

**PENGARUH FAKTOR KEAGAMAAN DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA BANK  
SYARIAH**

Lia Aprilia<sup>1</sup>, Monica Maulida Widiastuti<sup>2</sup>, R.A Amanda Putri S.S<sup>3</sup>, Serly Nufia Juliana<sup>4</sup> Adhitya Putri Pratiwi

<sup>123456</sup>**Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang**

\*E-mail: [momonmonic.mm@gmail.com](mailto:momonmonic.mm@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor keagamaan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah cabang pamulang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *kuantitatif* dengan ukuran sample 30 nasabah Bank Mandiri Syariah Cabang Pamulang. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer dengan melakukan pengisian kuesioner yang di berikan kepada nasabah bank mandiri syariah cabang panulang. Berdasarkan hasil penelitian, maka didapatkan temuan bahwa faktor keagamaan dan kualitas pelayanan berpengaruh pada keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. semakin tinggi tingkat keagamaan dan semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank maka akan semakin tinggi minat nasabah menggunakan jasa Bank Mandiri Syariah Cabang Pamulang.

Kata Kunci : keagamaan, kualitas pelayanan, keputusan nasabah

**ABSTRACT**

*This research aims to determine the role of religious factors and service quality influence the customer's decision to use the services of the Pamulang branch of Islamic banks . The research method used in this study is quantitative with a sample size of 30 customers of Bank Mandiri Syariah Pamulang Branch. The data collected in this study are primary data by filling out a questionnaire that was given to panulang branch Mandiri Islamic bank customers. Based on the results of the study, it was found that religious factors and service quality influence the customer's decision to use the services of Islamic banks. the higher the level of religion and the higher the level of quality of services provided by banks, the higher the interest of customers using the services of Bank Mandiri Syariah Pamulang Branch.*

*Keywords : religion, service quality, customer decisions*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan industri yang semakin modern pada saat ini membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama dalam dunia usaha. Banyak sekali perusahaan yang mulai muncul dan berkembang mulai dari perusahaan kecil maupun perusahaan besar. Banyaknya perusahaan yang berkembang membuat persaingan yang semakin ketat, tak terkecuali dalam dunia perbankan.

Industri perbankan merupakan salah satu komponen sangat penting dalam perekonomian nasional. Krisis moneter yang melanda Indonesia beberapa tahun yang lalu berdampak besar pada industri perbankan. Pelaksanaan likuidasi terhadap enam belas bank swasta nasional pada bulan Oktober 1997 menimbulkan krisis kepercayaan masyarakat terhadap industri perbankan nasional. Meskipun pemerintah menjamin keamanan dana yang disimpan nasabah baik di bank pemerintah maupun di bank swasta nasional melalui pengumuman pada tanggal 27 Januari 1998, dampak likuidasi tidak terelakkan. Para nasabah terdorong untuk menarik dana mereka secara besar-besaran (Bank rush) dari perbankan nasional karena khawatir dengan adanya kemungkinan pelaksanaan likuidasi lanjutan yang akan membahayakan keamanan dana yang mereka simpan tersebut.

Bank merupakan salah satu lembaga perusahaan yang bergerak di bidang keuangan. Pada umumnya lembaga keuangan di Indonesia sendiri terbagi menjadi dua, yaitu perbankan konvensional dan perbankan syariah. Ketika bank syariah pertama kali berkembang, baik di tanah air maupun mancanegara, seringkali dikatakan bahwa bank syariah adalah bank bagi hasil. Hal ini dilakukan untuk membedakan bank syariah dengan bank konvensional yang beroperasi dengan sistem bunga dan memang sesungguhnya bagi hasil adalah merupakan bagian dari sistem operasi bank syariah.

Bank syariah atau bank Islam adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip Islam, yaitu perjanjian/ akad antara bank dengan pihak lain yakni nasabah berdasarkan hukum Islam. Bank Islam melaksanakan praktik perbankan dengan menggunakan prinsip syariah Islam, yaitu tidak melaksanakan sistem bunga atau riba.

Menurut Yudiana (2014: 1) bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi untuk memperlancar mekanisme perekonomian terutama disektor riil. Bank syariah merupakan suatu lembaga intermediasi antara pihak yang kelebihan dana dengan pihak lain yang membutuhkan dana. Peran bank syariah menjadi sangat sentral karena disini penghimpunan dana haruslah seimbang dengan dana yang disalurkan. Sebagai bank yang berbasis syariah tentunya berhubungan dengan tuntutan syariah, dimana bukan hanya profit dunia saja yang diperhitungkan melainkan tanggung jawab kepada Allah juga menjadi perhitungan utama bagi perbankan syariah.

Di Indonesia sendiri bank syariah sudah mulai beroperasi sejak tahun 1992, yang dimulai dengan beroperasinya Bank Muamalat Indonesia. Bank syariah diatur secara formal sejak diamanemennya UU No.7 tahun 1992 dengan UU No.10 tahun 1998 dan UU No.23 tahun 1999 (Mangani, 2009:34). Perkembangan bank syariah di Indonesia sendiri sudah mulai berkembang pesat. Jumlah aset yang dimiliki bank syariah sudah mulai berkembang dalam empat tahun terakhir dan jumlah bank dan kantor yang dimiliki sudah mulai memadai. Menurut Kotler (2009 : 166-183) perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain: faktor budaya, kelas sosial, keluarga, status, kelompok, usia, pekerjaan, gaya hidup dan lain-lain. Faktor-faktor tersebut yang akan menjadi penunjuk bagi pemasar untuk memasarkan produknya secara efektif.

Dalam membentuk perilaku konsumen selain faktor-faktor yang berpengaruh yang telah disebutkan tadi, ada faktor lain yang juga berpengaruh yaitu faktor keagamaan. Menurut Harun Nasution yang dikutip Jalaluddin (2011: 12) pengertian agama berasal dari kata, yaitu: al-Din, religi (relegere, religare) dan agama. Al-Din (semit) berarti undang-undang atau hukum. Di dalam Islam sendiri, konsumen muslim lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir dan tidak tamak. Hal ini diharapkan kehidupan konsumen muslim selamat, baik di dunia maupun di akhirat.

Pelayanan yang memuaskan juga mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah. Karena pelayanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan tersendiri bagi nasabah. Parasuraman, dkk (1985) dalam (Khatimah, 2011:10) mengungkapkan kualitas pelayanan sebagai suatu bentuk penilaian terhadap tingkat pelayanan yang diterima (perceived service) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (expected service). Kualitas pelayanan bagi sebuah bank dapat memiliki pengaruh untuk mendatangkan nasabah baru dan mengurangi kemungkinan nasabah lama berpindah ke perusahaan lain. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepercayaan bagi nasabah untuk tetap menggunakan jasa dalam sebuah bank syariah. Secara umum calon nasabah tentu memilih bank yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan. Setiap nasabah akan memperhatikan dan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu untuk memutuskan menggunakan jasa bank syariah. Nasabah akan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk mencari kepuasan dalam menyimpan dananya di bank, karena bagaimanapun konsumen dalam perilakunya akan mencari kepuasan yang maksimal dalam memenuhi kebutuhannya.

Keputusan merupakan salah satu hal yang penting bagi perusahaan. Keputusan adalah suatu hal yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa, berarti keputusan merupakan

pilihan yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan. Di dalam dunia perbankan sendiri keputusan nasabah juga merupakan hal yang penting. Keputusan nasabah adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa atau suatu keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi dan melakukan evaluasi alternatif yang menyebabkan timbulnya keputusan. Bagaimana perusahaan menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaan dapat berkembang merupakan masalah utama yang dihadapi oleh lembaga keuangan syariah. Strategi pemasaran yang tepat sangat diperlukan demi terwujudnya tujuan tersebut dikarenakan pemasaran merupakan hal yang penting dalam setiap kegiatan yang berhubungan langsung dengan konsumen.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **LANDASAN TEORI**

#### **Teori Agama**

#### **Definisi Agama**

Menurut Elizabeth K. Nottingham dalam buku Jalaludin, agama adalah gejala yang begitu sering "terdapat di mana-mana", dan agama berkaitan dengan usaha-usaha manusia untuk mengukur dalamnya makna dari keberadaan diri sendiri dan keberadaan alam semesta. Selain itu agama dapat membangkitkan kebahagiaan batin yang paling sempurna dan juga perasaan takut dan ngeri. Meskipun perhatian tertuju kepada adanya suatu dunia yang tak dapat dilihat (akhirat), namun agama melibatkan dirinya dalam masalah-masalah kehidupan sehari-hari di dunia.

Menurut Goode dalam buku Bryan S. Turner secara umum, perdebatan tentang definisi agama bisa dilihat dari berbagai sisi dasar konseptual. Misalnya, ada perbedaan mendasar antara perspektif reduksionis dengan non-reduksionis. Perspektif yang pertama cenderung melihat agama sebagai

epifenomena, sebuah refleksi atau ekspresi dari sisi yang lebih dasariah dan permanen yang ada dalam perilaku individu dan masyarakat manusia. Penulis-penulis semacam Pareto, Lenin, Freud dan Engels memandang agama sebagai produk atau refleksi mental dari kepentingan ekonomi, kebutuhan biologis atau pengalaman ketertindasan kelas. Implikasi pandangan reduksionis ini adalah kesimpulan yang mengatakan keyakinan-keyakinan religius sama sekali keliru, karena yang diacu adalah kriteria-kriteria saintifik atau positifistik. Oleh karenanya memegang keyakinan religius adalah tindakan irrasional, karena yang dirujuk adalah kriteria logis pemikiran. Implikasi terakhir reduksionisme kaum positivistik adalah bahwa agama dilihat sebagai aktivitas kognitif nalar individu yang karena satu dan lain sebab, telah salah kaprah memahami hakikat kehidupan empiris dan sosial.

Sedangkan menurut Max Muller dalam buku Allan Menzies mengatakan bahwa "Agama adalah suatu keadaan mental atau kondisi pikiran yang bebas dari nalar dan pertimbangan sehingga menjadikan manusia mampu memahami Yang Maha Tak Terbatas melalui berbagai nama dan perwujudan. Tanpa kondisi seperti ini . . . . tidak akan ada agama yang muncul".

Definisi ini mengindikasikan bahwa hanya ada satu cara agar manusia bisa meyakini keberadaan Yang Maha Tinggi, yakni dengan menemukan sesuatu yang bisa membantu mereka melewati batasan-batasan nalar dan yang tidak mereka pahami melalui sebuah proses intelektual. Definisi Muller yang mengesampingkan sisi praktikal dan elemen pemujaan dari agama ini bisa dibilang sangat fatal. Hal ini karena sebuah agama tidak akan muncul tanpa ada keduanya. Pada karya-karya berikutnya, Muller mengoreksi definisinya tersebut setelah mendapat kritikan dari sejumlah ilmuwan. Ia memodifikasi definisi tersebut menjadi, "Agama terbentuk dalam pikiran sebagai sesuatu yang tak tampak yang dapat memengaruhi karakter moral dari seorang manusia".

Dalam definisi ini, Muller mengakui bahwa pemujaan atau kegiatan-kegiatan praktis di mana manusia menunjukkan karakter moralnya dalam bentuk ketakutan, rasa terima kasih, cinta, rasa bersalah, ini semua adalah bagian esensial dari agama, dan persepsi manusia tentang sesuatu yang tidak terbatas itu hanyalah salah satu sisi dari agama. Namun demikian, definisi Muller ini telah berpengaruh terlampau besar dalam sejarah kajian kita ini sehingga tidak mungkin bagi kita untuk mengabaikannya begitu saja.

## Kualitas Pelayanan

### Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2006) jasa atau pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak. Menurut Tjiptono (2002: 59) menyatakan bahwa *service quality* adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Parasuraman, dkk (1988) dalam (Darwin & Sondang, 2014: 2) mengungkapkan ada 22 faktor penentu *service quality* yang dirangkum ke dalam lima faktor dominan atau lebih dikenal dengan istilah SERVQUAL, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*.

#### a. Reliability

Kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dalam arti luas, keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji-janjinya tentang penyediaan, penyelesaian masalah, dan harga. Jika dilihat dalam bidang usaha jasa asuransi, maka sebuah layanan yang handal adalah ketika seorang agent asuransi mampu memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan membantu penyelesaian masalah yang dihadapi oleh nasabah dengan cepat.

b. Responsiveness

Kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan. Kemudian jika dilihat lebih mendalam pada layanan yang cepat tanggap di sebuah asuransi, bisa dilihat dari kemampuan agent asuransi yang cepat memberikan pelayanan kepada nasabah dan cepat menangani keluhan mereka.

c. Assurance

Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi. Contohnya seperti di bank, asuransi, dan dokter. Oleh karena itu dalam sebuah jasa asuransi, kepastian menjadi hal yang sangat penting untuk dapat diberikan kepada nasabahnya seperti jaminan keamanan dan kemudahan di dalam mengikuti program asuransi.

d. Emphaty

Kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dimengerti dan dipenuhi. Dalam menjaga hubungan baik, tentu saja layanan yang diberikan oleh para agent harus dapat menunjukkan kepedulian mereka kepada nasabah.

e. Tangible

Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, staff dan bangunannya. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Contohnya seperti fasilitas kantor, kebersihan dan kenyamanan ruang yang digunakan untuk transaksi serta kerapian penampilan agent.

**Keputusan Nasabah**

Keputusan adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa. Berarti keputusan (decision) adalah pilihan (choice), yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan. Sebagian besar keputusan berada pada satu dari dua kategori: terprogram dan tidak terprogram. Suatu keputusan dapat dibuat hanya jika ada beberapa alternatif yang dipilih. Apabila alternatif pilihan tidak ada maka tindakan yang dilakukan tanpa adanya pilihan tersebut tidak dapat dikatakan membuat keputusan. Keputusan nasabah adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa atau suatu keputusan setelah melalui beberapa proses. Keputusan juga dapat diartikan sebagai proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan.

Proses keputusan nasabah yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut: pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian (Kotler, 2008). Secara rinci tahap-tahap ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pengenalan masalah, yaitu konsumen menyadari akan adanya kebutuhan. Konsumen menyadari adanya perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diharapkan.

2. Pencarian informasi, yaitu konsumen ingin mencari lebih banyak konsumen yang mungkin hanya memperbesar perhatian atau melakukan pencarian informasi secara aktif.

3. Evaluasi alternatif yaitu mempelajari dan mengevaluasi alternatif yang diperoleh melalui pencarian informasi untuk mendapatkan alternatif pilihan terbaik yang akan digunakan untuk melakukan keputusan pembelian.

4. Keputusan membeli, yaitu melakukan keputusan untuk melakukan pembelian yang telah diperoleh dari evaluasi alternatif terhadap merek yang akan dipilih.

5. Perilaku sesudah pembelian, yaitu keadaan dimana sesudah pembelian terhadap suatu produk atau jasa maka konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan.

## METODE PENELITIAN

### Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuesioner, dimana penulis mengumpulkan bahan atau data-data dengan berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka dan dapat diberikan kepada responden secara langsung. Dengan adanya kontak langsung antara peneliti dengan responden akan menciptakan suatu kondisi yang cukup baik, sehingga responden dengan sukarela akan memberikan data objektif dan cepat.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif Data

Tabel 4.1 : Jenis Kelamin

No	Bank	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Proporsi
1.	Bank Mandiri Syariah Cabang Pamulang	Laki-laki	11	36,7%
		Perempuan	19	63,3%
Jumlah			30	100%

Pada tabel 4.1 dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin yaitu laki-laki dengan jumlah 11 orang atau 36,7%, sedangkan sisanya dipenuhi oleh wanita

sebanyak 19 orang atau 63,3%. Artinya sebagian besar responden yang mengisi kuesioner adalah perempuan.

Tabel 4.2 : Uji Responden

USIA	FREKUENSI	PERSENTASE
20-30	13	43,4%
31-40	15	50%
>41	2	6,6%
JUMLAH	30	100%

Pada tabel 4.2 dapat dilihat bahwa jumlah responden terbanyak berdasarkan usia berada pada responden berusia 31-40 tahun, yakni sebanyak 15 orang atau 50%, kemudian diikuti oleh responden yang berusia 20-30 tahun sebanyak 13 orang atau 43,4%, terakhir usia diatas 41 tahun sebanyak 2 orang atau 6,6%.

Tabel 4.3 : Tingkat Pendidikan

TINGKAT PENDIDIKAN	FREKUENSI	PERSENTASE
Non Perguruan Tinggi	18	60%
Perguruan Tinggi	12	40%
JUMLAH	30	100%

Pada tabel 4.3 dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan jenjang pendidikan terakhir tersebar pada pendidikan tingkat SMU sederajat dengan kategori Non Perguruan sebanyak 18 orang atau 60%, sedangkan responden yang berpendidikan terakhir Perguruan Tinggi sebanyak 12 orang atau 40%, yang meliputi Diploma (D3), Sarjana (S1), Master (S2), dan Doktor (Dr). Artinya, kondisi ini menggambarkan bahwa nasabah sebagai responden yang menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri sebagian besar berpendidikan terakhir hingga perguruan tinggi.

**Tabel 4.4**  
**Variabel X1 (Keagamaan)**

No	SS	%	S	%	KS	%	TS	%	STS	%	Total
	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	
1.	10	33,3	14	46,7	1	3,3	4	13,3	1	3,3	30
2.	9	30	21	70	0	0	0	0	0	0	30
3.	7	23,3	19	63,3	2	6,67	1	3,3	1	3,3	30
4.	11	36,7	18	60	1	3,3	0	0	0	0	30
5.	5	16,7	22	73,3	3	0,1	0	0	0	0	30
6.	8	26,7	20	66,7	1	3,3	1	3,3	0	0	30
7.	8	26,7	22	73,3	0	0	0	0	0	0	30
8.	13	43,3	17	56,7	0	0	0	0	0	0	30

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa 8 pernyataan dari 30 responden pada variabel keagamaan, terdapat nasabah yang menjawab sangat setuju berjumlah 43,3% paling banyak di masing-masing pernyataan 8, nasabah yang menjawab setuju paling banyak 73,3% di pernyataan 5 dan 7, dan nasabah yang menjawab kurang setuju berjumlah paling 6,67% pada pernyataan 3, sedangkan nasabah yang menjawab tidak setuju paling banyak 13,3% di pernyataan 1, nasabah menjawab sangat tidak setuju paling banyak 3,3% di pernyataan 1 dan 3. Hal ini menyatakan bahwa perlu adanya keagamaan yang baik dari Bank Mandiri Syariah Cabang Pamulang untuk meningkatkan kualitas bank.

**Tabel 4.5**  
**Variabel X2 (Kualitas Pelayanan)**

No	SS	%	S	%	R	%	TS	%	STS	%	Total
	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	
1.	7	23.3	23	76.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	30
2.	9	30.0	19	63.3	2	6.7	0	0.0	0	0.0	30
3.	4	13.3	25	83.3	1	3.3	0	0.0	0	0.0	30
4.	7	23.3	21	70.0	2	6.7	0	0.0	0	0.0	30
5.	7	23.3	21	70.0	2	6.7	0	0.0	0	0.0	30
6.	15	50.0	15	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	30
7.	3	10.0	25	83.3	1	3.3	1	3.3	0	0.0	30
8.	10	33.3	19	63.3	1	3.3	0	0.0	0	0.0	30

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa 8 pernyataan dari 30 responden pada variabel kualitas pelayanan, terdapat nasabah yang sangat setuju paling banyak 50% di pernyataan 7, nasabah yang menjawab setuju paling banyak 83,3% di pernyataan 3 dan 7, dan nasabah yang menjawab kurang setuju berjumlah paling 6,7% pada pernyataan 2, 4, dan 5, sedangkan nasabah yang menjawab tidak setuju paling banyak 3,3% di pernyataan 1. Hal ini menyatakan bahwa pelayanan di bank mandiri syariah cabang pamulang cukup baik dan harus lebih di tingkatkan kembali untuk meningkatkan kualitas pelayanan di Bank Mandiri Syariah Cabang Pamulang.

**Tabel 4.6**  
**Variabel Y (Keputusan Nasabah)**

No	SS	%	S	%	R	%	TS	%	STS	%	Total
	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F	F
1.	5	16.7	22	73.3	3	10.0	0	0.0	0	0.0	30
2.	8	26.7	18	60.0	4	13.3	0	0.0	0	0.0	30
3.	6	20.0	22	73.3	2	6.7	0	0.0	0	0.0	30
4.	6	20.0	22	73.3	2	6.7	0	0.0	0	0.0	30
5.	8	26.7	20	66.7	2	6.7	0	0.0	0	0.0	30
6.	11	36.7	18	60.0	1	3.3	0	0.0	0	0.0	30
7.	10	33.3	6	20.0	13	43.3	1	3.3	0	0.0	30
8.	4	13.3	25	83.3	1	3.3	0	0.0	0	0.0	30

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa 8 pernyataan dari 30 responden pada variabel keputusan nasabah, terdapat nasabah yang sangat setuju sekitar 36,7% di pernyataan 6, nasabah yang menjawab setuju paling banyak 83,3% di pernyataan 8, dan nasabah yang menjawab kurang setuju berjumlah 33,3% pada pernyataan 7. Hal ini menyatakan bahwa keputusan nasabah untuk menggunakan jasa Bank Mandiri Syariah Cabang Pamulang cukup baik dan tepat sesuai dengan kebutuhan nasabah.

## Uji Validitas dan Reliabilitas

**Tabel 4.7. Uji Validasi Variabel Keagamaan**

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Skor Q1	29.57	8.392	0.365	0.830
Skor Q2	29.20	9.959	0.614	0.764
Skor Q3	29.50	8.397	0.560	0.764
Skor Q4	29.17	8.902	0.853	0.726
Skor Q5	29.43	9.978	0.527	0.771
Skor Q6	29.33	10.023	0.376	0.790
Skor Q7	29.23	9.771	0.715	0.754
Skor Q8	29.07	10.133	0.497	0.775

Nilai  $r_{tabel}$  untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ( $p = 0,05$ ) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau  $N$ . Oleh karena  $N = 30$ , maka derajat bebasnya ( $df$ ) adalah  $N - 2$  ( $30 - 2 = 28$ ). Pada buku-buku statistik, nilai  $r_{tabel}$  dua sisi pada  $df = 28$  dan  $p = 0,05$  adalah 0,3610. Butir pertanyaan dinyatakan valid jika jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

Berdasarkan tabel di atas maka analisis output-nya adalah sebagai berikut:

1. Pernyataan 1 dari variabel keagamaan dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,365 > 0,3610$ ) maka dinyatakan valid.

2. Pernyataan 2 dari variabel keagamaan dengan nilai r hitung > r tabel (0,614 > 0,3610) maka dinyatakan valid.
  3. Pernyataan 3 dari variabel keagamaan dengan nilai r hitung > r tabel (0,560 > 0,3610) maka dinyatakan valid.
  4. Pernyataan 4 dari variabel keagamaan dengan nilai r hitung > r tabel (0,853 > 0,3610) maka dinyatakan valid.
  5. Pernyataan 5 dari variabel keagamaan dengan nilai r hitung > r tabel (0,527 > 0,3610) maka dinyatakan valid.
  6. Pernyataan 6 dari variabel keagamaan dengan nilai r hitung > r tabel (0,376 > 0,3610) maka dinyatakan valid.
  7. Pernyataan 7 dari variabel keagamaan dengan nilai r hitung > r tabel (0,715 > 0,3610) maka dinyatakan valid.
  8. Pernyataan 8 dari variabel keagamaan dengan nilai r hitung > r tabel (0,497 > 0,3610) maka dinyatakan valid.
- Kesimpulannya bahwa semua butir pertanyaan pada variabel keagamaan adalah valid.

**Tabel 4.8. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Skor Q1	29.47	5.292	0.653	0.755
Skor Q2	29.47	5.016	0.562	0.764
Skor Q3	29.60	5.834	0.397	0.788
Skor Q4	29.53	5.430	0.428	0.786
Skor Q5	29.53	5.430	0.428	0.786
Skor Q6	29.20	5.407	0.467	0.779
Skor Q7	29.70	5.183	0.548	0.766
Skor Q8	29.40	5.076	0.584	0.760

Nilai r tabel untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ( $p = 0,05$ ) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Oleh karena  $N = 30$ , maka derajat bebasnya (df) adalah  $N - 2$  ( $30 - 2 = 28$ ). Pada buku-buku statistik, nilai r tabel dua sisi pada  $df = 28$  dan  $p = 0,05$  adalah 0,3610. Butir pertanyaan dinyatakan valid jika nilai r hitung > r tabel.

Berdasarkan tabel di atas maka analisis output-nya adalah sebagai berikut:

1. Pernyataan 1 dari variabel kualitas pelayanan dengan nilai r hitung > r tabel (0,653 > 0,3610) maka dinyatakan valid.
  2. Pernyataan 2 dari variabel kualitas pelayanan dengan nilai r hitung > r tabel (0,562 > 0,3610) maka dinyatakan valid.
  3. Pernyataan 3 dari variabel kualitas pelayanan dengan nilai r hitung > r tabel (0,397 > 0,3610) maka dinyatakan valid.
  4. Pernyataan 4 dari variabel kualitas pelayanan dengan nilai r hitung > r tabel (0,428 > 0,3610) maka dinyatakan valid.
  5. Pernyataan 5 dari variabel kualitas pelayanan dengan nilai r hitung > r tabel (0,428 > 0,3610) maka dinyatakan valid.
  6. Pernyataan 6 dari variabel kualitas pelayanan dengan nilai r hitung > r tabel (0,467 > 0,3610) maka dinyatakan valid.
  7. Pernyataan 7 dari variabel kualitas pelayanan dengan nilai r hitung > r tabel (0,548 > 0,3610) maka dinyatakan valid.
  8. Pernyataan 8 dari variabel kualitas pelayanan dengan nilai r hitung > r tabel (0,584 > 0,3610) maka dinyatakan valid.
- Kesimpulannya bahwa semua butir pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan adalah valid.

**Tabel 4.9. Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Skor Q1	28.87	8.533	.777	.814
Skor Q2	28.80	8.717	.553	.838
Skor Q3	28.80	8.924	.655	.828
Skor Q4	28.80	8.786	.706	.823
Skor Q5	28.73	8.616	.695	.822
Skor Q6	28.60	8.938	.591	.834
Skor Q7	29.10	8.162	.388	.889
Skor Q8	28.83	9.178	.749	.825

Nilai rtabel untuk uji dua sisi pada taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5%, ( $p = 0,05$ ) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau N. Oleh karena  $N = 30$ , maka derajat bebasnya (df) adalah  $N - 2$  ( $30 - 2 = 28$ ). Pada buku-buku statistik, nilai r tabel dua sisi pada  $df = 28$  dan  $p = 0,05$  adalah 0,3610. Butir pertanyaan dinyatakan valid jika nilai r hitung > rtabel

Berdasarkan tabel di atas maka analisis output-nya adalah sebagai berikut:

1.Pernyataan 1 dari variabel keputusan nasabah dengan nilai r hitung > rtabel ( $0,777 > 0,3610$ ) maka dinyatakan valid.

2.Pernyataan 2 dari variabel keputusan nasabah dengan nilai r hitung > rtabel ( $0,553 > 0,3610$ ) maka dinyatakan valid.

3.Pernyataan 3 dari variabel keputusan nasabah dengan nilai r hitung > rtabel ( $0,655 > 0,3610$ ) maka dinyatakan valid.

4.Pernyataan 4 dari variabel keputusan nasabah dengan nilai r hitung > rtabel ( $0,706 > 0,3610$ ) maka dinyatakan valid.

5.Pernyataan 5 dari variabel keputusan nasabah dengan nilai r hitung > rtabel ( $0,695 > 0,3610$ ) maka dinyatakan valid.

6.Pernyataan 6 dari variabel keputusan nasabah dengan nilai r hitung > rtabel ( $0,591 > 0,3610$ ) maka dinyatakan valid.

7.Pernyataan 7 dari variabel keputusan nasabah dengan nilai r hitung > rtabel ( $0,388 > 0,3610$ ) maka dinyatakan valid

8.Pernyataan 8 dari variabel keputusan nasabah dengan nilai r hitung > rtabel ( $0,749 > 0,3610$ ) maka dinyatakan valid.

Kesimpulannya bahwa semua butir pertanyaan pada variabel keputusan nasabah adalah valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan internal consistency. Hasil uji ini akan mencerminkan dapat atau tidaknya dipercaya suatu instrumen penelitian, berdasarkan pada tingkat ketepatan dan kemantapan suatu alat ukur. Adapun tingkat reliabilitas dengan Alpha Cronbach diukur dari skala 0 sampai 1, sebagaimana tercantum pada tabel 10 berikut ini:

**Tabel 4.10. Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha**

<i>Alpha</i>	Tingkat Reliabilitas
0,00 s.d 0,20	Kurang Reliabel
> 0,20 s.d 0,40	Agak Reliabel
> 0,40 s.d 0,60	Cukup Reliabel
> 0,60 s.d 0,80	Reliabel
> 0,80 s.d 1,00	Sangat reliabel

**a. Keagamaan**

Berikut ini output SPSS untuk melihat tingkat reliabilitas pada variabel keagamaan digambarkan pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.11. Uji Reliabilitas Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0.787	8

Berdasarkan nilai Alpha pada kolom Cronbach's Alpha di atas, dimana besar reliabel 0,787 sehingga dinyatakan reliabel karena berada diantara 0,6 s.d 0,8.

**b. Kualitas Pelayanan**

Berikut ini output SPSS untuk melihat tingkat reliabilitas pada variabel kualitas

pelayanan digambarkan pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.12. Uji Reliabilitas Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0.645	8

Berdasarkan nilai Alpha pada kolom Cronbach's Alpha di atas, dimana besar reliabel 0,645 sehingga dinyatakan reliabel karena berada diantara 0,6 s.d 0,8.

**c. Keputusan Nasabah**

Berikut ini output SPSS untuk melihat tingkat reliabilitas pada variabel keputusan nasabah digambarkan pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.13. Uji Reliabilitas Reliability Statistics**

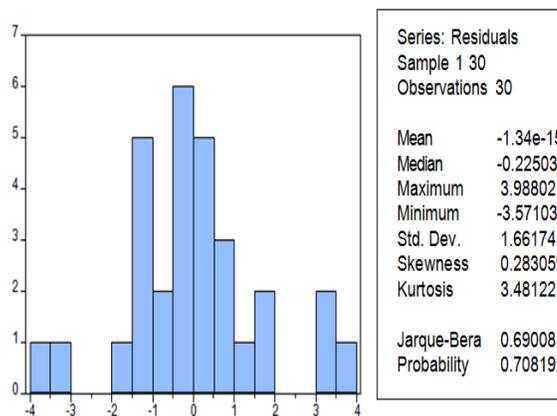
Cronbach's Alpha	N of Items
0.851	8

Berdasarkan nilai Alpha pada kolom Cronbach's Alpha di atas, dimana besar reliabel 0,851 sehingga dinyatakan sangat reliabel karena berada diantara 0,8 s.d 1,00.

**Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas**

Menurut Sugiyono, pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan statistik parametris. Karena akan menggunakan

statistik parametris, maka data pada setiap variabel harus terlebih dahulu diuji normalitasnya. Bila data pada tiap variabel tidak normal, maka pengujian hipotesis tidak bisa menggunakan statistik parametris. Uji normalitas dilakukan dengan uji Jarque Bera dengan melihat probabilitas atau  $0,708 > 0,5$  maka distribusi data pada variabel penelitian adalah normal.



**Uji Normalitas**

### Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah hubungan yang terjadi diantara variabel-variabel independen atau variabel independen yang satu fungsi dari variabel independen yang lain. Dari hasil estimasi data independent (lampiran) bahwa data tidak mengalami multikolinieritas yaitu :

**Tabel 4.14. Uji Multikolinieritas**

	X1	X2
X1	1.000000	0.595378
X2	0.595378	1.000000

Dari data di atas bahwa semua variabel independent bebas dari asumsi klasik tentang multikolinieritas, artinya dari semua data tidak ada yang lebih besar dari R Square atau

variabel  $< 0,713$ . Artinya semua data bebas dari multikolinieritas.

### Uji Heterokedastisitas

**Tabel 4.15. Uji Heterokedastisitas**

Heteroskedasticity Test: White			
F-statistic	1.326492	Prob. F(14,15)	0.2965
Obs*R-squared	16.59553	Prob. Chi-Square(14)	0.2784
Scaled explained SS	14.29763	Prob. Chi-Square(14)	0.4278

Pada hasil uji White di atas, bahwa hasil probabilitas dari Obs\* R Square adalah 0.2965 atau  $0.2965 > 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak mengalami heterokedastisitas.

### Uji Hipotesis

### Uji Determinasi

Uji Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dari penelitian di atas dengan menggunakan lebih dari 2 variabel maka digunakan adjusted R square. Data adjusted R square adalah 0,713 atau 71,3 % variabel keagamaan dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan nasabah di PT. Bank Mandiri Syariah Cabang Pamulang dan sisanya 28,7% yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

## Uji F-Statistik

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh simultan pada variabel independen terhadap variabel dependen yaitu variabel keagamaan dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah pada Bank Mandiri Syariah Cabang Pamulang secara bersama-sama. Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis yaitu:

Ha diterima jika  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ , atau nilai  $p\text{-value}$  pada kolom sig.  $<$  level of significant ( $\alpha$ ) 5%.

Ho diterima jika  $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ , atau nilai  $p\text{-value}$  pada kolom sig.  $>$  level of significant ( $\alpha$ ) 5%.

Nilai  $F\text{-hitung}$  adalah 19,027 dan  $F\text{-tabel}$  adalah  $df1 = n - k = 30 - 5 = 25$ ,  $df2$  adalah jumlah variabel baik independen dan dependen, yaitu 5, dan  $p = 0,05$  maka  $F\text{-tabel}$  adalah 2,6. Karena  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$  atau  $19,027 > 2,6$ , atau nilai  $p\text{-value}$  adalah 0,000 pada kolom sig.  $<$  level of significant ( $\alpha$ ) 5% maka terdapat pengaruh secara simultan antara keagamaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah Bank Mandiri Syariah Cabang Pamulang atau  $H_0$  ditolak.

## Uji t-statistik

Uji t-test digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh antara variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Di mana variabel independen, yaitu keagamaan dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah Bank Mandiri Syariah Cabang Pamulang secara parsial akan dijelaskan pada tabel di bawah ini :

**Tabel 17. Uji t-statistik**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.865145	4.791898	-0.180543	0.8582
X1	0.435016	0.134728	3.228836	0.0035
X2	0.014616	0.159535	0.091619	0.9277

Tabel di atas menunjukkan hasil parsialnya adalah sebagai berikut :

### a. Variabel keagamaan

Thitung keagamaan = 3,228836 maka diperoleh  $t\text{ hitung} > t\text{ tabel}$  atau  $3,061 > 2,05954$ . Dari hasil uji t tersebut, diperoleh bahwa  $H_a$  diterima.

### b. Variabel kualitas pelayanan

Thitung kualitas pelayanan = 0,091619 maka diperoleh  $t\text{ hitung} < t\text{ tabel}$  atau  $0,091619 < 2,05954$ . Dari hasil uji t tersebut, diperoleh bahwa  $H_0$  diterima.

## Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini ada beberapa faktor yang menjadi daya tarik etnis Cina non-Muslim menjadi nasabah Bank Mandiri Syariah Cabang Pamulang yaitu terdapat 19 faktor setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Dari ke 19 faktor tersebut akan dicari faktor dominan yang menjadi daya tarik etnis Cina non-Muslim menjadi nasabah bank syariah di Indonesia, dengan menggunakan teknik analisis faktor dan memasukkan seluruh faktor yang menjadi daya tarik etnis Cina non-Muslim menjadi nasabah Bank Mandiri Syariah Cabang Pamulang, maka tabel yang pertama keluar adalah tabel di bawah ini :

**Tabel 4.16.**  
**Koefisien Regresi Berganda**

Dependent Variable: Y				
Method: Least Squares				
Date: 04/06/20 Time: 09:31				
Sample: 30				
Included observations: 30				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.865145	4.791898	-0.180543	0.8582
X1	0.435016	0.134728	3.228836	0.0035
X2	0.014616	0.159535	0.091619	0.9277
R-squared	0.752737	Mean dependent var	32.93333	
Adjusted R-squared	0.713175	S.D. dependent var	3.341828	
S.E. of regression	1.789750	Akaike info criterion	4.153040	
Sum squared resid	80.08009	Schwarz criterion	4.386573	
Log likelihood	-57.29560	Hannan-Quinn criter.	4.227749	
F-statistic	19.02678	Durbin-Watson stat	2.054218	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Hasil Regresi adalah :

$$Y = \alpha_0 + \alpha_1 X_1 + \alpha_2 X_2 + \varepsilon$$

$$Y = -0.865 + 0.435X_1 + 0.015X_2$$

Artinya dari hasil regresi adalah:

1. Nilai konstant 0,865 artinya jika variabel independen (keagamaan dan kualitas pelayanan ) sama dengan nol, maka keputusan nasabah akan menurun. Namun, tidak begitu signifikan terhadap keputusan nasabah.
2. Pada variabel keagamaan (X1), analisis menunjukkan hasil koefisien sebesar 0,435.

Angka tersebut bertanda positif, sehingga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan linear antara keagamaan terhadap keputusan nasabah. Semakin tinggi tingkat keagamaan nasabah maka semakin tinggi pula keputusannya. Begitu juga sebaliknya,

semakin rendah tingkat keagamaan nasabah maka keputusan nasabah semakin menurun. Faktor keagamaan ini sangat signifikan pengaruhnya terhadap keputusan nasabah Bank Mandiri Syariah Cabang Pamulang.

Pada variabel kualitas pelayanan (X2), analisis menunjukkan hasil koefisien sebesar 0,015. Angka tersebut bertanda positif, sehingga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan linear antara kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah. Semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin meningkat keputusan nasabah. Namun, hal ini tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah Bank Mandiri Syariah Cabang Pamulang.

## Pembahasan

Dari hasil pengujian hipotesis ini, bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa 71,3% variabel keagamaan dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan nasabah PT. Bank Syariah Mandiri Cabang pamulang dan sisanya 28,7% yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

Berdasarkan uji statistik  $F_{hitung} > F_{tabel}$  artinya terdapat pengaruh secara simultan antara keagamaan dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah Bank Mandiri Syariah Cabang Pamulang atau  $H_0$  ditolak. Secara parsial dalam penelitian ini faktor yang dominan adalah faktor keagamaan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan data yang diperoleh dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi tingkat keagamaan dan semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank maka akan semakin tinggi minat nasabah menggunakan jasa Bank Mandiri Syariah Cabang Pamulang. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian sebagai berikut :

1. Saat faktor keagamaan dan kualitas pelayanan tidak ada maka keputusan nasabah akan menurun. Namun, tidak begitu signifikan terhadap keputusan nasabah.

2. Hasil koefisien masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

a. Pada variabel keagamaan, analisis menunjukkan hasil koefisien sebesar 0,435. Angka tersebut bertanda positif, sehingga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan linear antara keagamaan nasabah terhadap keputusan nasabah. Semakin tinggi tingkat keagamaan nasabah maka semakin tinggi pula keputusannya. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah tingkat keagamaan nasabah maka keputusan nasabah semakin menurun. Faktor keagamaan ini sangat signifikan pengaruhnya terhadap keputusan nasabah Bank Mandiri Syariah Cabang Pamulang.

b. Pada variabel kualitas pelayanan, analisis menunjukkan hasil koefisien sebesar 0,015. Angka tersebut bertanda positif, sehingga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan linear antara kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah. Semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin meningkat keputusan nasabah. Namun, hal ini tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah Bank Mandiri Syariah Cabang Pamulang..

#### DAFTAR PUSTAKA

- Atmojo, Kusuma A. 2017 "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Pembiayaan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah BPRS Khasanah Ummat Purwokerto".
- Diana, Susanti M. 2016 "Pengaruh Pengetahuan, Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Anggota Menabung Di BMT Bina Umat Sejahtera Kalijambe". Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri, Surakarta.
- Kamila, Intan. 2017 "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah". Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Maghfiroh, Sayyidatul. 2018 "Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah". Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nurani, Yani S. 2013. "Pengaruh Faktor Keagamaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah". skripsi. Fakultas Syariah, Muamalah Ekonomi Perbankan Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjanah, Cirebon.
- Nurlinda. dan Zuhirsyan, Muhammad. 2017 "Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah". Skripsi, Prodi Keuangan dan Perbankan Syariah, Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Medan.
- Rahmanto, Khanif. 2016 "Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sraten Kab. Semarang Untuk Menabung Di Bank Syariah". Skripsi, Institut Agama Islam Negeri, Salatiga.
- Wulandari, Ika S. 2018 "Analisis Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan dan Kualitas

Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening". Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri, Salatiga.

Yogiarto, Atanasius H. 2015 "Pengaruh Bagi Hasil, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Tabungan Mudharabah". Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta.

Yulianti, Rika. Sangen, Marijati. dan Rifani, A. 2016 "Pengaruh Nilai-Nilai Agama, Kualitas Layanan, Promosi, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah di Banjarmasin", Program Magister Manajemen, Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin.