSITAS	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Segala macam transaksi pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta telah sesuai dengan syariat islam	35%	43%	26%	5%	2%
2	Bertransaksi dengan Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta dapat terhindar dari riba	35%	24%	37%	7%	3%
3	Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta menawarkan produk yang halal dan telah diakui	35%	43%	28%	1%	4%

	oleh Majelis Ulama Indonesia					
4	Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta menerapkan sistem bagi hasil yang lebih adil dan menentramkan	32%	48%	25%	4%	2%
5	Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta hanya menginvestasikan pembiayaan pada bisnis yang halal	35%	38%	30%	6%	2%

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

4.2.2.2 Deskriptif Responden Terhadap Variabel Produk (X2)

Dalam penelitian ini, variabel produk dijabarkan dalam 4 (empat) pertanyaan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 2

Deskriptif Responden Terhadap Variabel Produk (X2)

No	Faktor Produk	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Produk-produk pada Bank Syariah Indonesia	40%	43%	20%	5%	3%

	KCP Malang Soekarno Hatta beragam, menarik, dan inovatif					
2	Fitur-fitur pendukung pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta dapat memberikan keuntungan bagi nasabahnya	36%	45%	25%	3%	2%
3	Pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta nasabah dapat memperoleh bagi hasil yang sesuai dengan harapan	31%	41%	33%	4%	2%
4	Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan ekonomi nasabah	39%	42%	23%	4%	3%

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

4.2.2.3 Deskriptif Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Dalam penelitian ini, variabel kualitas pelayanan dijabarkan dalam 5 (lima) pertanyaan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 3

Deskriptif Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

No	FAKTOR KUALITAS PELAYANAN	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1	Sarana pelayanan saat bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta lengkap.	30%	45%	28%	6%	2%
2	Lengkapnya fasilitas teknologi pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta sehingga memudahkan segala transaksi	36%	44%	24%	5%	2%
3	Lokasi ATM tersebar luas dan mudah dijangkau.	37%	29%	30%	12%	3%

4	Gedung Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta menarik, nyaman, dan menyenangkan	39%	38%	28%	3%	3%
5	Karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta ramah, sabar, dan cekatan dalam melayani nasabah	44%	42%	17%	5%	3%

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

4.2.2.4 Deskriptif Responden Terhadap Variabel Preferensi Nasabah (Y)

Dalam penelitian ini, variabel Preferensi Nasabah dijabarkan dalam 6 (enam) pertanyaan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 4

Deskriptif Responden Terhadap Variabel Preferensi Nasabah (Y)

No	FAKTOR PREFERENSI NASABAH	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)

1	Produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta lebih unggul dan menguntungkan sehingga dapat menarik minat nasabah	29%	41%	37%	2%	2%
2	Pelayanan dan jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta mampu memberikan kelancaran dalam segala transaksi	35%	49%	19%	5%	3%
3	Pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta Cabang mampu memberikan informasi yang mudah di pahami kepada nasabah	39%	48%	18%	4%	2%

4	Pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta berpenampilan rapi serta menarik sehingga dapat menarik minat nasabah	47%	40%	20%	2%	2%
5	Karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta peduli dan mampu dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah	39%	45%	21%	2%	4%
6	Saya memilih menjadi nasabah bank syariah dengan pertimbangan yang sangat matang.	38%	41%	27%	3%	2%

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

4.3 Analisis Data

4.3.1 Uji Validitas

Validitas adalah instrumen yang dibuat oleh peneliti untuk mengukur apa yang ingin diukur dengan mengamati seberapa baik pengukur dapat bekerja. metode di menggunakan berbagai metode seperti kuesioner atau metode penelitian lainnya. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan yang digunakan dapat membuktikan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Kriteria validitas diantaranya yaitu:

1. Jika R hitung positif dan $> R$ table maka item pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid.
2. Jika R hitung negative dan $< R$ table maka item pertanyaan tersebut dapat dikatakan tidak valid.

Hasil pengolahan data menggunakan SPSS disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 5

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R.Hitung	R.Tabel	Keterangan
Religiusitas	X1.1	0,810	0,185	Valid
	X1.2	0,861	0,185	Valid
	X1.3	0,875	0,185	Valid
	X1.4	0,869	0,185	Valid
	X1.5	0,891	0,185	Valid

Produk	X2.1	0,841	0,185	Valid
	X2.2	0,881	0,185	Valid
	X2.3	0,861	0,185	Valid
	X2.4	0,888	0,185	Valid
Kualitas Pelayanan	X3.1	0,818	0,185	Valid
	X3.2	0,912	0,185	Valid
	X3.3	0,831	0,185	Valid
	X3.4	0,872	0,185	Valid
	X3.5	0,843	0,185	Valid
Preferensi Nasabah	Y1	0,850	0,185	Valid
	Y2	0,862	0,185	Valid
	Y3	0,843	0,185	Valid
	Y4	0,826	0,185	Valid
	Y5	0,841	0,185	Valid
	Y6	0,863	0,185	Valid

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan seluruh variabel memiliki nilai koefisien korelasi yang positif dan tentunya lebih besar daripada R tabel. Hal ini berarti bahwa data yang diperoleh dinyatakan valid dan dapat dilakukan pengujian data lebih lanjut.

4.3.2 Uji Realibilitas

Reabilitas adalah penentu suatu kestabilan responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan indikator suatu variabel dan disusun dalam bentuk kuesioner. Uji reabilitas data dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach* atau suatu item pertanyaan dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien keandalan reabilitas sebesar 0,60 atau lebih. Hasil pengujian realibilitas data penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 6
Hasil Uji Reabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	Religiusitas	0,912	Realiabel
2	Produk	0,890	Realiabel
3	Kualitas Pelayanan	0,906	Realiabel
4	Preferensi Nasabah	0,922	Realiabel

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat dilihat bahwa semua variabel memiliki nilai lebih dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing item dari kuesioner yang digunakan reliabel. Dengan demikian,

item-item dalam penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian berikutnya.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji dalam penelitian yang digunakan untuk menguji dan mengkonfirmasi regresi, variable faktor pengganggu atau residual dalam distribusi normal. Uji normalitas ini menggunakan uji Kolmogrof-Smirnov sehingga jika ada pelanggaran, maka uji normalitas dalam penelitian itu menjadi tidak valid. Hipotesis uji normalitas adalah:

Ho: variabel residual terdistribusi normal.

HA: variabel residual tidak terdistribusi normal.

Apabila probabilitis $> 0,05$ maka Ho diterima.

Apabila probabilitas $< 0,05$ maka HA ditolak

Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4. 7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		98
	Mean	0,0000000

Normal Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1.1313299
Most Extreme Differences	Absolute	0,092
	Positive	0,079
	Negative	-0,092
Test Statistic		0,092
Asymp. Sig. (2-tailed)		,059 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan dari tabel di atas menunjukkan nilai signifikansi $> 0,05$ yang artinya data dapat berdistribusi secara normal. Dan dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi Uji Normalitas.

4.3.3.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk melihat ada tidaknya hubungan yang kuat antar variabel independen. Untuk menguji apakah terjadi multikolinieritas atau tidak dapat dilihat melalui nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan bantuan aplikasi SPSS versi 26. Jika nilai *tolerance* $> 0,01$ dan VIF $< 10,00$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4. 8
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	2.540	0,550		4.620	0,000		
	X1	0,315	0,066	0,293	4.770	0,000	0,155	6.439
	X2	0,512	0,090	0,380	5.694	0,000	0,132	7.601
	X3	0,359	0,060	0,337	5.988	0,000	0,185	5.394
a. Dependent Variable: Y								

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada semua variabel independen model regresi yang digunakan religiusitas, produk, dan kualitas pelayanan karena semua

variabel independen berhasil menunjukkan nilai *tolerance* >0,10 dan VIF < 10,00.

4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah ketika dalam model tidak terjadi ketidaksamaan variansi dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara mengetahui adanya heteroskedastisitas atau tidak adalah dengan uji glejser.

Jika nilai $prob > chi^2$ lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 kemudian menunjukkan bahwa model regresi tidak ada masalah dengan heteroskedastisitas dan sebaliknya jika $prob > chi^2$ kurang dari 0,05 tingkat signifikansi, berarti model regresi memiliki masalah pada heteroskedastisitas (Wijaya, Suparna; Rahayu, 2021). Hasil uji heteroskedastisitas yang diperoleh dalam penelitian ini bisa dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 9

Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	2.790	0,663		4.207	0,000
	X1	-0,098	0,074	-0,294	-1,332	0,186
	X2	0,072	0,099	0,169	0,725	0,470
	X3	-0,029	0,062	-0,088	-464	0,643
a. Dependent Variable: RES2						

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (sig) untuk variabel X1 religiusitas sebesar $0,186 > 0,05$, variabel X2 produk sebesar $0,470 > 0,05$, variabel X3 kualitas pelayanan sebesar $0,643 > 0,05$. Bisa disimpulkan data dalam penelitian ini bebas dari gejala heteroskedastisitas.

4.3.4 Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk membangun suatu persamaan yang menghubungkan antara variabel independen dengan variabel dependen. Langkah pertama yang harus dilakukan adalah mengumpulkan data dari variabel-variabel yang akan dilihat hubungannya, kemudian membuat gambar titik-titik kombinasi Y dan X dalam system koordinat yang biasa disebut dengan scatterplot dapat dibayangkan bentuk kurva yang sesuai dengan kombinasi X dan Y. Persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 10
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.540	0,550		4.620	0,000
	X1	0,315	0,066	0,293	4.770	0,000
	X2	0,512	0,090	0,380	5.694	0,000
	X3	0,359	0,060	0,337	5.988	0,000
a. Dependent Variable: Preferensi Nasabah						

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS 26, maka diperoleh hasil regresi linier berganda untuk variabel Religiusitas sebesar 0,315, variabel Produk sebesar 0,512, dan variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,359. Sehingga model persamaan regresi yang diperoleh:

$$Y = 0,315X1 + 0,512X2 + 0,359X3 + e$$

1. Nilai konstan (a) sebesar 2.540 artinya jika variabel religiusitas (X1), produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) nilainya adalah 0 (nol), maka preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta berada pada angka 2.540.

2. Koefisien regresi (X1) dari perhitungan linier berganda diketahui bahwa nilai koefisien (b_1) = 0,315. Hal ini berarti setiap ada peningkatan religiusitas (X1) maka preferensi nasabah akan meningkat sebesar 31,5% dengan anggapan variabel produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) adalah konstan. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel religiusitas berkontribusi positif bagi preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malanag Soekarno Hatta, sehingga makin meningkat religiusitas semakin meningkat pula preferensi nasabah.
3. Koefisien regresi (X2) dari perhitungan linier berganda diketahui bahwa nilai koefisien (b_2) = 0,512. Hal ini berarti setiap ada peningkatan produk (X2) maka preferensi nasabah akan meningkat sebesar 51,2% dengan anggapan variabel religiusitas (X1) dan kualitas pelayanan (X3) adalah konstan. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel produk berkontribusi positif bagi preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malanag Soekarno Hatta, sehingga makin meningkat produk semakin meningkat pula preferensi nasabah
4. Koefisien regresi (X3) dari perhitungan linier berganda diketahui bahwa nilai koefisien (b_3) = 0,359. Hal ini berarti setiap ada peningkatan kualitas pelayanan (X3) maka preferensi nasabah akan meningkat sebesar 35,9% dengan anggapan religiusitas (X1) dan produk (X2) adalah konstan. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas

pelayanan berkontribusi positif bagi preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malanag Soekarno Hatta, sehingga makin meningkat kualitas pelayanan semakin meningkat pula preserensi nasabah

4.3.5 Uji Hipotesis

4.3.5.1 Uji Parsial (T)

Uji T digunakan untuk menunjukkan seberapa besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara sendiri atau parsial terhadap variabel dependen, apakah hasilnya signifikan atau tidak dengan tingkat kesalahan 5%. Uji ini dilakukan dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing variabel independen dengan taraf signifikan $<0,05$. Uji t yang dilakukan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 11
Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.540	0,550		4.620	0,000
	X1	0,315	0,066	0,293	4.770	0,000

	X2	0,512	0,090	0,380	5.694	0,000
	X3	0,359	0,060	0,337	5.988	0,000
a. Dependent Variable: Preferensi Nasabah						

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 4.11 dengan mengamati baris, kolom t dan sig, bisa dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Variabel Religiusitas terhadap Preferensi Nasabah(H₁)

Variabel religiusitas (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Hal ini terlihat dari signifikan religiusitas (X1) $0,000 < 0,05$. dan nilai $t_{table} = t(\alpha/2; 98- 3-1) = (0,025;94) = 1.98552$

Berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{table} ($4,770 > 1,98552$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh Religiusitas terhadap Preferensi Nasabah secara parsial diterima.

2. Pengaruh Variabel Produk terhadap Preferensi Nasabah(H₂)

Variabel produk (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Hal ini terlihat dari signifikan religiusitas (X2) $0,000 < 0,05$. dan nilai $t_{table} = t(\alpha/2; 98- 3-1) = (0,025;94) = 1.98552$

Berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{table} ($5.694 > 1,98552$), maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh Produk terhadap Preferensi Nasabah secara parsial diterima.

3. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Preferensi Nasabah(H_3)

Variabel kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Hal ini terlihat dari signifikan religiusitas (X_3) $0,000 < 0,05$. dan nilai $t_{table} = t(\alpha/2; 98- 3-1) = (0,025; 94) = 1.98552$

Berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{table} ($5.988 > 1,98552$), maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Preferensi Nasabah secara parsial diterima.

4.3.5.2 Uji Simultan (F)

Uji F ini digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan apakah variabel independen (religiusitas, produk, dan kualitas pelayanan) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (preferensi nasabah). Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi nilai $F_{hitung} > F_{table}$ maka model yang dirumuskan sudah tepat. Jika nilai $F_{hitung} > F_{table}$ maka dapat diartikan bahwa model regresi sudah

tepat artinya pengaruh secara bersama, dengan melihat nilai $F_{table} = F(k; n-k)$, $F(3;98-3)$, $F_{table}(3;95) = 2.70$ dengan tingkat kesalahan 5%. Uji f yang dilakukan dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut:

Tabel 4. 12
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	2063.811	3	687.937	538.937	,000 ^b
	Residual	120.189	94	1.279		
	Total	2184.000	97			
a. Dependent Variable: Preferensi Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Produk, Kualitas Pelayanan						

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel di atas dapat dilihat pada nilai F_{hitung} sebesar 538.937 dengan nilai F_{table} adalah 2.70 sehingga nilai $F_{hitung} > F_{table}$ atau $538.937 > 2.70$, dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_4 diterima, dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas (X1), produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta.

4.3.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji R (koefisien determinasi) digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini dalam menerangkan variabel dependennya. Berdasarkan uji R₂ yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 4.13 dibawah ini.

Tabel 4. 13
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,972 ^a	0,945	0,943	1.13076
a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Produk, dan Kualitas Pelayanan				

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi terapat pada nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,943. Hal ini berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat adalah sebesar 94,3%, sisanya 5,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Pengaruh Religiusitas (X1) terhadap Preferensi Nasabah (Y)

Pengujian hipotesis dapat dilihat pada uji T yang menunjukkan bahwa religiusitas terhadap preferensi nasabah signifikan, hal itu dapat dilihat dari nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini juga didukung oleh nilai $T_{hitung} 4,770 > T_{tabel} 1,98552$. Hal ini dapat diartikan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam menentukan preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia atau tidak. Hal ini dikarenakan religiusitas menjadi pengetahuan dasar terhadap preferensi nasabah untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Dengan adanya hasil ini dapat disimpulkan bahwa semakin baik tingkat religiusitas pada suatu perbankan syariah maka akan semakin baik pula tingkat preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta.

Hal ini dapat dilihat pada respon nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta tentang religiusitas dimana nasabah telah memahami tentang konsep dasar perbankan syariah seperti halnya sesuai dengan syariat islam, terhindar dari riba, dan produk yang halal. Hal ini bertujuan dengan adanya pengetahuan religiusitas pada perbankan syariah yang memadai dapat

terhindar segala bentuk penyelewengan dari aturan dan juga standar perbankan syariah. Selanjutnya nasabah juga faham tentang sistem bagi hasil yang adil dan menentramkan, hal ini dilakukan agar nasabah memperoleh bagi hasil yang memberi keuntungan. Kemudian nasabah menarik nasabah hanya menginventasikan pembiayaan hanya pada bisnis yang halal, yaitu yang telah diterapkan pada masing-masing perbankan syariah.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dewi, 2018) bahwasannya variable faktor religi mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,018. Sehingga dapat dikatakan bahwa faktor religi berpengaruh secara signifikan terhadap preferensi nasabah. Yang artinya seseorang bisa berasumsi bahwa individu dengan religiusitas yang tinggi dianggap memberi pengaruh lebih baik dalam preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soerkarno Hatta, dibandingkan dengan individu yang memiliki religiusitas rendah.

Akan tetapi penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Igayani (2018) menunjukkan bahwa religius tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa menabung di bank syariah.

Di dalam Islam, Allah SWT telah memerintahkan kepada umatnya untuk senantiasa beriman kepadaNya, janganlah memakan riba yang berlipat ganda, dan juga bertaqwalah kamu kepada Allah SWT agar kamu terhindar dari

api neraka. Hal ini tercermin dari firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah ayat 278 yang menjelaskan larangan riba.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang beriman.”

Sebagaimana juga yang terdapat dalam tafsir Al-Muyassar/Kementrian Agama Saudi Arabia mengatakan, Wahai orang-orang yang beriman kepada Allah dan mengikuti RasulNya, takutlah kepada Allah, dan tinggalkanlah usaha untuk meminta sisa dari uang tambahan (riba) selain harta pokok kalian yang merupakan milik kalian sebelum diharamkan riba, jika kalian memang merealisasikan keimanan kalian dalam bentuk ucapan dan perbuatan. Bank syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah Islam, dengan mengacu pada ketentuan Al-Qur'an dan Hadits. Oleh karena itu, operasional perbankan yang bertentangan dengan syariat Islam harus dapat menghindari unsur riba dan kegiatan yang bertentangan dengan syariat Islam.

4.4.2 Pengaruh Produk (X2) terhadap Preferensi Nasabah (Y)

Pengujian hipotesis dapat dilihat pada uji T yang menunjukkan bahwa produk terhadap preferensi nasabah signifikan, hal itu dapat dilihat dari nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini juga didukung oleh nilai T_{hitung} lebih besar dari t_{table} ($5,694 > 1,98552$). Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah memilih produk

Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Hasil ini mengisyaratkan kualitas produk mempunyai peran yang penting dalam menentukan keputusan nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta atau tidak memilih. Hal ini dikarenakan kualitas produk dapat mempengaruhi preferensi nasabah untuk tetap bersikap memilih dan berfikir positif terhadap pilihan produk perbankan syariah tersebut. Dengan adanya hasil ini dapat disimpulkan bahwa semakin baik tingkat kualitas produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta maka akan semakin baik pula tingkat preferensi nasabah memilih produk perbankan syariah tersebut.

Hal ini dapat dilihat pada respon nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta tentang kualitas produk dimana nasabah akan bersikap memilih dan berpikir positif ketika mereka akan membuat keputusan memilih produk perbankan syariah tersebut, hal ini dilakukan agar nasabah dapat memahami dengan keragaman produk, menarik dan inovatif, produk yang dapat memberikan keuntungan bagi nasabahnya, memperoleh bagi hasil yang sesuai dengan harapan, dan sesuai dengan kebutuhan ekonomi nasabahnya. Sehingga dengan adanya kualitas produk ini nantinya akan mendorong nasabah memiliki pikiran yang jernih pada preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta agar kedepannya memberi pengaruh positif dalam perekonomian dan kesejahteraan nasabahnya. Selanjutnya nasabah juga selalu menerima masukan keunggulan produk

lainnya yang ada pada perbankan syariah, hal ini dilakukan agar nasabah mempunyai banyak referensi, dan cara berfikir yang lain tentang produk-produk selain yang nasabah ketahui. Sehingga apabila membutuhkan sesuatu nasabah akan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya mengenai solusi dari suatu permasalahan yang sedang dihadapi, hal ini tentunya bertujuan agar nasabah secepat lepas dari masalah yang sedang dihadapi.

Hasil ini serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Azis (2019) menunjukkan bahwa variabel produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menabung untuk kepentingan pemuda masjid di kawasan Getasan. Uji F test menunjukkan bahwa informasi, iklan, produk dan reputasi berpengaruh signifikan dalam penyelamatan pemuda masjid di wilayah Getasan sebesar 51,3% secara bersamaan, sisanya 48,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model ini. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang besar terhadap tingkat preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Seiring berkembangnya kualitas produk, demikian pula dengan preferensi nasabahnya.

Akan tetapi penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasanah, (2019) tidak adanya pengaruh kualitas produk terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada bank syariah berarti tidak berpengaruh dan tidak signifikan, artinya kualitas produk di bank syariah tidak mempengaruhi preferensi mahasiswa UMP untuk menabung.

Kualitas produk yang beragam dan menarik disertai kehalalan produk, dalam Islam makanan halal adalah barang yang diperuntukkan untuk dimakan dan diminum manusia serta bahan yang di kelolanya, seperti yang disebutkan pada Q.S Al-Baqarah ayat 172:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman, makanlah dari rezeki yang baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika kamu benar-benar hanya menyembah kepada-Nya.”

Sebagaimana yang terdapat dalam tafsir Al-Muyassar mengatakan: Wahai orang-orang yang beriman Makanlah dari makanan-makanan yang lezat lagi halal yang telah kami rizkikan kepada kalian, dan janganlah kalian berbuat seperti orang-orang kafir yang mengharamkan makanan yang baik-baik dan menghalalkan makanan-makanan yang menjijikan. Dan bersyukurlah kepada Allah atas nikmat-nikmatnya yang agung yang diberikan kepada kalian dengan hati, lisan dan anggota tubuh kalian, jika kalian memang orang-orang yang betul-betul tunduk kepada perintah Nya, mendengar lagi taat kepada Nya, beribadah kepada Nya saja tanpa menyekutukan sesuatu apapun dengan Nya. Bank syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah Islam, dengan mengacu pada ketentuan Al-Quran dan Hadits. Oleh karena itu, perbankan syariah harus mampu menghindari produk-produk haram yang sesuai syariah Islam dan mengedepankan kualitas produk yang beragam dan menarik dengan produk halal.

4.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Preferensi Nasabah (Y)

Pengujian hipotesis dapat dilihat pada uji T yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap preferensi nasabah signifikan, hal itu dapat dilihat dari nilai sig sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini juga didukung oleh nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{table} ($5.988 > 1,98552$). Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam menentukan baik buruknya preferensi nasabah. Hal ini dikarenakan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta memilih perbankan syariah tersebut memiliki kualitas pelayanan yang baik sehingga nasabah mampu mempertahankan preferensinya untuk memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Dengan adanya hasil ini dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta kepada nasabahnya, maka akan semakin baik pula preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta.

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang tidak dapat terpisahkan dari preferensi nasabah. Nasabah adalah konsumen yang paling haus pengalaman, ternyata bukan hanya nasabah dengan tingkat ekonomi yang cukup yang bisa menikmati suatu kualitas pelayanan yang tinggi mengikuti gaya hidup yang kekinian dan juga mempermudah transaksi yang diinginkan nasabah. Kualitas

pelayanan yang tinggi mencerminkan karyawan yang ramah, sabar, dan cekatan dalam melayani nasabahnya, lengkapnya fasilitas teknologi, lokasi ATM tersebar luas dan mudah dijangkau, dan gedung Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta menarik, nyaman dan menyenangkan. Nasabah yang mengikuti gaya hidup seperti ini semata-mata hanya untuk mendapat penghargaan dan pengakuan dari orang lain. Nasabah menganggap dengan mengikuti tren masa kini membuat mereka merasa lebih percaya diri sehingga mudah diterima oleh lingkungan dan menyebabkan terangkatnya harga dirinya. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Faqih (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah untuk menabung di Marhama dengan menggunakan uji statistik F dengan nilai signifikansi 0,002. Hasil uji t-statistik menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada taraf signifikansi 0,012. Hal ini dikarenakan nasabah menginginkan kualitas pelayanan yang tinggi untuk mempermudah dan menyelesaikan kebutuhan nasabah dengan tanggap.

Namun, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasanah (2019) tidak adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap preferensi menabung mahasiswa UMP pada bank syariah signifikan, artinya kualitas pelayanan di bank syariah tidak mempengaruhi preferensi mahasiswa UMP untuk menabung..

Dalam agama Islam, Allah SWT telah memerintahkan umatnya untuk sangat memperhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk. Hal ini tercermin dalam QS, At-taubah ayat 105:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ
فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ

“Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”

Sebagaimana yang tercantur pada tafsir oleh Tafsir Al-Muyassar / Kementerian Agama Saudi Arabia mengatakan bahwa: Dan katakanlah (wahai nabi), kepada orang-orang yang telah ikut berjihad,”berbuatlah kalian karena Allah dengan apa yang Dia ridoi dari ketaatan kepadaNya, dan menunaikan kewajibannya dan menjauhi maksiat kepadaNya, maka Allah akan melihat amal kalian, begitu pula rasulNya dan kaum mukminin, dan jati diri kalian akan menjadi jelas urusan kalian. Dan kalian akan dikembalikan pada hari kiamat kepada dzat yang mengetahui perkara rahasia dan perkara nyata dari kalian, lalu Dia akan memberitakan kepada kalian tentang apa yang dahulu kalian kerjakan. Dalam ayat ini termuat peringatan dan ancaman bagi orang yang tetap bertahan di atas kebatilan dan keangkuhannya. Begitu pula dengan bank syariah, dari pelayanan yang ada dalam operasional perbankan syariah memberikan

pelayanan yang baik-baik serta halal dan sesuai syariat Islam dengan mengacu pada ketentuan Al-Quran dan Hadits.

4.4.4 Pengaruh Religiusitas (X1), Produk (X2) dan Kualitas Pelayanan(X3)

Variabel religiusitas, produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Hal ini dibuktikan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 538.937 dengan nilai F_{table} adalah 2.70 sehingga nilai $F_{hitung} > F_{table}$ atau $538.937 > 2.70$, dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_4 diterima. Hal ini membuktikan bahwa variabel religiusitas (X1), produk (X2), dan kualitas pelayanan (X3) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Hal ini didukung penelitian Dewi (2018) menyatakan bahwa seluruh variabel independen variabel religi (X1), variabel faktor produk (X2), faktor kualitas pelayanan (X3) pada penelitian ini berpengaruh signifikan secara keseluruhan (simultan) terhadap variabel dependen yaitu preferensi nasabah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh religiusitas, produk, dan kualitas pelayanan terhadap preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta. Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa semakin baik religiusitas maka akan semakin baik pula preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta.
2. Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa semakin baik produk maka akan semakin baik pula preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, maka akan semakin baik pula preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta.
4. Religiusitas, produk, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah. Hasil ini dapat

disimpulkan bahwa semakin baik religiusitas, produk, dan kualitas pelayanan secara simultan, maka akan semakin baik pula preferensi nasabah memilih produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan beberapa saran yang berkaitan dengan kesimpulan dalam penelitian ini. Saran-saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen lainnya, untuk mengetahui variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu preferensi nasabah.
2. Hasil penelitian ini sekiranya dapat dijadikan acuan bagi penelitian lain untuk mengembangkan maupun mengoreksi dan melakukan perbaikan seperlunya.
3. Perbankan syariah disarankan untuk meningkatkan religiusitas, produk, serta menjaga kualitas pelayanannya sehingga memberi tingkat positif terhadap pengetahuan dan pemahaman nasabah yang memberikan dampak baik untuk kesejahteraan dan perkembangan perbankan syariah di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, A., Patrisia, D., Engriani, Y., Evanita, S., Yasri, Y., & Dastgir, S. (2020). Service quality, religiosity, customer satisfaction, customer engagement and Islamic bank's customer loyalty. *Journal of Islamic Marketing, Vol. 11 No*, 1691–1705. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2019-0044>
- Adiwarman A. Karim. (2007). *Ekonomi Mikro Islami*. Raja Grafindo Persada.
- Agustin, H. (2021). Teori Bank Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(1), 67–83. <https://doi.org/10.46367/jps.v2i1.279>
- Amri, K., Qurratul'aini, I., & Julianty, J. (2018). Preferensi nasabah memilih produk pembiayaan bank aceh syariah di Kota Banda Aceh. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1), 31–41.
- Andespa, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah. *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, 2(1), 43–57.
- Anisah, A., Habrianto, H., & Sucipto, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas, dan Persepsi terhadap Keputusan Menjadi Nasabah dengan Minat Sebagai Variabel Moderating. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 2(1), 87–110. <https://doi.org/10.56436/jocis.v2i1.184>
- Anshori, M., & Iswati, S. (2017). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Surabaya : Airlangga University Press, 2017.
- Ascarya, & Yumanita, D. (2005). *Bank Syariah: Gambaran Umum*.
- Azis, M. A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah. *Skripsi*, 141. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/23799>
- Cahyaningrum ika, & Indra P, I. M. (2019). *Cara Mudah Memahami Metodologi*

Penelitian. CV Budi Utama.

- Cantrell, B. W., & Yust., and C. G. (2018). The relation between religiosity and private bank outcomes. *Journal of Banking & Finance*, 91, 86–105. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2018.04.009>
- Darma, B. (2021). *STATISTIKA PENELITIAN MENGGUNAKAN SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)*. SPSS GUEPEDIA.
- Dawami, Q. (2020). Factors Influencing the Preference of Customers Towards Islamic Banking: Evidence from Malaysia. *Journal of Islamic Economic Laws*, 3(1), 48–67. <https://doi.org/10.23917/jisel.v3i1.10191>
- Dewi, A. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah di Kota Palopo. *Jurnal Akuntansi*, 04(02), 1–12.
- Faqih, F. Al. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung Nasabah Pada Tabungan Marhamah Pt Bank Sumut Kcp Syariah Karya. *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 22. <https://doi.org/10.32507/ajei.v11i1.506>
- Faruq, U., & Jennah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung pada Produk Tabungan Mudharabah di KSPPS BMT NU Cabang Camplong. *Mabny: Journal of Sharia Management and Business*, 3(01), 22–34. <https://doi.org/10.19105/mabny.v3i01.9111>
- Fathurrahman, A., & Azizah, U. (2018). Analisis Faktor-Faktor Preferensi Mahasiswa terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, Vol.1, No(0274), 99–121.
- Harahap, R. S. P. (2014). *Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Preferensi*

Masyarakat Pada Bank Syariah di Kota Medan. Pascasarjana UIN-SU.

Haris, H., & T, N. S. I. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Periklanan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus pada BTN Syariah Surakarta). *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v3i1.1-24>

Hasan, H. (2012). ANALISIS INDUSTRI PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA. *JURNAL DINAMIKA EKONOMI PEMBANGUNAN*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.14710/jdep.1.1.1-8>

Hasanah, F. (2019). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah. *BALANCE Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), 485. <https://doi.org/10.32502/jab.v4i1.1815>

Husein, U. (2003). *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa: Cara Mudah Melaksanakan Riset Perilaku Konsumen Jasa, Dilengkapi Dengan Contoh Riset Kecemasan, Kepuasan, Loyalitas, Kinerja, Serta Sikap Dan Perilaku Konsumen*. Ghalia Indonesia.

Igayani, R. Y. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi Universitas Nusantara PGRI Kediri 2018). *Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 14.

Ikhtisar Undang-Undang. (2008). *Ikhtisar Undang-Undang No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah*.

Ilfita, Khoiriyah, & Canggih, and C. (2021). The Influence of Sharia Financial Literacy, Religiosity, and Perception of Saving Students' Interest in Sharia Banks. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 3.2, 113–134. <https://doi.org/10.31538/ijse.v3i2.1010>

- Imsar. (2017). *Buku Diktat Ekonomi Mikro Islam*. UINSU.
- Indo'sek, I. S., Sissah, S., & Hafiz, A. P. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI PADA BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG JAMBI GATOT SUBROTO)*. UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.
- Jannah, R. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Terhadap Bank Syariah (Studi Pada PT. Bank Aceh Syariah Cabang Sigli)*. UIN Ar-Raniry.
- Jono M. Munandar, F. U. dan M. A. (2004). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN DI BOGOR. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian, Vol. 13 No(Vol. 13 No. 3 (2004): Jurnal Teknologi Industri Pertanian)*, p.98.
- Khasanah, U., & Wicaksono, A. T. S. (2021). Intermediary performance of Islamic banks in the disruption era: Does it contribute to economic growth? *Banks and Bank Systems, 16(1)*, 103–115.
- Kontot, Keria, Hamali, J., & Abdullah, and F. (2016). Determining Factors of Customers' Preferences: A Case of Deposit Products in Islamic Banking. *Procedia-Social and Behavioral Sciences, 224*, 167-175. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.435>
- McEachern, W. A. (1988). *Economics A contemporary Introduction*. South-Western.
- Mulazid, A. S., Mufraini, M. A., Saharuddin, D., & Wicaksono, A. T. S. (2020). ATTRIBUTES OF ISLAMIC BANK SERVICE QUALITY: A SURVEY TO MAP METROPOLITAN CUSTOMER SATISFACTION. *International Journal of Business and Society, Vol. 21 No*, 883–897.
- Nicholson, W. (2005). *Microeconomic Theory; Basic, Principles and Extensions*.

- Thomson Corporation.
- Philip, K., & Kevin, K. L. (2010). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Pearson Education.
- Rahmadani, R. (2019). *Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Masyarakat Terhadap Bank Syariah (Studi Kasus Perumahan Setia Kota Melati Tembung)*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Robert S Pindyck dan Daniel L Rubinfeld. (2018). *Microeconomics Ninth Edition*. Pearson Education.
- Simamora, B. (2003). *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilenkapi Dengan Perhitungan Manual & SPSS*. Kencana.
- Siyoto, S., & Sodik, M. al. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. literasi media publishing.
- Sugiarto, & Setio, H. (2021). *STATISTIKA TERAPAN UNTUK BISNIS DAN EKONOMI*. ANDI.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta., 2013.
- Sulistiono, A., & Alliah Khalifah Nur. (2015). PENGARUH PREFERENSI KONSUMEN DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 3(2), 133–138.
- Sulistyandari, Miyasto, TatikMariyanti, & Acep R Jayaprawira, Z. (2020). The Effect Of Sharia Services Quality And Religiosity On Trust Of Customers And Their

Implications On The Intention Of Savings In Sharia Banking In Riau Province.
International Journal of Business and Management Invention (IJBMI), Volume
9(3 Ser. III), PP 47-53.

Suliyanto. (2005). *Analisis data dalam aplikasi pemasaran*. Ghalia Indonesia.

Sumargo, B. (2020). *Teknik Sampling*. UNJ Press.

Taufik, I. (2010). *Kamus Praktis Bahasa Indonesia*. Ganeca Exact.

Undang-Undang Republik Indonesia. (1992). *Undang- Undang Republik Indonesia
Nomor 7 Tahun 1992*.

Widjoyo, S. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap
Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya.
Jurnal Manajemen Pemasaran, 2(1), 1–9.

Wijaya, Suparna; Rahayu, F. . (2021). *PENGHINDARAN PAJAK : AGRESIVITAS
TRANSFER PRICING, NEGARA LINDUNG PAJAK, DAN KEPEMILIKAN
INSTITUSION*. Guepedia.

Zainal, V. R., Ramly, H. M., Mutis, T., & Arafah, W. (2018). *Ekonomi Mikro Islam*.
Bumi Aksara.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

KUESIONER

Penelitian Skripsi dengan Judul

“Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Memilih Produk Bank Syariah Indonesia (Studi Pada BSI KCP Malang Soekarno Hatta)”

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraakatuh

Bapak/Ibu Yang Terhormat,

Dalam rangka penyusunan tugas akhir/skripsi pada program strata1 (S1) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, saya:

Nama : Asta Adiluhung

Nim : 19540114

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Perbankan Syariah

Bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Nasabah Memilih Produk Bank Syariah Indonesia (Studi Pada BSI KCP Malang Soekarno Hatta)” Sehubungan dengan hal tersebut saya memohon bantuan dari Bapak/Ibu sekalian untuk meluangkan waktunya mengisi kuesioner penelitian ini. Saya sangat mengharapkan agar kuesioner ini diisi dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Jawaban dari Bapak/Ibu hanya digunakan untuk penelitian, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan hati-hati. Atas kesediaan dan partisipasi dari Bapak/Ibu dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraakatuh

Hormat Saya,

Asta Adiluhung

KUSIONER

“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI NASABAH MEMILIH PRODUK BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI PADA BSI KCP MALANG SOEKARNO HATTA)”

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : P / L
3. Umur : Tahun
4. Pendidikan :

- | | |
|--------------------------|--------------------|
| <input type="checkbox"/> | Sekolah Dasar |
| <input type="checkbox"/> | SMP / MTS |
| <input type="checkbox"/> | SMA / SMU / ALIYAH |
| <input type="checkbox"/> | Diploma |
| <input type="checkbox"/> | S1 |
| <input type="checkbox"/> | S2 |
| <input type="checkbox"/> | S3 |

5. Pekerjaan :

- | | |
|--------------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> | Pelajar / Mahasiswa |
| <input type="checkbox"/> | Pegawai Negeri |
| <input type="checkbox"/> | Pegawai Swasta |
| <input type="checkbox"/> | Wiraswasta |
| <input type="checkbox"/> | Lainnya, |

PETUNJUK PENGISIAN

Anda dapat memilih salah satu jawaban yang paling tepat dengan memberikan tanda silang (X) pada kotak jawaban yang sesuai dengan pilihan anda. 5 Kelompok alternative jawaban sebagai berikut:

1. = Sangat Tidak Setuju (STS)

2. = Tidak Setuju (TS)

3. = Netral (N)

4. = Setuju (S)

5. = Sangat Setuju (SS)

NO	KETERANGAN	1 (STS)	2 (TS)	3 (N)	4 (S)	5 (SS)
PREFERENSI NASABAH						
1	Produk Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta lebih unggul dan menguntungkan sehingga dapat menarik minat nasabah					
2	Pelayanan dan jasa pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta mampu memberikan kelancaran dalam segala transaksi					
3	Pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta Cabang mampu memberikan informasi yang mudah di pahami kepada nasabah					
4	Pegawai Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta berpenampilan rapi serta menarik sehingga dapat menarik minat nasabah					
5	Karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta peduli dan mampu dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi nasabah					
6	Saya memilih menjadi nasabah bank syariah dengan pertimbangan yang sangat matang.					
RELIGIUSITAS						
1	Segala macam transaksi pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta telah sesuai dengan syariat islam					
2	Bertransaksi dengan Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta dapat terhindar dari riba					
3	Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta menawarkan produk yang halal dan telah diakui oleh Majelis Ulama Indonesia					
4	Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta menerapkan sistem bagi hasil yang lebih adil dan menentramkan					

5	Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta hanya menginvestasikan pembiayaan pada bisnis yang halal					
PRODUK						
1	Produk-produk pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta beragam, menarik, dan inovatif					
2	Fitur-fitur pendukung pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta dapat memberikan keuntungan bagi nasabahnya					
3	Pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta nasabah dapat memperoleh bagi hasil yang sesuai dengan harapan					
4	Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan ekonomi nasabah					
KUALITAS PELAYANAN						
1	Sarana pelayanan saat bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta lengkap.					
2	Lengkapya fasilitas teknologi pada Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta sehingga memudahkan segala transaksi					
3	Lokasi ATM tersebar luas dan mudah dijangkau.					
4	Gedung Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta menarik, nyaman, dan menyenangkan					
5	Karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta ramah, sabar, dan cekatan dalam melayani nasabah					

Lampiran 2: Data Penelitian

1. Religiusitas

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
1	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5
3	4	3	3	4	4
4	5	5	1	2	4
5	5	5	5	5	5
6	5	3	4	3	4
7	3	3	4	3	3
8	5	5	5	5	5
9	4	3	4	3	4
10	5	5	5	5	5
11	3	2	3	3	3
12	5	3	3	3	3
13	3	4	4	4	4
14	5	5	5	5	5
15	4	4	4	4	4
16	3	3	4	5	3
17	4	3	3	3	3
18	4	5	5	5	5
19	3	3	3	3	3
20	5	5	5	5	5
21	4	4	4	4	4
22	3	3	3	3	3
23	4	3	5	4	4
24	4	4	5	4	4
25	3	1	1	3	2
26	4	3	4	2	3
27	3	3	3	3	3
28	2	3	4	5	5
29	4	4	4	4	4

30	4	4	4	4	4
31	4	4	5	5	5
32	5	5	5	5	5
33	4	4	4	4	4
34	1	1	1	1	1
35	3	5	3	5	3
36	5	5	5	5	5
37	4	2	4	4	4
38	4	3	4	4	4
39	4	4	4	4	4
40	4	4	4	3	4
41	4	3	3	3	3
42	5	5	5	5	5
43	5	5	5	5	5
44	4	3	4	4	3
45	4	3	4	4	4
46	5	4	3	4	4
47	2	2	3	3	3
48	4	4	4	4	4
49	3	3	4	3	2
50	2	3	5	4	5
51	4	4	4	4	5
52	3	4	3	4	4
53	5	5	5	5	5
54	3	4	3	3	3
55	3	4	4	4	5
56	4	4	4	4	4
57	3	4	3	4	4
58	1	1	1	1	1
59	4	5	4	4	4
60	4	4	4	4	4
61	4	4	4	4	4
62	5	3	4	4	4

63	5	5	5	5	5
64	3	5	3	4	2
65	4	4	4	4	4
66	5	5	5	5	5
67	4	5	4	5	3
68	4	4	4	4	5
69	5	5	3	4	4
70	2	2	2	2	2
71	5	5	5	5	5
72	3	3	3	3	3
73	5	5	5	5	5
74	5	5	5	5	5
75	5	3	4	4	5
76	5	5	5	4	4
77	4	4	4	4	4
78	4	4	4	5	5
79	4	3	4	3	4
80	3	3	4	4	3
81	4	5	4	4	3
82	3	2	3	4	2
83	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5
85	3	2	3	2	3
86	3	3	3	3	3
87	4	4	5	4	5
88	5	3	5	5	5
89	3	3	4	4	3
90	3	2	3	3	2
91	5	5	5	5	5
92	4	3	4	4	4
93	5	4	4	4	4
94	3	3	3	3	4
95	5	3	3	3	3

96	4	3	3	3	3
97	4	4	4	5	3
98	4	5	5	5	4
99	5	4	5	4	5
100	5	5	5	4	4
101	4	3	4	4	3
102	5	5	5	5	5
103	4	3	4	4	4
104	2	3	4	4	3
105	3	3	3	4	3
106	3	4	5	3	4
107	3	3	3	3	3
108	5	5	5	5	5
109	4	5	3	4	3
110	4	5	5	4	5
111	4	3	3	3	3

2. Produk

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
1	5	5	5	5
2	5	5	5	5
3	4	4	3	5
4	5	5	4	4
5	5	5	5	5
6	4	4	4	5
7	5	3	3	3
8	5	5	5	5
9	4	3	4	4
10	5	5	5	5
11	3	3	3	4
12	4	3	3	4
13	4	4	4	4

14	1	5	2	5
15	4	4	4	4
16	4	4	3	5
17	3	3	3	3
18	5	5	5	4
19	4	2	3	3
20	5	5	5	5
21	4	4	4	4
22	3	3	3	3
23	4	4	4	4
24	5	5	4	4
25	3	3	3	2
26	4	3	2	3
27	3	3	3	3
28	4	3	4	4
29	4	4	4	4
30	4	4	4	4
31	5	4	4	5
32	5	5	5	5
33	4	4	4	3
34	1	1	1	1
35	3	3	3	3
36	5	5	5	5
37	4	4	4	4
38	4	4	4	4
39	4	4	4	4
40	4	5	5	5
41	4	3	3	3
42	5	5	5	5
43	5	5	5	5
44	4	4	4	4
45	5	4	3	3
46	3	4	4	4

47	4	3	3	3
48	4	4	4	4
49	5	5	2	2
50	4	5	4	5
51	5	5	3	5
52	4	4	3	4
53	5	5	5	5
54	3	3	3	3
55	4	4	3	5
56	5	5	4	4
57	4	5	4	3
58	1	1	1	1
59	5	5	5	5
60	4	4	4	4
61	4	4	4	4
62	4	5	3	4
63	5	5	5	5
64	5	4	3	5
65	4	4	4	4
66	5	5	5	5
67	4	4	3	5
68	5	4	4	4
69	3	4	3	3
70	2	2	2	2
71	5	5	5	5
72	4	4	3	4
73	5	5	5	5
74	5	5	5	5
75	5	4	5	5
76	3	5	4	4
77	4	4	4	4
78	5	4	5	4
79	4	4	3	4

80	4	4	4	3
81	2	4	5	4
82	2	2	4	2
83	5	5	5	5
84	5	5	5	5
85	3	3	3	3
86	3	3	3	3
87	5	5	5	5
88	2	4	5	5
89	4	4	4	4
90	2	3	3	1
91	5	5	5	5
92	4	4	4	4
93	4	4	4	4
94	3	3	3	3
95	3	3	4	3
96	3	4	3	3
97	4	5	4	4
98	5	4	5	5
99	3	4	5	5
100	4	4	4	4
101	4	3	4	4
102	5	5	5	5
103	5	4	4	4
104	4	3	4	4
105	3	3	3	3
106	5	3	4	5
107	3	3	3	3
108	5	5	5	5
109	3	4	3	4
110	5	4	4	4
111	3	3	3	3

3. Kualitas Pelayanan

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
1	5	4	5	5	5
2	5	5	4	5	5
3	5	2	4	1	1
4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
6	4	4	4	4	4
7	2	4	2	4	4
8	5	5	5	5	5
9	4	4	4	4	4
10	5	5	5	5	5
11	4	4	3	4	3
12	4	4	4	4	4
13	4	4	3	3	3
14	2	5	5	5	5
15	4	4	3	4	4
16	4	4	3	4	5
17	4	5	3	3	5
18	5	5	5	4	5
19	3	3	4	3	3
20	5	5	5	5	5
21	4	4	3	4	4
22	3	3	3	3	3
23	3	4	5	5	5
24	4	4	4	4	5
25	2	2	2	3	2
26	5	4	2	4	5
27	3	3	3	3	3
28	4	4	4	3	4
29	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4

31	5	5	4	4	5
32	5	5	5	4	5
33	4	4	3	3	4
34	1	1	1	1	1
35	3	3	3	3	3
36	5	5	5	5	5
37	4	4	4	5	4
38	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4
40	5	5	4	5	5
41	3	3	3	4	4
42	5	5	5	5	5
43	5	5	5	5	5
44	3	4	3	3	4
45	2	2	3	3	4
46	4	4	3	4	4
47	2	3	1	3	4
48	4	4	4	4	4
49	3	3	2	5	4
50	3	4	5	5	3
51	5	3	4	4	4
52	4	3	2	4	3
53	4	5	5	5	5
54	3	3	3	3	3
55	4	4	2	4	4
56	5	5	4	4	4
57	4	3	3	3	4
58	1	1	1	1	1
59	5	5	5	5	5
60	4	3	4	5	4
61	4	4	4	4	4
62	5	3	3	3	3
63	5	5	5	5	5

64	5	4	3	5	5
65	4	4	4	4	4
66	5	5	5	5	5
67	4	3	5	4	3
68	4	5	4	4	4
69	3	4	5	5	4
70	2	2	2	2	2
71	5	5	5	5	5
72	3	4	2	4	4
73	5	5	5	5	5
74	5	5	5	5	5
75	5	5	5	5	5
76	4	4	3	4	4
77	4	4	4	4	5
78	4	4	4	4	4
79	4	4	3	3	4
80	4	4	2	4	5
81	5	5	5	4	2
82	3	2	2	2	2
83	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5
85	3	3	3	3	2
86	3	3	3	3	3
87	5	5	5	5	5
88	3	5	5	2	4
89	4	4	4	4	4
90	4	3	3	3	3
91	5	5	5	5	5
92	4	4	5	5	5
93	5	4	4	5	4
94	3	3	3	3	3
95	5	5	5	5	4
96	4	4	4	5	5

97	5	4	5	5	5
98	4	5	5	4	5
99	4	3	3	4	5
100	3	3	3	4	4
101	4	4	2	3	4
102	5	5	5	5	5
103	3	3	2	3	3
104	4	4	3	3	4
105	3	3	3	3	5
106	3	4	5	3	4
107	3	3	3	3	3
108	5	5	5	5	5
109	5	5	4	5	4
110	4	4	3	3	5
111	3	3	4	3	3

4. Preferensi Nasabah

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
1	4	4	4	5	5	5
2	4	5	5	5	5	5
3	3	2	4	3	4	4
4	4	5	3	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5
6	3	4	4	3	3	4
7	3	4	4	4	4	3
8	5	5	5	5	5	5
9	4	5	5	4	5	4
10	5	5	5	5	5	5
11	3	3	4	4	4	3
12	5	5	5	5	5	5
13	4	4	4	4	4	4
14	4	5	5	5	2	5

15	5	5	4	4	4	4
16	3	3	3	4	3	4
17	3	4	4	4	4	3
18	4	5	5	5	4	5
19	3	4	3	4	3	3
20	5	5	5	5	5	5
21	4	4	4	4	4	4
22	3	3	3	3	3	3
23	4	5	5	5	5	4
24	3	4	4	5	5	4
25	2	2	2	3	1	2
26	3	4	4	3	4	4
27	3	3	3	3	3	3
28	3	4	4	5	4	3
29	3	4	3	4	3	4
30	4	4	4	4	4	4
31	4	4	5	5	5	4
32	5	5	4	5	5	5
33	3	3	5	5	4	4
34	1	1	1	1	1	1
35	3	3	3	3	3	3
36	5	5	5	5	5	5
37	3	4	4	4	5	4
38	4	4	4	4	3	4
39	4	4	4	4	4	4
40	5	4	4	4	4	4
41	3	4	4	4	3	3
42	3	5	5	5	5	5
43	5	5	5	5	5	5
44	5	5	5	5	4	5
45	4	4	4	4	5	3
46	5	4	5	4	4	5
47	3	1	5	4	3	3

48	4	4	4	4	4	4
49	4	2	2	5	3	3
50	4	4	5	3	5	5
51	3	4	2	3	4	4
52	3	3	3	4	4	4
53	5	4	4	5	5	5
54	3	4	4	3	3	3
55	4	3	4	5	4	5
56	5	5	5	5	5	4
57	5	5	4	4	5	3
58	1	1	1	1	1	1
59	5	4	4	5	4	4
60	4	5	5	5	5	5
61	4	4	4	4	4	4
62	4	3	5	4	4	4
63	5	5	5	5	5	5
64	4	4	3	5	4	3
65	4	4	4	4	4	4
66	5	5	5	5	5	5
67	4	5	4	5	4	5
68	4	4	4	5	4	5
69	5	4	4	4	5	5
70	2	2	2	2	2	2
71	5	5	5	5	5	5
72	4	4	4	3	4	4
73	5	4	4	5	5	5
74	4	5	5	5	5	5
75	4	4	5	5	5	5
76	4	5	4	4	4	4
77	4	4	4	4	4	4
78	4	4	4	4	4	4
79	3	4	3	4	4	3
80	3	4	4	5	4	4

81	4	4	3	5	4	2
82	3	3	3	3	3	3
83	5	5	5	5	5	5
84	5	5	5	5	5	5
85	3	3	3	3	3	3
86	3	3	3	3	3	5
87	5	5	5	5	5	5
88	5	3	4	5	1	3
89	4	4	4	4	4	4
90	3	2	4	2	3	3
91	5	5	5	5	5	5
92	4	4	4	5	5	4
93	4	4	5	4	4	4
94	4	4	4	3	3	3
95	4	5	5	5	4	4
96	3	3	3	4	5	3
97	4	3	4	4	4	4
98	5	5	5	5	4	5
99	3	4	4	4	3	4
100	3	4	4	4	4	5
101	4	4	4	4	4	4
102	5	5	5	5	5	5
103	4	4	3	3	4	3
104	3	5	5	4	4	3
105	3	3	3	3	3	3
106	3	4	5	3	4	5
107	3	3	4	3	3	3
108	5	5	5	5	5	5
109	4	3	5	3	5	4
110	3	4	4	5	4	4
111	3	3	3	4	3	3

Lampiran 3: Hasil Output SPSS Version 26

Uji Validitas Religiusitas

		Correlations					X1.TO
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.662**	.592**	.567**	.669**	.810**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	111	111	111	111	111	111
X1.2	Pearson Correlation	.662**	1	.640**	.710**	.672**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	111	111	111	111	111	111
X1.3	Pearson Correlation	.592**	.640**	1	.763**	.781**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	111	111	111	111	111	111
X1.4	Pearson Correlation	.567**	.710**	.763**	1	.718**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	111	111	111	111	111	111
X1.5	Pearson Correlation	.669**	.672**	.781**	.718**	1	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	111	111	111	111	111	111
X1.TOTAL	Pearson Correlation	.810**	.861**	.875**	.869**	.891**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	111	111	111	111	111	111

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

Uji Validitas Produk

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X.TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.659**	.614**	.632**	.841**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000

	N	111	111	111	111	111
X2.2	Pearson Correlation	.659**	1	.674**	.737**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	111	111	111	111	111
X2.3	Pearson Correlation	.614**	.674**	1	.707**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	111	111	111	111	111
X2.4	Pearson Correlation	.632**	.737**	.707**	1	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	111	111	111	111	111
X.TOTAL	Pearson Correlation	.841**	.881**	.861**	.888**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	111	111	111	111	111

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

Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.710**	.612**	.615**	.576**	.818**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	111	111	111	111	111	111
X3.2	Pearson Correlation	.710**	1	.712**	.726**	.764**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	111	111	111	111	111	111
X3.3	Pearson Correlation	.612**	.712**	1	.651**	.537**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	111	111	111	111	111	111
X3.4	Pearson Correlation	.615**	.726**	.651**	1	.744**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000

	N	111	111	111	111	111	111
X3.5	Pearson Correlation	.576**	.764**	.537**	.744**	1	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	111	111	111	111	111	111
X3.TOTAL	Pearson Correlation	.818**	.912**	.831**	.872**	.843**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	111	111	111	111	111	111

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

Uji Validitas Preferensi Nasabah

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y.TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.691**	.647**	.677**	.637**	.683**	.850**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	111	111	111	111	111	111	111
Y2	Pearson Correlation	.691**	1	.661**	.664**	.684**	.674**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	111	111	111	111	111	111	111
Y3	Pearson Correlation	.647**	.661**	1	.618**	.648**	.723**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	111	111	111	111	111	111	111
Y4	Pearson Correlation	.677**	.664**	.618**	1	.616**	.638**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	111	111	111	111	111	111	111
Y5	Pearson Correlation	.637**	.684**	.648**	.616**	1	.674**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	111	111	111	111	111	111	111
Y6	Pearson Correlation	.683**	.674**	.723**	.638**	.674**	1	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	111	111	111	111	111	111	111

Y.TOTA	Pearson Correlation	.850**	.862**	.843**	.826**	.841**	.863**	1
L	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	111	111	111	111	111	111	111

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

Uji Realibilitas

Uji Realibilitas Religiusitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.912	.913	5

Uji Realibilitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.890	.891	4

Uji Realibilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items

.906	.908	5
------	------	---

Uji Realibilitas Preferensi Nasabah

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.922	.922	6

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.11313299
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.079
	Negative	-.092
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.059 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a				t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					

(Constant)	2.540	.550		4.620	.000		
RELIGIUSITAS	.315	.066	.293	4.770	.000	.155	6.439
PRODUK	.512	.090	.380	5.694	.000	.132	7.601
KUALITAS PELAYANAN	.359	.060	.337	5.988	.000	.185	5.394

a. Dependent Variable: PREFERENSI NASABAH

Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	2.790	.663		4.207	.000
	Religiusitas	-.098	.074	-.294	-1.332	.186
	Produk	.072	.099	.169	.725	.470
	Kualitas Pelayanan	-.029	.062	-.088	-4.464	.643

a. Dependent Variable: RES2

Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Parsial (t)

Model		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2063.811	3	687.937	538.035	.000 ^b
	Residual	120.189	94	1.279		
	Total	2184.000	97			

a. Dependent Variable: Preferensi Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Religiusitas, Produk

Uji Simultas (f)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta				

1	(Constant)	2.540	.550		4.620	.000
	Religiusitas	.315	.066	.293	4.770	.000
	Produk	.512	.090	.380	5.694	.000
	Kualitas Pelayanan	.359	.060	.337	5.988	.000

a. Dependent Variable: Preferensi Nasabah

Uji Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.972 ^a	.945	.943	1.13076

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Religiusitas, Produk

Lampiran 4: Dekomentasi Penyebaran Kuisioner dan Wawancara di Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soetta







Wawancara bersama nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Malang Soekarno Hatta, Faris asal Jakarta.

Lampiran 5: Surat Keterangan Bebas Plagiarisme



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 Hesty Budianto, Lc., M.Si
NIP : 198908082020121002
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : ASTA ADILUHUNG
NIM : 19540114
Konsentrasi : Entrepreneur
Judul Skripsi : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI NASABAH MEMILIH PRODUKBANK SYARIAH INDONESIA (STUDI PADA BSI KCP MALANG SOEKARNO HATTA)**

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

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
19%	20%	0%	2%

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

Malang, 9 Desember 2023

UP2M



Eka Wahyu Hesty Budianto, Lc., M.Si

Lampiran 6: Biodata Penelitian

BIODATA PENELITI



Nama Lengkap : Asta Adiluhung
Tempat, Tanggal Lahir : Duri, 17 November 1997
Alamat Asal : JL. Gajah Mada Km 06 Talang Mandi kec Mandau Riau
Nomor Telepon : 085933540641
Email : astaadiluhung@gmail.com

Pendidikan Formal

2004 - 2010 : SD Negeri 03 Mandau
2010 - 2013 : SMP Negeri 02 Mandau
2014 - 2018 : Pondok Pesantren Darussalam Gontor
2019 – Sekarang : S1 – Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2019 - 2020 : Progam Khusus Perkuliahan Bahasa Arab (PKPBA) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

2020 - 2021 : *English Learning Center* (ELC) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Lampiran 7: Rekapian 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 : 19540114
Nama : ASTA ADILUHUNG
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Perbankan Syariah
Dosen Pembimbing : Dr. Fani Firmansyah, SE., MM
Judul Skripsi : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI NASABAH MEMILIH PRODUK BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI PADA BSI KCP MALANG SOEKARNO HATTA)

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	4 Juli 2023	Bimbingan pertama, menjelaskan masalah yang akan diteliti diarahkan dengan memulai dari bab I memperbaiki apa saja yang masih kurang dan sebagainya	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
2	9 Juli 2023	Bimbingan koreksi keseluruhan dari bab I, bab II, dan bab III untuk menambah melengkapi kajian pustaka, selanjutnya memperbanyak penelitian terdahulu	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
3	17 Juli 2023	Bimbingan kedua memperbaiki bab I tambahan untuk Gap Research per variabel dan memperbaiki objek penelitian fokusnya ke Bank BSI dimana	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
4	7 Agustus 2023	Bimbingan untuk menambah rumusan masalah yang masih kurang yaitu secara simultan keseluruhan variabel dan variabel mana yang paling dominan	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
5	14 Agustus 2023	Bimbingan untuk mengoreksi yang sudah di revisi dan diperbaiki dan persetujuan dosen untuk lanjut ke diskusi proposal skripsi	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
6	16 Oktober 2023	Bimbingan revisian hasil catatan ketika seminar proposal	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi

7	1 November 2023	Bimbingan bab 4, dan 5 penelitian dan pembahasan	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
8	6 Desember 2023	Revisian keseluruhan bab, di perbaiki kata-kata dan nama tabel dipindah ke atas	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
9	7 Desember 2023	Seminar hasil bersama dosen pembimbing	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi

Malang, 7 Desember 2023

Dosen Pembimbing



Dr. Fani Firmansyah, SE., MM