

Faktor - faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah di PT. BSI Kota Batu

Ahmad Ramapanji Panatagama, Irmayanti Hasan

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
ahmadramapanji@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the factors that influence the decision to use sharia banking services at PT. BSI Batu City. This research uses a descriptive quantitative approach with questionnaire and interview data collection methods. The population in this study were customers at PT. BSI Batu City and samples as research respondents will be taken using non-probability sampling techniques using Malhotra's theory using 105 samples obtained from 5 x 21 (number of items from research indicators). The research results show that the level of religiosity (X1) and level of education (X3) have a significant and positive effect on usage decisions. Meanwhile, income level (X2) has no effect and is not significant on the decision to use sharia banking services at PT. BSI Batu City.

Keywords: Religiosity; Income; Education; Usage Decisions.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan jasa bank syariah di PT. BSI Kota Batu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data angket (kuesioner) dan wawancara. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah pada PT. BSI Kota Batu dan sampel sebagai responden penelitian akan diambil menggunakan teknik *non probability sampling* dengan menggunakan teori Malhotra menggunakan 105 sampel yang diperoleh dari 5 x 21 (jumlah item dari indikator-indikator penelitian). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat religiusitas (X1) dan tingkat pendidikan (X3) berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan penggunaan. Sedangkan tingkat pendapatan (X2) tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah di PT. BSI Kota Batu.

Kata kunci: Religiusitas; Pendapatan; Pendidikan; Keputusan Penggunaan

PENDAHULUAN

Perbankan syariah hadir di Indonesia sebagai wujud permintaan pasar yang mengharuskan lembaga keuangan menerapkan sistem perbankan halal dan berpegang teguh pada prinsip-prinsip hukum Islam. Prinsip syariah adalah aturan yang disepakati antara bank dan pihak lain untuk menyimpan dana dan membiayai usaha serta kegiatan lain yang dianggap sesuai syariah, berdasarkan hukum Islam. Bank Islam menawarkan layanan bebas bunga kepada pelanggannya. Pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua jenis transaksi. Alasan didirikannya bank

syariah adalah karena masyarakat Islam membutuhkan jasa keuangan yang tidak tersedia pada sistem suku bunga perbankan konvensional. (Ayu Nirmala & Sri Rahayu, 2022). Agama Islam juga memiliki banyak aturan tentang keuangan, termasuk larangan bagi umat muslim untuk terlibat dalam riba atau pembayaran bunga. (Putra & Hermanto, 2022). Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al Baqarah: 275 sebagai berikut.

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya: "Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba."

Bank Syariah adalah bank yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan perbankan syariah dan badan usaha syariah, kelembagaan, kegiatan usaha dan proses pelaksanaannya, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 1. Nasabah bank syariah tidak dikenakan bunga atas layanan yang diberikan, dan segala bentuk transaksi yang melibatkan pembayaran atau penarikan bunga dilarang dalam Islam. Perbankan syariah harus mampu menyediakan produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah melalui penggunaan produk yang ditawarkan. Di sini perbankan syariah harus mampu menarik perhatian calon nasabah tidak hanya melalui pengenalan namun juga melalui tingkat persuasi tertentu.

Saat ini perbankan syariah di Indonesia sedang mengalami kenaikan yang cukup pesat. Hal ini di buktikan dengan perkembangan total aset menurut otoritas jasa keuangan (OJK) yang mencapai Rp802,26 triliun, atau tumbuh sebesar 15,63% per Desember 2022. Menurut data OJK jumlah bank syariah di Indonesia saat ini berjumlah 200 yang terdiri dari 13 Bank Umum Syariah (BUS), 20 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 167 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Perkembangan bank syariah di Indonesia sebenarnya sudah mengalami perkembangan yang cukup pesat, tetapi realitas di lapangan memang sektor jasa keuangan perbankan syariah kurang begitu berkembang jika dibandingkan dengan bank konvensional. Dilihat dari *market share* perbankan syariah pada Desember 2022 menurut otoritas jasa keuangan (OJK), saat ini hanya bernilai 7,09% sedangkan sisanya bank konvensional yaitu sebesar 92,91%. Di industri perbankan syariah, bank umum syariah memiliki *market share* 66,30%, unit usaha syariah 31,19% dan bank pembiayaan rakyat syariah 2,51%. Data tersebut membuktikan jika perkembangan bank syariah sangat jauh berbeda dibandingkan dengan bank konvensional.

Selanjutnya penelitian tentang pendapatan terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah Desiana *et al.*, (2018) mendapatkan hasil bahwa pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah. Sedangkan penelitian oleh Furnawati *et al.*, (2022) mendapatkan hasil bahwa pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa perbankan syariah. Selain itu penelitian oleh Awaludin, (2016) dan Fielnanda & Wahyuningsih, (2021) mengenai faktor pendidikan terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah mendapatkan hasil bahwa pendidikan berpengaruh

signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah. Hal ini berbeda dengan penelitian oleh Ahass, (2018) yang mendapatkan hasil bahwa pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah

Melihat fenomena tersebut, dapat diasumsikan bahwa pendidikan juga mempengaruhi keputusan penggunaan perbankan syariah. Karena pendidikan memberikan pengetahuan kepada individu. Namun pengetahuan masyarakat terhadap perbankan syariah masih tergolong rendah. Akibat terbatasnya pemahaman masyarakat terhadap kegiatan usaha dan jasa keuangan bank syariah, banyak masyarakat yang salah persepsi mengenai operasional bank syariah.

Perbedaan penelitian ini dengan yang sebelumnya yaitu penelitian ini menambahkan variabel dengan total 3 variabel independen. Selain itu juga yang menjadi pembeda penelitian ini dari segi objek. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Kota Batu. Hal yang melatar belakangi peneliti memilih tempat tersebut dikarenakan PT. Bank Syariah Indonesia KCP Kota Batu merupakan satu - satunya BSI yang berada di Kota Batu yang sangat berbeda dengan kota - kota lain yang memiliki lebih dari satu kantor. Selain itu juga adanya persaingan yang sangat ketat dikarenakan semakin banyaknya lembaga keuangan baik konvensional maupun syariah di Kota Batu saat ini. Maka dari itu perusahaan harus memahami apa saja yang mendorong pertumbuhan sektor ini dan bagaimana faktor-faktor keputusan yang mempengaruhinya dalam penggunaan perbankan syariah.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji tentang seberapa pengaruh faktor religiusitas, pendapatan, dan pendidikan pada nasabah terhadap keputusan menggunakan bank syariah dengan judul penelitian Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah di PT. BSI Kota Batu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Metode penelitian kuantitatif merupakan suatu cara yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian yang berkaitan dengan data berupa angka dan program statistik (Wahidmurni, 2017). Penelitian ini menggunakan kausal dikarenakan peneliti ingin untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel independen (religiusitas, pendapatan, pendapatan) dan variabel dependen (keputusan penggunaan).

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Kota Batu dengan kriteria sebagai berikut:

1. Memiliki rekening BSI
2. Berumur minimal 20 tahun dan maksimal 50 tahun
3. Sekurang – kurangnya 2 bulan menjadi nasabah

Penelitian menggunakan *nonprobability sampling* untuk menentukan sampel penelitian. Menurut Sugiyono (2014) *nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Metode *non probability sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan/*incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sinaga, 2019). Sedangkan dalam menentukan jumlah sampel, peneliti mengacu pada teori Malhotra (1993) yang menyatakan bahwa batas minimum untuk jumlah sampel yaitu empat atau lima kali dari jumlah item pertanyaan. Sehingga dalam penelitian ini menggunakan 100 sampel yang diperoleh dari 5 x 20 (jumlah item dari indikator-indikator penelitian).

Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer, yaitu data yang dikumpulkan dan diolah langsung oleh peneliti. Data ini diperoleh dari hasil kuesioner yang disebarkan peneliti kepada responden. Data utama penelitian ini adalah data untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan layanan perbankan syariah di PT. BSI Kota Batu. Data sekunder merupakan data yang telah diolah oleh pihak lain, yaitu dalam format yang telah dipublikasikan.

Dalam penelitian ini, kualitas data diuji dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan sebagai alat pengumpul data merupakan instrumen yang tepat, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikoloneritas. Uji ini digunakan untuk memastikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari penyimpangan-penyimpangan klasik. Selain itu, Uji Hipotesis juga digunakan untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini, adapun pengujian yang dilakukan yaitu uji regresi linear berganda, uji signifikansi parsial (uji t), uji signifikansi Simultan (uji f), dan uji determinan (R²).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik atau latar belakang yang berbeda, maka hal ini dibedakan berdasarkan jenis kelamin dan umur. Karakteristik dari 105 orang yang menjawab survei, 38,09%, atau 40 orang adalah laki-laki, dan 61,9%, atau 65 orang adalah perempuan sedangkan untuk umur responden yang menjawab survei sebanyak 66,66%, atau 70 orang berumur 20 – 29 tahun, 16,19%, atau 17 orang berumur 30 – 39 tahun, 13,33% atau 14 orang berumur 40 – 49 tahun, dan 3,8% atau 4 orang berumur 50 ke atas.

a. Uji Validitas

Kuesioner dianggap valid jika pertanyaannya mampu mengungkapkan apa yang dimaksudkan untuk diukur. Memiliki korelasi positif dengan skor total variabel dan signifikan.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Sig.	α	Keterangan
Religiusitas (X1)	X1.1	0,690	0,1900	0,000	0,05	Valid
	X1.2	0,695	0,1900	0,000	0,05	Valid
	X1.3	0,603	0,1900	0,000	0,05	Valid
	X1.4	0,435	0,1900	0,000	0,05	Valid
	X1.5	0,435	0,1900	0,000	0,05	Valid
	X1.6	0,523	0,1900	0,000	0,05	Valid
	X1.7	0,724	0,1900	0,000	0,05	Valid
	X1.8	0,779	0,1900	0,000	0,05	Valid
	X1.9	0,699	0,1900	0,000	0,05	Valid
	X1.10	0,659	0,1900	0,000	0,05	Valid
Pendapatan (X2)	X2.1	0,766	0,1900	0,000	0,05	Valid
	X2.2	0,852	0,1900	0,000	0,05	Valid
	X2.3	0,794	0,1900	0,000	0,05	Valid
Pendidikan (X3)	X3.1	0,691	0,1900	0,000	0,05	Valid
	X3.2	0,851	0,1900	0,000	0,05	Valid
	X3.3	0,746	0,1900	0,000	0,05	Valid
Keputusan penggunaan (Y)	Y1	0,855	0,1900	0,000	0,05	Valid
	Y2	0,876	0,1900	0,000	0,05	Valid
	Y3	0,851	0,1900	0,000	0,05	Valid
	Y4	0,822	0,1900	0,000	0,05	Valid
	Y5	0,807	0,1900	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2024

Semua item dalam penelitian ini valid karena nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel, yang sebesar 0,1900.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi kuesioner jika pengukuran dilakukan berulang kali. Jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, maka kuesioner dikatakan reliabel atau handal.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Ket
Religiusitas	0,828	0,60	Reliabel
Pendapatan	0,728	0,60	Reliabel
Pendidikan	0,637	0,60	Reliabel

Keputusan Penggunaan	0,897	0,60	Reliabel
----------------------	-------	------	----------

Sumber: Data primer diolah, 2024

Hasil uji reliabilitas pada tabel 2 di atas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai *crobach's alpha* > 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel sudah dapat dikatakan reliabel.

c. Uji Normalitas

Pada penelitian ini uji normalitas menggunakan uji kolmogorov-smirnov. Dasar pengambilan keputusan pada uji normalitas kolmogorov-smirnov adalah apabila nilai signifikansi (Sig.) uji kolmogorovsmirnov > 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal. Namun sebaliknya jika nilai signifikansi (Sig.) uji kolmogorov-smirnov < 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas menggunakan uji statistik kolmogorovsmirnov pada penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.05947141
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.049
	Positive	.040
	Negative	-.049
Kolmogorov-Smirnov Z		.502
Asymp. Sig. (2-tailed)		.963

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov pada tabel 3 di atas menunjukkan bahwa nilai signifikansi residual sebesar 0,963, dengan nilai yang lebih besar dari 0,05, menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

d. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas pada penelitian ini menggunakan cara dengan melihat nilai dari *variance inflation factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Dasar uji multikolinearitas pada penelitian ini apabila nilai *tolerance* > 0,01 dan *variance inflation factor* (VIF) < 10 maka model regresi tidak terjadi multikolinearitas. Namun apabila nilai *tolerance* < 0,01 dan *variance inflation factor* (VIF) > 10 maka pada model regresi terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-3.958	2.057		-1.924	.057		
X1	.470	.048	.659	9.789	.000	.842	1.188
X2	.102	.116	.059	.880	.381	.852	1.174
X3	.299	.100	.209	2.999	.003	.785	1.273

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan olah data pada tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10,00. Oleh karena itu penelitian ini tidak ditemukan adanya gejala multikolinearitas dalam model regresi, sehingga penelitian dapat dilanjutkan untuk dilakukannya analisis regresi linear berganda.

e. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* yang berasal dari suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji Glejser yang memiliki tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Dasar pengambilan keputusannya yaitu suatu model dikatakan bebas dari heterokedastisitas jika nilai signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05. Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5. Hasil Uji Heterokedastisitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3.416	1.197		2.854	.005		
X1	-.058	.028	-.219	-2.090	.051	.842	1.188
X2	.099	.068	.152	1.462	.147	.852	1.174
X3	-.053	.058	-.100	-.919	.360	.785	1.273

a. Dependent Variable: RES2

Pada Tabel 5 di atas dapat dilihat hasil uji heteroskedastisitas pada masing-masing variabel menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 5% atau 0,05 yang artinya dalam penelitian ini variabel-variabel yang digunakan telah terbebas dari heteroskedastisitas.

f. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan metode analisis data berupa analisis regresi. Analisis regresi yang digunakan merupakan analisis regresi berganda. Hasil Analisis Regresi Berganda pada penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Persamaan Regresi Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3.958	2.057		-1.924	.057
1 Religiusitas	.470	.048	.659	9.789	.000
Pendapatan	.102	.116	.059	.880	.381
Pendidikan	.299	.100	.209	2.999	.003

a. *Dependent Variable: KMT*

Berdasarkan tabel 6 maka persamaan regresi penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3$$

$$Y = -3,958 + 0,470 X_1 + 0,102 X_2 + 0,299 X_3$$

Keterangan :

- Y = Keputusan Penggunaan
- X1 = Religiusitas
- X2 = Pendapatan
- X3 = Pendidikan

Model regresi di atas bermakna sebagai berikut:

- a. Nilai koefisien konstanta sebesar -3,958 dengan nilai negatif, ini dapat diartikan bahwa tanpa adanya variabel religiusitas (X1), pendapatan (X2), dan pendidikan (X3) maka variabel keputusan penggunaan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 395,8%.
- b. Nilai koefisien beta variabel Religiusitas (X1) sebesar 0,470 jika nilai variabel lain konstan dan variabel X1 mengalami peningkatan 1% maka variabel keputusan penggunaan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 47%. Begitu pula sebaliknya jika nilai variabel lain konstan dan variabel X1 mengalami penurunan 1% maka variabel keputusan membeli (Y) akan mengalami penurunan sebesar 47%.

- c. Nilai koefisien beta variabel Pendapatan (X2) sebesar 0,102, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X2 mengalami peningkatan 1% maka variabel keputusan penggunaan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 10,2%. Begitu pula sebaliknya jika nilai variabel lain konstan dan variabel X2 mengalami penurunan 1% maka variabel keputusan membeli (Y) akan mengalami penurunan sebesar 10,2%.
- d. Nilai koefisien beta variabel Pendidikan (X3) sebesar 0,299, jika nilai variabel lain konstan dan variabel X3 mengalami peningkatan 1% maka variabel keputusan penggunaan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 29,9%. Begitu pula sebaliknya jika nilai variabel lain konstan dan variabel X3 mengalami penurunan 1% maka variabel keputusan membeli (Y) akan mengalami penurunan sebesar 29,9%.

g. Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi dalam variabel dependen. Uji statistik t pada penelitian ini dilakukan dengan menetapkan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$). Sehingga jika nilai signifikansi yang dihasilkan kurang dari atau sama dengan 0,05 ($\text{sig} \leq 0,05$) maka hipotesis diterima. Sebaliknya apabila nilai signifikansi yang dihasilkan lebih dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$) maka hipotesis ditolak. Hasil uji signifikansi parsial (uji t) adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3.958	2.057		-1.924	.057
1 Religiusitas	.470	.048	.659	9.789	.000
Pendapatan	.102	.116	.059	.880	.381
Pendidikan	.299	.100	.209	2.999	.003

a. *Dependent Variable: KMT*

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial adalah sebagai berikut :

- Nilai t hitung variabel religiusitas (X1) sebesar 9,789 > t tabel yaitu 1,98282 dan nilai sig. yaitu 0,000 < 0,05, maka variabel religiusitas berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.
- Nilai t hitung variabel pendapatan (X2) sebesar 0,880 < t tabel yaitu 1,98282 dan nilai sig. yaitu 0,381 > 0,05, maka variabel pendapatan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

- Nilai t hitung variabel pendidikan (X3) sebesar 2,999 > t tabel yaitu 1,98282 dan nilai sig. yaitu 0,003 < 0,05, maka variabel pendidikan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan.

h. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0.5 atau 5%, jika nilai signifikan $F < 0.05$ maka dapat diartikan bahwa variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya. Hasil uji F pada penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	702.283	3	234.094	53.600	.000 ^b
	Residual	441.108	101	4.367		
	Total	1143.390	104			

a. *Dependent Variable:* KMT

b. *Predictors:* (Constant), PDDT, PDPT, RT

Nilai F hitung sebesar 53,600 dengan probabilitas 0,000 ditunjukkan pada tabel 8 di atas, bahwa variabel dependen dipengaruhi secara bersama-sama oleh tiga variabel independen yaitu X1 religiusitas X2 pendapatan dan X3 pendidikan.

i. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. R² dapat menunjukkan seberapa besar variabel independen dalam model penelitian dapat menjelaskan variabel dependen. Jika nilai R² mendekati satu, artinya variabel-variabel independen mampu memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Hasil koefisien determinasi (R²) pada penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 9. Hasil Koefisien Determinasi (R²) Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.784 ^a	.614	.603	2.08983

a. *Predictors:* (Constant), PDDT, PDPT, RT

Nilai R Square sebesar 0,614 atau 61,4%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel Religiusitas (X1) variabel Pendapatan (X2) dan variabel Pendidikan (X3) mampu menjelaskan variabel keputusan penggunaan (Y) sebesar 61,4% sedangkan sisanya yaitu 38,6% dijelaskan oleh variabel lain.

B. Pembahasan

• Pengaruh Faktor Religiusitas Terhadap Keputusan Penggunaan

Hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini terdapat pengaruh signifikan variabel religiusitas terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah pada nasabah PT. BSI KCP Kota Batu. Religiusitas adalah satu sistem yang kompleks dari kepercayaan keyakinan dan sikap-sikap dan upacara-upacara yang menghubungkan individu dengan satu keberadaan atau kepada sesuatu yang bersifat ketuhanan. Religiusitas adalah suatu kesatuan unsur-unsur yang komprehensif, yang menjadikan seseorang disebut sebagai orang beragama (*being religious*), dan bukan sekadar mengaku mempunyai agama (*having religion*) (Fitriani, 2016).

Berdasarkan hasil uji analisis regresi pada tabel 6 di atas menunjukkan variabel religiusitas menghasilkan koefisien sebesar 0,470 dengan p value 0,000. Hasil penelitian memiliki p value lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap keputusan membeli atau menggunakan jasa bank syariah. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ainun (2021) yang menyatakan bahwa Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung serta dapat disimpulkan bahwa persepsi, tingkat religiusitas dan pendapatan secara simultan berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah.

• Pengaruh Faktor Pendapatan Terhadap Keputusan Penggunaan

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah tidak berpengaruh signifikan variabel pendapatan terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah pada nasabah PT. BSI KCP Kota Batu. Berdasarkan hasil uji analisis regresi pada Tabel 6 di atas, menunjukkan bahwa variabel pendapatan menghasilkan koefisien sebesar 0,102 dengan p value 0,381. Hasil penelitian memberikan hasil p value lebih besar dari 0,05 ($0,381 > 0,05$). Hasil tersebut menyatakan bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap keputusan membeli atau menggunakan jasa bank syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa bank syariah tidak diterima atau ditolak. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ahass (2018) yang menunjukkan bahwa variabel pendidikan dan pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat beli produk perbankan syariah. Pekerjaan berpengaruh negatif terhadap minat beli produk perbankan syariah, persepsi, perilaku, dan preferensi berpengaruh positif terhadap Minat beli produk perbankan syariah.

- **Pengaruh Pendidikan Terhadap Keputusan Penggunaan**

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh signifikan variabel pendidikan terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah pada nasabah PT. BSI KCP Kota Batu. Berdasarkan hasil uji analisis regresi pada Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel pendidikan menghasilkan koefisien sebesar 0,299 dengan p value 0,003. Hasil penelitian memiliki p value lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menyatakan bahwa pendidikan berpengaruh terhadap keputusan membeli atau menggunakan jasa bank syariah. Hal ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Ahmad *et al.*, (2008) yang menyatakan bahwa faktor pendidikan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah.

KESIMPULAN

Penelitian tentang “Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah di PT. BSI Kota Batu” yang dilakukan menemukan hasil bahwa:

1. Religiusitas mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah. Semakin tinggi tingkat religiusitas yang nasabah miliki, maka semakin tinggi pula keputusan mereka dalam menggunakan jasa bank syariah. Religiusitas ini bisa dilihat melalui pembelajaran formal di kelas, maupun kegiatan non formal lainnya seperti seminar, dan lain-lain. Jadi religiusitas sangat penting bagi nasabah dan salah satu faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan jasa bank syariah di PT. BSI Kota Batu.
2. Pendapatan tidak memberikan pengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah. Hal yang menjadikan variabel pendapatan tidak berpengaruh adalah sampel daripada penelitian ini mayoritas nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Kota Batu yang berusia 20 – 29 tahun yang mana kebanyakan masih menjadi seorang pelajar / mahasiswa yang masih belum berpendapatan.
3. Pendidikan juga mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah. Semakin tinggi tingkat pendidikan yang nasabah miliki, maka semakin tinggi pula keputusan mereka dalam menggunakan jasa bank syariah. Pendidikan ini bisa dilihat melalui menilai pendidikan, diantaranya pendidikan formal, pendidikan non formal, dan pendidikan informal. Jadi pendidikan merupakan salah satu faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan jasa bank syariah di PT. BSI Kota Batu.
4. Religiusitas, pendapatan, dan pendidikan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menggunakan jasa bank syariah pada nasabah PT. Bank Syariah Indonesia KCP Kota Batu.

SARAN

1. Peneliti berharap bahwa peneliti lain akan melakukan penelitian serupa dengan topik dan cakupan yang lebih luas.
2. Peneliti berharap penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dengan melakukan perbaikan dan penambahan variabel untuk meningkatkan kualitas penelitian.
3. Untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat, peneliti berharap dapat meningkatkan jumlah populasi dan sampel.

DAFTAR PUSTAKA

- Afina. (2020). *Analisis Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Jumlah Penduduk Terhadap Kemiskinan Di Provinsi Riau*.
- Ahass, L. (2018). *PENGARUH PENDIDIKAN, PEKERJAAN, PENDAPATAN, PERSEPSI, PERILAKU, DAN PREFERENSI TERHADAP MINAT BELI PRODUK PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus BNI Syariah KC Ungaran) SKRIPSI*. 21, 1–9.
- Ahmad, W. M. W., Rahman, A. A., Seman, A. C., & Ali, N. A. (2008). Religiosity And Banking Selection Criteria Among Malays In Lembah Klang. *Shariah Journal Jurnal Syariah Jil*, 16(2), 99–130.
- Ainun, N. (2021). Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas Dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Skripsi*, 137.
- ALFI AKMAL RIZKIYA. (2022). *Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Ugt Pada Bmt Ugt Nusantara Cabang Pembantu Karangploso Malang*. 1–23.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Arohmaningrum, A. (2019). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan Dan Promosi. *Skripsi*, 53(9), 1689–1699.
- Awaludin. (2016). *Pengaruh Pendidikan Dan Perilaku Keagamaan Terhadap Penggunaan Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Cintamanik Kecamatan Cigudeg Kabupaten Bogor)*. 1–23.
- Ayu Nirmala, I., & Sri Rahayu, Y. (2022). Pengaruh Islamic Marketing Mix Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Dengan Minat Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking And Finance*, 5(2), 326–337.
- Desiana, D., Susilowati, D., & Putri, N. K. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Menggunakan Jasa Perbankan Syariah Di Kota Tasikmalaya. *Akuntabilitas*, 11(1), 23–34.

- Fanitawati, N. (2020). Pengaruh Tingkat Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Konsumen Di Dapur Putih Cafe Metro. *Skripsi*, H. 55.
- Fielnanda, R., & Wahyuningsih, S. (2021). Pengaruh Tingkat Religiusitas, Tingkat Pendidikan Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Masyarakat Kelurahan Simpang IV Sipin. *Jurnal Margin*, 1(1), 58–70.
- Fitri, F., & Setiyono, I. (2013). Perbedaan Pendapatan Masyarakat Sebelum Dan Sesudah Adanya Industri Kecil Rambak Di Desa Kauman Kecamatan Bangsal Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1(3), 1–15.
- Fitriani, A. (2016). Peran Religiusitas Dalam Meningkatkan Psychological. *Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama*, Xi(1), 57–80.
- Furnawati, R., Ferawati, R., & Mubyarto, N. (2022). Pengaruh Pendapatan, Religiusitas Dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Kabupaten Bungo. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(4), 2684–7868. <https://Bungokab.Bps.Go.Id/>.
- Handayani Rinuastuti, B., Darwini, S., Agustiani, E., & Andilolo, I. R. (2018). PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU MEMILIH BANK SYARIAH MELALUI KEPERCAYAAN MEREK (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Di Kota Mataram). *Distribusi - Journal Of Management And Business*, 6(2), 47–59.
- Hasan, I., Rofiq, A., & Hussein, A. S. (2023). The Role Of Religiosity On Customer Engagement, Trust, And Loyalty: An Investigating On Customers Of Islamic Banks In Indonesia. *Resmilitaris*, 13(2023).
<https://www.Ojk.Go.Id/Id/Default.aspx>
- Ihsan, N. (2020). *Pengaruh Aktivitas, Minat, Dan Opini (Lifestyle) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Kai Access (Studi Kasus Pada Penumpang Kereta Api Di Stasiun Gambir)*. Bab Iii Me, 44–55.
- KHASANAH, A. (2016). PENGARUH TINGKAT PENDIDIKAN, PENDAPATAN, MOTIVASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH. *Skripsi*, 13(3), 44–50.
- Luthfiana, R. A., & Sari, R. C. (2019). *The Effect Of Religiosity, The Level Of Income, And The Level Of Islamic Financial Literacy Toward The Interest Of Student To Become Customers In Sharia Financial Institution (An Empirical Study On Student Of Faculty Of Economics In Yogyakarta State Unive)*. *Jurnal Norminal*, VIII(1), 109–121.
- Maghfiroh, S. (2018a). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswawi

- Darush Shalihah. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(3), 213–222.
- Maghfiroh, S. (2018b). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pondok Pesantren Asma' Amanina. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1–163.
- Mahesazzumar, R. R., & Rahmi, M. (2022). The Analysis Of Factors Influencing Decisions On The Use Of Sharia Banking In Generation Z In Jakarta. *Indonesian Interdisciplinary Journal Of Sharia Economics (IJJSE)*, 5(2), 84–852.
- Prasetyo, H., & Anitra, V. (2020). Pengaruh Religiusitas Terhadap Kinerja Karyawan : Studi Pada Tenaga Kependidikan Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur. *Borneo Student Research*, 2(1), 705–713.
- Pristiwanti, D., Badariah, B., Hidayat, S., & Dewi, R. S. (2022). Pengertian Pendidikan. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 1707–1715.
- Putra, B., & Hermanto, K. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Pt. Bank Ntb Syariah Kcp Lunyuk). *Journal Of Innovation Research And Knowledge*, 1(9), 1003–1014.
- Rahmat, D. A. (2010). Pengantar Pendidikan Teori, Konsep, Dan Aplikasi. *Journal Of Physics A: Mathematical And Theoretical*, 44(8), 1–159.
- Rani, A. P., & Jamiat, N. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa. *YUME : Journal Of Management*, 5(2), 195–207.
- Riska Rabiana, B. A. (2020). ISSUE : Vol.4 No.1 TAHUN 2020 BULAN DESEMBER Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee (Studi Kasus:Pengguna Aplikasi Shopee). *El-Iqtishod Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 47(3), 16–33.
- Rosadi, E. (2019). PENGARUH MODAL DAN TENAGA KERJA TERHADAP PENDAPATAN BERSIH PERUSAHAAN DALAM PERSEPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Home Industri Krupuk Kemplang Skip Rahayu Kec. Bumi Waras Teluk Betung Kota Bandar Lampung). *Skripsi*, 1(1).
- Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 226–244.
- Saragih, M.Sc, F. H. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Rumah Tangga Tani Padi. *Jurnal Agrica*, 9(2), 101.
- Sinaga, F. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Cirendeu). *Skripsi*.

- Suhartanto, D. W. I., Farhani, N. H., & Muflih, M. (2018). *Loyalty Intention Towards Islamic Bank : The Role Of Religiosity , Image , And Trust*. 12(October 2017), 137–151.
- Sulistiyono, M. A. (2016). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi Dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (. *Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia*, 1–28.
- Tousalwa, C. C., Pattipeilohy, V. R., & Ferdinandus, S. (2019). Faktor-Faktor Determinan Keputusan Pembelian Secara Online Produk Fashion Melalui Media Sosial Di Kota Ambon. *Jurnal Maneksi*, 8(2), 195–203.
- Wahidmurni. (2017). *PEMAPARAN METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. 87(1,2), 149–200.
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2021). Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(2), 114–130.
- Zulfaa Ramadhina Herawati. (2023). LAYANAN BANK SYARIAH (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Malang) SKRIPSI Oleh ZULFAA RAMADHINA HERAWATI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN). *Skripsi*.