

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Penyajian Data**

##### **1. Gambaran Umum Kota Banjarmasin**

Secara geografis Kota Banjarmasin berada antara  $3^{\circ} 16' 46''$  hingga dengan  $3^{\circ} 22' 54''$  Lintang Selatan dan  $114^{\circ} 31' 40''$  hingga dengan  $114^{\circ} 39' 55''$  Bujur Timur. ketinggian rata-rata kota Banjarmasin yaitu 0,16 m dibawah permukaan laut yang kondisi daerah relatif datar dan berpaya-paya. Pada waktu air pasang hampir seluruh wilayah digenangi air (Badan Pusat Statistika Kota Banjarmasin, 2021, hlm. 3).

Luas Kota Banjarmasin 98,46 km persegi atau 0,26 % dari luas wilayah Provinsi Kalimantan Selatan, terdiri dari 5 kecamatan yaitu Banjarmasin Selatan, Banjarmasin Timur, Banjarmasin Barat, Banjarmasin Tengah, Banjarmasin Utara. Banjarmasin Selatan adalah kecamatan yang terluas dibandingkan kecamatan yang lainnya dengan persentase sebesar 38,90% ( $38,30 \text{ Km}^2$ ). Kota Banjarmasin disebut sebagai Kota Seribu Sungai karena banyaknya sungai yang melintas wilayah Kota Banjarmasin. Sungai terpanjang yang melintas Kota Banjarmasin adalah Sungai Martapura dengan panjang 25.066 m (Badan Pusat Statistika Kota Banjarmasin, 2021, hlm. 5).

Jumlah kelurahan di Kota Banjarmasin menurut kecamatan tahun 2020 yaitu Banjarmasin Selatan berjumlah 12 kelurahan, Banjarmasin Timur berjumlah 9 kelurahan, Banjarmasin Barat berjumlah 9 kelurahan,

Banjarmasin Tengah berjumlah 12 kelurahan, dan Banjarmasin SelaUtara berjumlah 10 kelurahan. Jadi total kelurahan Kota Banjarmasin 52 kelurahan (Badan Pusat Statistika Kota Banjarmasin, 2021, hlm. 25).

Pada Tahun 2020, rasio jenis kelamin di Kota Banjarmasin sebesar 100,36. Hal ini dapat menggambarkan bahwa jumlah penduduk laki-laki masih lebih banyak di bandingkan dengan jumlah penduduk perempuan walaupun selisihnya cenderung kecil. Menurut wilayah kecamatan, maka hampir sekitar 47,87% penduduk kota Banjarmasin bertempat tinggal di Kecamatan Banjarmasin Selatan dan Banjarmasin Utara dengan memiliki tingkat kepadatan penduduk terbesar pada kecamatan Banjarmasin Tengah yang mencapai 13.155 jiwa/km<sup>2</sup> (Badan Pusat Statistika Kota Banjarmasin, 2021, hlm. 69).

Luas wilayah Banjarmasin sebesar 98,46 Km<sup>2</sup>, dan kepadatan penduduk Kota Banjarmasin hingga 6.679 penduduk/km<sup>2</sup>. Dari angka tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh Kabupaten/Kota di Provinsi Kalimantan Selatan yang terpadat penduduk yaitu Kota Banjarmasin. Jika dilihat dari tahun-tahun sebelumnya, kepadatan penduduk Kota Banjarmasin selalu mengalami peningkatan hal ini sejajar dengan terjadinya pertumbuhan penduduk yang selalu meningkat dari tahun ke tahun (Badan Pusat Statistika Kota Banjarmasin, 2021, hlm. 70).

Berikut Data jumlah penduduk menurut kecamatan dan Agama yang dianut pada tahun 2020.

Tabel 4.1  
Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan Dan Agama Yang Dianut

Kecamatan	Islam	Protestan	Katolik	Hindu	Budha	Lainnya
Banjarmasin Selatan	512.851	12.096	6.389	1.129	3.556	12.138
Banjarmasin Timur	80.298	1.761	941	114	697	52
Banjarmasin Barat	121.412	3.855	1.132	625	570	351
Banjarmasin Tengah	70.818	3.097	1.919	194	1.317	58
Banjarmasin Utara	87.650	817	361	53	48	11.609
<b>Total</b>	<b>873.029</b>	<b>21.626</b>	<b>10.742</b>	<b>2.115</b>	<b>6.188</b>	<b>24.208</b>

Sumber: Badan Pusat Statistika Kota Banjarmasin, 2021

Dari gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa Agama Islam yang memiliki banyak penganut yaitu sebesar 8.730,29%. diantara 5 kecamatan yang paling banyak yang menganut Agama Islam yaitu Kecamatan Banjarmasin Selatan yang nilainya sebesar 5.128,51%.

## 2. Deskripsi Responden

Data responden dalam penelitian ini diperoleh dengan cara penyebaran angket/kuesioner menggunakan google form dan disebarikan secara online. Dalam penelitian ini responden berjumlah 100 orang dengan kriteria masyarakat yang menggunakan Bank Syariah di Kota Banjarmasin. Total item / pernyataan dalam kuesioner berjumlah 37 butir dan 10 butir pertanyaan untuk mengetahui identitas responden.

Berikut adalah hasil gambaran data dan karakteristik dari 100 responden yang didapat :

## a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2  
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	F	Presentase
1	Laki-Laki	27	27%
2	Perempuan	73	73%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Dari data tabel di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diperoleh responden perempuan berjumlah 73 orang dengan persentase sebesar 73 % dan responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 27 orang dengan persentase sebesar 27%. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan.

## b. Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3  
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	F	Presentase
1	< 17 Tahun	0	0%
2	17-20 Tahun	10	10%
3	21-25 Tahun	87	87%
4	26-30 Tahun	2	2%
5	31-35 Tahun	0	0%
6	> 35 Tahun	1	1%

Total	100	100%
-------	-----	------

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel data di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan usia diperoleh responden yang berusia sekitar < 17 Tahun berjumlah 0 orang dengan Presentase sebesar 0%, responden yang berusia sekitar 17-20 Tahun berjumlah 10 orang dengan Presentase sebesar 10%, responden yang berusia sekitar 21 - 25 Tahun berjumlah 87 orang dengan Presentase sebesar 87%, responden yang berusia sekitar 26-30 Tahun berjumlah 2 orang dengan Presentase sebesar 2%, responden yang berusia sekitar 31-35 Tahun berjumlah 0 orang dengan Presentase sebesar 0%, responden yang berusia sekitar > 35 Tahun berjumlah 1 orang dengan Presentase sebesar 1%. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini mayoritas karakteristik responden berdasarkan usia adalah responden yang berusia sekitar 21 - 25 tahun dengan Presentase sebesar 87% karena usia sekitar 21 – 25 tahun biasanya Pelajar/Mahasiswa, menurut Penulis bahwa biasanya Pelajar/Mahasiswa sering kali mereka menggunakan Produk Bank untuk melakukan sebuah transaksi untuk memudahkan kehidupan sehari-harinya.

## c. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.4  
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Usia	F	Presentase
1	SMA/SMK/Sederajat	75	75%
2	Diploma	2	2%
3	Sarjana	23	23%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Dari data tabel di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir diperoleh responden dengan pendidikan terakhir SD/MI/Sederajat berjumlah 0 atau 0%, pendidikan terakhir SMP/MTS/Sederajat berjumlah 0 atau 0%, pendidikan terakhir SMA/SMK/Sederajat berjumlah 75 atau 75%, pendidikan terakhir Diploma berjumlah 2 atau 2%, pendidikan terakhir Sarjana berjumlah 23 atau 23%, dan pendidikan terakhir Pascasarjana berjumlah 0 atau 0% . Dapat disimpulkan dalam penelitian ini karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir mayoritas responden dengan pendidikan terakhir SMA/SMK/Sederajat, karena hal ini berkaitan dengan hasil responden berdasarkan usia yang memiliki hasil bahwa dominan usia 21 - 25 tahun jadi sekitar usia tersebut masih status pelajar/mahasiswa.

## d. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.5  
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Usia	F	Presentase
1	Pelajar/Mahasiswa	84	84%
2	PNS	1	1%
3	TNI/Polri	1	1%
4	Wiraswasta	2	2%
5	Guru/Dosen	5	5%
6	Lainnya	7	7%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Dari data tabel di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan. Responden yang status pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa berjumlah 84 atau 84%, PNS berjumlah 1 atau 1%, TNI/Polri berjumlah 1 atau 1%, Wiraswasta berjumlah 2 atau 2% , Guru/Dosen berjumlah 5 atau 5% dan pekerjaan lainnya berjumlah 7 atau 7%. Dari data tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden berstatus seorang pelajar/mahasiswa karena hasil ini saling berkaitan dengan hasil responden berdasarkan usia dan pendidikan terakhir.

## e. Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Tabel 4.6  
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

No	Usia	F	Presentase
1	< 1.000.000	74	74%
2	1.000.000 – 2.000.000	10	10%
3	2.000.000 – 3.000.000	10	10%
4	3.000.000 – 4.000.000	2	2%
5	> 4.000.000	4	4%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Dari data tabel di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan diperoleh responden dengan tingkat pendapatan <1.000.000 berjumlah 74 atau 74%, tingkat pendapatan 1.000.000 – 2.000.000 berjumlah 10 atau 10%, tingkat pendapatan 2.000.000 – 3.000.000 berjumlah 10 atau 10%, tingkat pendapatan 3.000.000 – 4.000.000 berjumlah 2 atau 2%, dan tingkat pendapatan >4.000.000 berjumlah 4 atau 4%. Dapat disimpulkan bahwa responden yang mempunyai Rekening Bank Syariah didominasi oleh tingkat pendapatan yang kurang dari <1.000.000, karena bisa dilihat dari hasil responden berdasarkan pekerjaan bahwa paling dominan yaitu mahasiswa yaitu yang menghasilkan uang berdasarkan pemberian orang tua atau bekerja separuh waktu.

## f. Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal Sekarang

Tabel 4.7  
Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal  
Sekarang

No	Usia	F	Presentase
1	Banjarmasin Barat	9	9%
2	Banjarmasin Timur	53	53%
3	Banjarmasin Selatan	23	23%
4	Banjarmasin Utara	10	10%
5	Banjarmasin Tengah	5	5%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Dari data tabel di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan Alamat Tempat Tinggal Sekarang diperoleh responden yang beralamat Banjarmasin Barat sebesar 9 orang dengan presentase 9%, beralamat Banjarmasin Timur sebesar 53 orang dengan presentase 53%, beralamat Banjarmasin Selatan sebesar 23 orang dengan presentase 23%, beralamat Banjarmasin Utara sebesar 10 orang dengan presentase 10%, dan beralamat Banjarmasin Tengah sebesar 5 orang dengan presentase 5%. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden mayoritas beralamat di Banjarmasin Timur.

g. Responden Berdasarkan Produk Bank Syariah yang Digunakan Nasabah

Tabel 4.8  
Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Bank Syariah yang Digunakan Nasabah

No	Usia	F	Presentase
1	BSI	81	81%
2	Bank Kalsel Syariah	11	11%
3	Bank Muamalat Indonesia	6	6%
4	BTN Syariah	2	2%
5	Bank CIMB Niaga Syariah	0	0%
6	Bank Mega Syariah	0	0%
7	Bank Maybank Syariah	0	0%
8	Bank Sinarmas Syariah	0	0%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Dari data tabel di atas dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan Produk Bank Syariah yang Digunakan Nasabah diperoleh responden yang menggunakan BSI sebanyak 81 orang dengan presentase 81%, Bank Kalsel Syariah sebanyak 11 orang dengan presentase 11%, Bank Muamalat Indonesia sebanyak 6 orang dengan presentase 6%, BTN Syariah sebanyak 2 orang dengan presentase 2%, dan Bank CIMB Niaga Syariah; Bank Mega Syariah; Bank Maybank Syariah; Bank Sinarmas Syariah sebanyak 0 orang dengan presentase 0%. Jadi

dapat disimpulkan mayoritas responden menggunakan rekening Bank Syariah Indonesia (BSI).

### 3. Uji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk menunjukkan ukuran kevalidan/kesahihan suatu instrument penelitian apakah sudah tepat atau belum dalam mengukur instrumen pernyataan terhadap variabel penelitian (Sunyoto, Danang, 2012, hal. 55).

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu (Sujarweni & Endrayanto, 2012, hal. 177).

Dalam hal ini instrumen penelitian (angket/kuesioner) yang segera diuji validitasnya yaitu variabel *Brand Image*, Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Banjarmasin yang akan menjadi objek pengukuran kevalidan. Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan adalah SPSS 22.

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan nilai  $r$  tabel menggunakan alat uji Statistik SPSS 22. Dengan kriteria pengambilan keputusan membandingkan nilai  $R$  tabel dengan nilai  $R$  hitung dan membandingkan nilai Sig.(2-tailed) dengan probabilitas 0,05 sebagai berikut (Sujarweni & Endrayanto, 2012, hal. 177):

- 1) Dinyatakan valid jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dengan menggunakan level signifikan 5%. Dan jika nilai Sig.(2-tailed)  $<$  0,05 serta Pearson Correlation bernilai positif.
- 2) Dinyatakan tidak valid jika nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel dengan menggunakan level signifikan 5%. Dan jika nilai Sig.(2-tailed)  $>$  0,05 serta Pearson Correlation bernilai negatif.

Berikut adalah hasil uji validitas item kuesioner untuk variabel Independen (*Brand Image*, Pengetahuan dan Religiusitas) dan Dependen (Keputusan Menjadi Nasabah) :

Tabel 4.9  
Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	Kode Item	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Nilai Sig	Keterangan
<i>Brand Image (X<sub>1</sub>)</i>	KS1	0,572	0,196	0,000	Valid
	KS2	0,651	0,196	0,000	Valid
	KS3	0,755	0,196	0,000	Valid
	KU1	0,772	0,196	0,000	Valid
	KU2	0,781	0,196	0,000	Valid
	KU3	0,805	0,196	0,000	Valid
	KF1	0,669	0,196	0,000	Valid
	KF2	0,701	0,196	0,000	Valid
	KF3	0,536	0,196	0,000	Valid
	PEN1	0,733	0,196	0,000	Valid

Pengetahuan (X <sub>2</sub> )	PEN2	0,846	0,196	0,000	Valid
	PEN3	0,776	0,196	0,000	Valid
	PEN4	0,808	0,196	0,000	Valid
	PEN5	0,729	0,196	0,000	Valid
	PEN6	0,654	0,196	0,000	Valid
	PEN7	0,727	0,196	0,000	Valid
	PEN8	0,806	0,196	0,000	Valid
Religiusitas (X <sub>3</sub> )	AK1	0,780	0,196	0,000	Valid
	AK2	0,829	0,196	0,000	Valid
	IB1	0,803	0,196	0,000	Valid
	IB2	0,766	0,196	0,000	Valid
	AM1	0,800	0,196	0,000	Valid
	AM2	0,812	0,196	0,000	Valid
	IH1	0,815	0,196	0,000	Valid
	IH2	0,883	0,196	0,000	0,000
	IL1	0,865	0,196	0,000	Valid
	IL2	0,868	0,196	0,000	Valid
	MM1	0,756	0,196	0,000	Valid
	MM2	0,768	0,196	0,000	Valid
	PI1	0,694	0,196	0,000	Valid
	PI2	0,690	0,196	0,000	Valid

Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	PA1	0,763	0,196	0,000	Valid
	PA2	0,744	0,196	0,000	Valid
	KMJBS1	0,781	0,196	0,000	Valid
	KMJBS2	0,846	0,196	0,000	Valid
	PPMN1	0,795	0,196	0,000	Valid
	PPMN2	0,738	0,196	0,000	Valid

Sumber: Data Diolah, 2021

Nilai R tabel didapat dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$df = N-2$$

$$df = 100-2 = 98$$

Tingkat Signifikansi 5% atau 0,05 didapat 0,196 nilai r tabel.

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa seluruh item indikator pernyataan untuk variabel Independen (*Brand Image* ( $X_1$ ), Pengetahuan ( $X_2$ ), Religiusitas ( $X_3$ )) dan variabel Dependen (Keputusan Menjadi Nasabah (Y)) dinyatakan valid, karena nilai seluruh item memenuhi kriteria pengambilan keputusan nilai r hitung dari seluruh item lebih besar dari r tabel dan nilai Sig (2 - tailed) seluruh item kurang dari 0,05.

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ukuran suatu kestabilan serta konsisten responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan kontruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk kuesioner (Sujarweni & Endrayanto, 2012, hal. 186).

Uji reliabilitas dapat juga dikatakan sebagai uji tingkat dapat dipercaya atau tidaknya suatu instrument penelitian sebagai alat pengumpul data penelitian yang baik.

Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban dari responden konsisten dan kriteria pengambilan keputusan untuk uji reliabel ini adalah sebagai berikut (Sujarweni & Endrayanto, 2012, hal. 186):

- 1) Kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten, Jika nilai Croanbach Alpha  $> 0,60$ .
- 2) Kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten, jika Jika nilai Croanbach Alpha  $< 0,60$ .

Berikut adalah hasil uji validitas item kuesioner untuk variabel Independen (*Brand Image*, Pengetahuan dan Religiusitas) dan Dependen (Keputusan Menjadi Nasabah) :

Tabel 4.10  
Tabel Hasil Uji Reliabilitas

No	Nama Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Standar	Keterangan
1.	<i>Brand Image</i> ( $X_1$ )	0,867	0,60	Reliabel
2.	Pengetahuan ( $X_2$ )	0,893	0,60	Reliabel
3.	Religiusitas ( $X_3$ )	0,946	0,60	Reliabel
4.	Keputusan Menjadi Nasabah (Y)	0,913	0,60	Reliabel

Sumber: Data Diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa seluruh item indikator pernyataan untuk variabel Independen (*Brand Image* ( $X_1$ ), Pengetahuan ( $X_2$ ), Religiusitas ( $X_3$ )) dan variabel Dependen (Keputusan Menjadi Nasabah ( $Y$ )) dinyatakan reliabel, karena nilai seluruh item lebih besar dari nilai Croanbach's Alpha 0,60 dan hasil tabel diatas memenuhi kriteria pengambilan keputusan.

#### 4. Deskripsi Variabel Penelitian

##### a. Variabel *Brand Image*

##### 1) Kekuatan (*Strengtheness*)

Tabel 4.11  
Tanggapan Responden mengenai Bank syariah mempunyai citra yang baik di mata masyarakat

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	26	26%
2	Setuju (S)	58	58%
3	Ragu-Ragu (RR)	16	16%
4	Tidak Setuju (TS)	0	0
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 58 dan persentase sebesar 58%. Hal ini menunjukkan bahwa Bank syariah mempunyai citra yang baik di mata masyarakat. Citra yang baik adalah yang menimbulkan rasa kesan, perasaan dan gambaran

yang baik terhadap perusahaan, Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa responden telah merasakan citra yang baik terhadap Bank Syariah.

Tabel 4.12  
Tanggapan Responden mengenai Bank Syariah memiliki keunggulan produk dibandingkan dengan bank lain.

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	20	20%
2	Setuju (S)	59	59%
3	Ragu-Ragu (RR)	20	20%
4	Tidak Setuju (TS)	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 59 dan persentase sebesar 59%. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Syariah memiliki keunggulan produk dibandingkan dengan bank lain. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa responden telah merasakan dan menggunakan keunggulan yang dimiliki Bank Syariah.

Tabel 4.13  
Tanggapan Responden mengenai Bank Syariah dipercaya memiliki pelayan yang baik

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	37	37%
2	Setuju (S)	48	48%
3	Ragu-Ragu (RR)	14	14%
4	Tidak Setuju (TS)	0	0
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 48 dan persentase sebesar 48%. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Syariah dipercaya memiliki pelayan yang baik. Dengan itu Bank Syariah telah memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat, Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa responden telah merasakan pelayanan yang baik yang telah diberikan oleh Bank Syariah.

2) Keunikan (*Uniqueness*)

Tabel 4.14  
Tanggapan Responden mengenai Bank Syariah memiliki merek yang unik berbeda dengan merek Bank lain

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	24	24%
2	Setuju (S)	50	50%
3	Ragu-Ragu (RR)	22	22%
4	Tidak Setuju (TS)	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 50 dan persentase sebesar 50%. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Syariah memiliki merek yang unik berbeda dengan merek Bank lain. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa responden telah mengakui Bank Syariah memiliki merek yang unik berbeda dengan merek Bank lain.

Tabel 4.15  
Tanggapan Responden mengenai Karyawan Bank Syariah  
berpenampilan Islami

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	35	35%
2	Setuju (S)	45	45%
3	Ragu-Ragu (RR)	16	16%
4	Tidak Setuju (TS)	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 45 dan persentase sebesar 45%. Hal ini menunjukkan bahwa Karyawan Bank Syariah berpenampilan Islami. Penampilan Islami menunjukan ciri khas Bank Syariah, Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa responden telah mengakui bahwa karyawan Bank Syariah Berpenampilan Islami.

Tabel 4.16  
Tanggapan Responden mengenai Bank syariah memiliki produk tabungan yang bervariasi dan sesuai keinginan Masyarakat

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	29	29%
2	Setuju (S)	54	54%
3	Ragu-Ragu (RR)	15	16%
4	Tidak Setuju (TS)	0	0
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 54 dan persentase sebesar 54%. Hal ini menunjukkan bahwa Bank syariah memiliki produk tabungan yang bervariasi dan sesuai keinginan anda. Dalam Bank Syariah memiliki berbagai macam produk tabungan dan menggunakan berbagai akad sehingga dengan banyaknya varian produk tabungan maka masyarakat bisa memilih produk sesuai keinginan dan kebutuhan, Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa responden telah mengakui bahwa Bank syariah memiliki produk tabungan yang bervariasi dan sesuai keinginan anda.

### 3) Keuntungan (*Favorable*)

Tabel 4.17  
Tanggapan Responden mengenai Bank Syariah memiliki merek yang mudah diucap dan diingat

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	12	12%
2	Setuju (S)	54	54%
3	Ragu-Ragu (RR)	26	26%
4	Tidak Setuju (TS)	6	6%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 54 dan persentase sebesar 54%. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Syariah memiliki merek yang mudah diucap dan diingat. Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa responden telah merasakan kemudahan pengucapan dan diingat merek Bank Syariah.

Tabel 4.18  
Tanggapan Responden mengenai Bank Syariah memiliki nama merek yang islami dibanding dengan nama merek bank lain

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	31	31%
2	Setuju (S)	50	50%
3	Ragu-Ragu (RR)	16	16%
4	Tidak Setuju (TS)	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%

Total	100	100%
-------	-----	------

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 50 dan persentase sebesar 50%. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Syariah memiliki nama merek yang islami dibanding dengan nama merek bank lain. Dengan adanya merek yang Islami Di Bank Syariah maka hal ini sesuatu keuntungan bagi Bank Syariah karena memiliki identik tersendiri yaitu islami, Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa responden telah mengakui bahwa Bank Syariah memiliki nama merek yang islami dibanding.

Tabel 4.19

Tanggapan Responden mengenai Variasi tampilan warna pada penampilan fisik merek bank syariah lebih menarik dibanding bank lain.

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	11	11%
2	Setuju (S)	47	47%
3	Ragu-Ragu (RR)	39	39%
4	Tidak Setuju (TS)	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 47

dan persentase sebesar 47%. Hal ini menunjukkan bahwa Variasi tampilan warna pada penampilan fisik merek Bank Syariah lebih menarik dibanding bank lain. Dengan adanya tampilan warna pada produk yang membuat lebih menarik maka hal tersebut membuat masyarakat tertarik untuk menggunakan produk bank syariah, Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa responden telah tertarik menggunakan produk Bank Syariah dengan adanya tampilan fisik produk yang menarik.

Berdasarkan hasil rekapitulasi seluruh item indikator untuk variabel *Brand Image* diatas berikut ini penulis tuliskan data hasil keseluruhan rata-rata jawaban responden untuk indikator pernyataan *Brand Image*.

Tabel 4.20  
Rekapitulasi hasil rata-rata pernyataan indikator *Brand Image*

Item	SS		S		RR		TS		STS		Rata-Rata	Total F	Persentase	Kategori
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
<b>X1.1</b>	26	26%	58	58%	16	16%	0	0%	0	0%	4,10	100	100%	
<b>X1.2</b>	20	20%	59	59%	20	20%	1	1%	0	0%	3,98	100	100%	
<b>X1.3</b>	37	37%	48	48%	14	14%	0	0%	1	1%	4,20	100	100%	
<b>X1.4</b>	24	24%	50	50%	22	22%	2	2%	2	2%	3,92	100	100%	
<b>X1.5</b>	35	35%	45	45%	16	16%	2	2%	2	2%	4,08	100	100%	
<b>X1.6</b>	29	29%	54	54%	15	15%	0	0%	2	2%	4,08	100	100%	
<b>X1.7</b>	12	12%	54	54%	26	26%	6	6%	2	2%	3,70	100	100%	
<b>X1.8</b>	31	31%	50	50%	16	16%	2	2%	1	1%	4,08	100	100%	

<b>X1.9</b>	11	11%	47	47%	39	39%	2	2%	1	1%	3,65	100	100%	
<b>RATA-RATA (Mean)</b>											<b>35,79</b>		<b>Baik</b>	
<b>GRAND TOTAL (Mean)</b>											<b>3,97</b>			

Sumber : Data diolah, 2021

Dari hasil tabel rekapitulasi rata-rata jawaban responden atas sembilan item pernyataan indikator *Brand Image* diatas mendapatkan hasil rata-rata 3,97 dan dikategorikan pada tingkat baik. Dapat disimpulkan bahwa responden telah cukup setuju pada pernyataan *Brand Image* yang diberikan. Jawaban dengan rata-rata tertinggi adalah pada item ke 3 dengan jumlah 4,20. Item ini menyatakan bahwa Bank Syariah dipercaya memiliki pelayan yang baik dimata masyarakat.

b. Variabel Pengetahuan

Tabel 4.21  
Tanggapan Responden mengenai pengetahuan tentang produk-  
produk yang ada di Bank Syariah

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	13	13%
2	Setuju (S)	40	40%
3	Ragu-Ragu (RR)	39	39%
4	Tidak Setuju (TS)	7	7%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 40 dan persentase sebesar 40%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden mengetahui produk-produk yang ada di Bank Syariah.

Tabel 4.22  
Tanggapan Responden mengenai pengetahuan tentang syarat dan ketentuan apabila menggunakan produk Bank Syariah

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	16	16%
2	Setuju (S)	47	47%
3	Ragu-Ragu (RR)	30	30%
4	Tidak Setuju (TS)	5	5%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 47 dan persentase sebesar 47%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden mengetahui syarat dan ketentuan apabila menggunakan produk Bank Syariah.

Tabel 4.23  
Tanggapan Responden mengenai pengetahuan tentang akad yang digunakan dalam setiap produk Bank Syariah

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	19	19%
2	Setuju (S)	40	40%
3	Ragu-Ragu (RR)	28	28%
4	Tidak Setuju (TS)	12	12%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 40 dan persentase sebesar 40%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden mengetahui akad-akad yang akan digunakan dalam setiap produk Bank Syariah.

Tabel 4.24  
Tanggapan Responden mengenai pengetahuan tentang Bank Syariah di Banjarmasin

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	15	15%
2	Setuju (S)	50	50%
3	Ragu-Ragu (RR)	27	27%
4	Tidak Setuju (TS)	7	7%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 50 dan persentase sebesar 50%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden mengetahui tentang Bank Syariah yang berada di Banjarmasin.

Tabel 4.25  
Tanggapan Responden mengenai lokasi Bank Syariah di  
Banjarmasin

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	34	34%
2	Setuju (S)	42	42%
3	Ragu-Ragu (RR)	21	21%
4	Tidak Setuju (TS)	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 42 dan persentase sebesar 42%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden mengetahui mengenai lokasi Bank Syariah di Banjarmasin.

Tabel 4.26  
Tanggapan Responden mengenai bahwa bank syariah memberikan pelayanan tidak membedakan dari agama nasabah

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	34	34%
2	Setuju (S)	36	36%
3	Ragu-Ragu (RR)	24	24%
4	Tidak Setuju (TS)	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 36 dan persentase sebesar 36%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden mengetahui bahwa pelayanan bank syariah tidak membedakan dari agama nasabah.

Tabel 4.27  
Tanggapan Responden mengenai manfaat menggunakan produk dan jasa Bank Syariah

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	26	26%
2	Setuju (S)	51	51%
3	Ragu-Ragu (RR)	22	22%
4	Tidak Setuju (TS)	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 51 dan persentase sebesar 51%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden mengetahui manfaat yang diperoleh apabila menggunakan produk dan jasa Bank Syariah.

Tabel 4.28  
Tanggapan Responden mengenai keuntungan menggunakan produk dan jasa Bank Syariah

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	27	27%
2	Setuju (S)	51	51%
3	Ragu-Ragu (RR)	19	19%
4	Tidak Setuju (TS)	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 51 dan persentase sebesar 51%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden mengetahui keuntungan yang diperoleh apabila menggunakan produk dan jasa Bank Syariah.

Berdasarkan hasil rekapitulasi seluruh item indikator untuk variabel Pengetahuan diatas berikut ini penulis tuliskan data hasil keseluruhan rata-rata jawaban responden untuk indikator pernyataan Pengetahuan.

Tabel 4.29  
Rekapitulasi hasil rata-rata pernyataan indikator Pengetahuan

Item	SS		S		RR		TS		STS		Rata- Rata	Total F	Persentase	Kategori
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
<b>X2. 1</b>	13	13%	40	40%	39	39%	7	7%	1	1%	3,57	100	100%	
<b>X2. 2</b>	16	16%	47	47%	30	30%	5	5%	2	2%	3,70	100	100%	
<b>X2. 3</b>	19	19%	40	40%	28	28%	12	12%	1	1%	3,64	100	100%	
<b>X2. 4</b>	15	15%	50	50%	27	27%	7	7%	1	1%	3,71	100	100%	
<b>X2. 5</b>	34	34%	42	42%	21	21%	3	3%	0	0%	4,05	100	100%	
<b>X2. 6</b>	34	34%	36	36%	24	24%	4	4%	2	2%	3,96	100	100%	
<b>X2. 7</b>	26	26%	51	51%	22	22%	1	1%	0	0%	4,02	100	100%	
<b>X2. 8</b>	27	27%	51	51%	19	19%	3	3%	0	0%	4,02	100	100%	
<b>RATA-RATA (Mean)</b>											<b>30,67</b>			<b>Baik</b>
<b>GRAND TOTAL (Mean)</b>												<b>3,83</b>		

Sumber : Data diolah, 2021

Dari hasil tabel rekapitulasi rata-rata jawaban responden atas delapan item pernyataan indikator Pengetahuan diatas mendapatkan hasil rata-rata 3,83 dan dikategorikan pada tingkat baik. Dapat disimpulkan bahwa responden telah cukup setuju pada pernyataan Pengetahuan yang diberikan. Jawaban dengan rata-rata tertinggi adalah pada item ke 5 dengan jumlah 4,05. Item ini menyatakan bahwa para Responden mengetahui lokasi-lokasi Bank Syariah di Banjarmasin.

## c. Variabel Religiusitas

## 1) Akidah (Ideologi)

Tabel 4.30  
Tanggapan Responden mengenai Keyakinan bahwa Bank Syariah  
melakukan beberapa transaksi berdasarkan Alqur'an dan Hadits

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	32	32%
2	Setuju (S)	46	46%
3	Ragu-Ragu (RR)	17	17%
4	Tidak Setuju (TS)	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 46 dan persentase sebesar 46%. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Syariah melakukan beberapa transaksi berdasarkan Alqur'an dan Hadits.

Tabel 4.31  
Tanggapan Responden mengenai bertransaksi di bank syariah akan  
lebih manfaat dan berkah

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	39	39%
2	Setuju (S)	48	48%
3	Ragu-Ragu (RR)	9	9%
4	Tidak Setuju (TS)	2	2%

5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 48 dan persentase sebesar 48%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden setuju bahwa bertransaksi di bank syariah akan lebih manfaat dan berkah.

## 2) Ibadah (Ritual)

Tabel 4.32  
Tanggapan Responden mengenai umat muslim selalu menghindari perolehan Riba

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	70	70%
2	Setuju (S)	22	22%
3	Ragu-Ragu (RR)	5	5%
4	Tidak Setuju (TS)	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Sangat Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 70 dan persentase sebesar 70%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden Sangat Setuju bahwa umat muslim selalu menghindari perolehan Riba.

Tabel 4.33  
Tanggapan Responden mengenai lebih suka melakukan penggunaan jasa bank ke Bank Syariah

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	45	45%
2	Setuju (S)	39	39%
3	Ragu-Ragu (RR)	14	14%
4	Tidak Setuju (TS)	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Sangat Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 45 dan persentase sebesar 45%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden lebih suka melakukan penggunaan jasa bank ke Bank Syariah.

### 3) Amal (Pengamalan)

Tabel 4.34  
Tanggapan Responden mengenai melakukan transaksi menggunakan bank syariah hidup begitu sangat berkah

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	32	32%
2	Setuju (S)	51	51%
3	Ragu-Ragu (RR)	13	13%
4	Tidak Setuju (TS)	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%

Total	100	100%
-------	-----	------

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 51 dan persentase sebesar 51%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden merasa sangat berkah apabila melakukan transaksi menggunakan bank syariah.

Tabel 4.35  
Tanggapan Responden mengenai ketika menjadi nasabah Bank Syariah sangat bermanfaat dalam kehidupan perekonomian

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	27	27%
2	Setuju (S)	50	50%
3	Ragu-Ragu (RR)	21	21%
4	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 50 dan persentase sebesar 50%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden ketika menjadi nasabah Bank Syariah sangat bermanfaat dalam kehidupan perekonomian.

## 4) Ihsan (Penghayatan)

Tabel 4.36  
Tanggapan Responden mengenai berusaha memenuhi sikap islami dengan cara menjadi nasabah Bank Syariah

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	35	35%
2	Setuju (S)	48	48%
3	Ragu-Ragu (RR)	15	15%
4	Tidak Setuju (TS)	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 48 dan persentase sebesar 48%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden berusaha memenuhi sikap islami dengan cara menjadi nasabah Bank Syariah.

Tabel 4.37  
Tanggapan Responden mengenai memilih bank syariah karena operasionalnya berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	44	44%
2	Setuju (S)	44	44%
3	Ragu-Ragu (RR)	9	9%
4	Tidak Setuju (TS)	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%

Total	100	100%
-------	-----	------

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Sangat Setuju dan Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah sama-sama 44 dan persentase sebesar 44%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden memilih bank syariah karena operasionalnya berdasarkan pada prinsip-prinsip syariah.

#### 5) Ilmu (Pengetahuan)

Tabel 4.38

Tanggapan Responden mengenai mengetahui hukum Islam sehingga memilih menjadi nasabah di Bank Syariah

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	44	44%
2	Setuju (S)	41	41%
3	Ragu-Ragu (RR)	11	11%
4	Tidak Setuju (TS)	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Sangat Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 44 dan persentase sebesar 44%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden mengetahui hukum Islam sehingga memilih menjadi nasabah di Bank Syariah.

Tabel 4.39  
Tanggapan Responden mengenai ketika memilih bank syariah hidup  
terasa tenang karena mengetahui bank syariah berdasarkan prinsip  
Islam

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	38	38%
2	Setuju (S)	44	44%
3	Ragu-Ragu (RR)	15	15%
4	Tidak Setuju (TS)	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 44 dan persentase sebesar 44%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden ketika memilih Bank Syariah hidup mereka terasa tenang karena mengetahui Bank Syariah berdasarkan prinsip Islam.

Berdasarkan hasil rekapitulasi seluruh item indikator untuk variabel Religiusitas diatas berikut ini penulis tuliskan data hasil keseluruhan rata-rata jawaban responden untuk indikator pernyataan Religiusitas.

Tabel 4.40  
Rekapitulasi hasil rata-rata pernyataan indikator Religiusitas

Item	SS		S		RR		TS		STS		Rata- Rata	Total F	Persentase	Kategori
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
<b>X3.1</b>	32	32%	46	46%	17	17%	4	4%	1	1%	4,04	100	100%	
<b>X3.2</b>	39	39%	48	48%	9	9%	2	2%	2	2%	4,19	100	100%	
<b>X3.3</b>	70	70%	22	22%	5	5%	1	1%	2	2%	4,57	100	100%	
<b>X3.4</b>	45	45%	39	39%	14	14%	1	1%	1	1%	4,26	100	100%	
<b>X3.5</b>	32	32%	51	51%	13	13%	3	3%	1	1%	4,11	100	100%	
<b>X3.6</b>	27	27%	50	50%	21	21%	0	0%	2	2%	4,02	100	100%	
<b>X3.7</b>	35	35%	48	48%	15	15%	1	1%	1	1%	4,15	100	100%	
<b>X3.8</b>	44	44%	44	44%	9	9%	2	2%	1	1%	4,29	100	100%	
<b>X3.9</b>	44	44%	41	41%	11	11%	2	2%	2	2%	4,23	100	100%	
<b>X3.10</b>	38	38%	44	44%	15	15%	2	2%	1	1%	4,16	100	100%	
<b>RATA-RATA (Mean)</b>											<b>42,02</b>			<b>Baik</b>
<b>GRAND TOTAL (Mean)</b>											<b>4,20</b>			

Sumber : Data diolah, 2021

Dari hasil tabel rekapitulasi rata-rata jawaban responden atas delapan item pernyataan indikator Religiusitas diatas mendapatkan hasil rata-rata 4,20 dan dikategorikan pada tingkat baik. Dapat disimpulkan bahwa responden telah cukup setuju pada pernyataan Religiusitas yang diberikan. Jawaban dengan rata-rata tertinggi adalah pada item ke 3 dengan jumlah 4,57. Item ini menyatakan bahwa para Responden sebagai umat muslim selalu menghindari perolehan Riba.

## d. Variabel Keputusan Menjadi Nasabah

## 1) Mengenali Masalah

Tabel 4.41  
Tanggapan Responden mengenai bank syariah Diperlukan untuk membantu perencanaan keuangan

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	23	23%
2	Setuju (S)	49	49%
3	Ragu-Ragu (RR)	23	23%
4	Tidak Setuju (TS)	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 49 dan persentase sebesar 49%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden membutuhkan Bank Syariah untuk perencanaan Keuangan Mereka.

Tabel 4.42  
Tanggapan Responden mengenai memilih menabung di Bank Syariah untuk memenuhi keperluan

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	30	30%
2	Setuju (S)	46	46%
3	Ragu-Ragu (RR)	20	20%
4	Tidak Setuju (TS)	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%

Total	100	100%
-------	-----	------

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 46 dan persentase sebesar 46%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden memilih menabung di Bank Syariah untuk memenuhi keperluan sehari-hari mereka.

## 2) Pencarian Informasi

Tabel 4.43

Tanggapan Responden mengenai mencari informasi dari teman, keluarga dan internet sebelum memutuskan untuk menabung di Bank Syariah

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	31	31%
2	Setuju (S)	36	36%
3	Ragu-Ragu (RR)	22	22%
4	Tidak Setuju (TS)	7	7%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	4	4%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 36 dan persentase sebesar 36%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden sebelum memutuskan untuk menabung di Bank Syariah mereka

mencari informasi dari teman, keluarga dan internet tentang Bank Syariah.

Tabel 4.44  
Tanggapan Responden mengenai membandingkan Bank Syariah dan Bank lainya sebelum memutuskan menabung di Bank Syariah

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	35	35%
2	Setuju (S)	34	34%
3	Ragu-Ragu (RR)	22	22%
4	Tidak Setuju (TS)	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	5	5%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Sangat Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 35 dan persentase sebesar 35%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden membandingkan Bank Syariah dan Bank lainya sebelum memutuskan menabung di Bank Syariah.

### 3) Penilaian Alternatif

Tabel 4.45  
Tanggapan Responden mengenai Bank Syariah memberikan produk-produk yang sesuai dengan Al-Quran dan Hadist

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	32	32%
2	Setuju (S)	41	41%
3	Ragu-Ragu (RR)	22	22%

4	Tidak Setuju (TS)	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 41 dan persentase sebesar 41%. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Syariah memberikan produk-produk yang sesuai dengan Al-Quran dan Hadist.

Tabel 4.46  
Tanggapan Responden mengenai Bank Syariah memberikan kemudahan kepada nasabah melakukan transaksi

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	27	27%
2	Setuju (S)	55	55%
3	Ragu-Ragu (RR)	14	14%
4	Tidak Setuju (TS)	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 55 dan persentase sebesar 55%. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Syariah memberikan kemudahan kepada nasabah saat melakukan transaksi.

## 4) Keputusan Menggunakan Jasa Bank Syariah

Tabel 4.47

Tanggapan Responden mengenai memilih menggunakan jasa Bank Syariah karena pelayanan Bank Syariah handal

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	17	17%
2	Setuju (S)	54	54%
3	Ragu-Ragu (RR)	26	26%
4	Tidak Setuju (TS)	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 54 dan persentase sebesar 54%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden memilih menggunakan jasa Bank Syariah karena pelayanan Bank Syariah handal.

Tabel 4.48

Tanggapan Responden mengenai Bank Syariah melaksanakan prinsip syariah Islam dalam setiap praktik transaksinya sehingga membuat Responden untuk menjadi nasabah Bank Syariah

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	21	21%
2	Setuju (S)	53	53%
3	Ragu-Ragu (RR)	21	21%
4	Tidak Setuju (TS)	4	4%

5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 53 dan persentase sebesar 53%. Hal ini menunjukkan bahwa Bank Syariah melaksanakan prinsip syariah Islam dalam setiap praktik transaksinya sehingga membuat Responden untuk menjadi nasabah Bank Syariah.

#### 5) Perilaku Pasca Menjadi Nasabah

Tabel 4.49  
Tanggapan Responden mengenai merasa puas aman menggunakan produk Bank Syariah

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	34	34%
2	Setuju (S)	51	51%
3	Ragu-Ragu (RR)	12	12%
4	Tidak Setuju (TS)	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 51 dan persentase sebesar 51%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden merasa puas aman menggunakan produk Bank Syariah.

Tabel 4.50  
Tanggapan Responden mengenai merekomendasikan bank syariah  
kepada kerabat dan teman-teman

No	Pilihan Jawaban	F	Presentase
1	Sangat Setuju (SS)	46	46%
2	Setuju (S)	42	42%
3	Ragu-Ragu (RR)	9	9%
4	Tidak Setuju (TS)	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1%
Total		100	100%

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden menanggapi Sangat Setuju pada pernyataan ini dengan jumlah 46 dan persentase sebesar 46%. Hal ini menunjukkan bahwa Responden merekomendasikan bank syariah kepada kerabat dan teman-teman.

Berdasarkan hasil rekapitulasi seluruh item indikator untuk variabel Keputusan Menjadi Nasabah diatas berikut ini penulis tuliskan data hasil keseluruhan rata-rata jawaban responden untuk indikator pernyataan Keputusan Menjadi Nasabah.

Tabel 4.51  
Rekapitulasi hasil rata-rata pernyataan indikator Keputusan Menjadi Nasabah

Item	SS		S		RR		TS		STS		Rata- Rata	Total F	Persentase	Kategori
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
<b>X3.1</b>	23	23%	49	49%	23	23%	3	3%	2	2%	3,88	100	100%	
<b>X3.2</b>	30	30%	46	46%	20	20%	2	2%	2	2%	4,00	100	100%	
<b>X3.3</b>	31	31%	36	36%	22	22%	7	7%	4	4%	3,83	100	100%	
<b>X3.4</b>	35	35%	34	34%	22	22%	4	4%	5	5%	3,90	100	100%	
<b>X3.5</b>	32	32%	41	41%	22	22%	4	4%	1	1%	3,99	100	100%	
<b>X3.6</b>	27	27%	55	55%	14	14%	1	1%	3	3%	4,02	100	100%	
<b>X3.7</b>	17	17%	54	54%	26	26%	0	0%	3	3%	3,81	100	100%	
<b>X3.8</b>	21	21%	53	53%	21	21%	4	4%	1	1%	3,89	100	100%	
<b>X3.9</b>	34	34%	51	51%	12	12%	1	1%	2	2%	4,14	100	100%	
<b>X3.10</b>	46	46%	42	42%	9	9%	2	2%	1	1%	4,30	100	100%	
<b>RATA-RATA (Mean)</b>											<b>39,76</b>			<b>Baik</b>
<b>GRAND TOTAL (Mean)</b>											<b>3,97</b>			

Sumber : Data diolah, 2021

Dari hasil tabel rekapitulasi rata-rata jawaban responden atas delapan item pernyataan indikator Keputusan Menjadi Nasabah diatas mendapatkan hasil rata-rata 3,97 dan dikategorikan pada tingkat baik. Dapat disimpulkan bahwa responden telah cukup setuju pada pernyataan Keputusan Menjadi Nasabah yang diberikan. Jawaban dengan rata-rata tertinggi adalah pada item ke 10 dengan jumlah 4,30.

Item ini menyatakan bahwa para Responden merekomendasikan bank syariah kepada kerabat dan teman-teman.

## 5. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen, keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Sunyoto, Danang, 2012, hal. 119). Dalam penelitian ini uji normalitas yang digunakan adalah Uji Normalitas *Kolmogorov Smirnov* dengan alat statistik SPSS 22 dan dengan melihat pola P-P plot.

Kriteria pengambilan keputusan untuk uji normalitas *kolmogorov smirnov* ini adalah sebagai berikut (Sunyoto, Danang, 2012, hal. 121):

- 1) Jika nilai Sig. > 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal.
- 2) Sebaliknya, Jika nilai Sig. < 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

Berikut adalah hasil pengujian normalitas data pada penelitian ini :

Tabel 4.52  
*One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

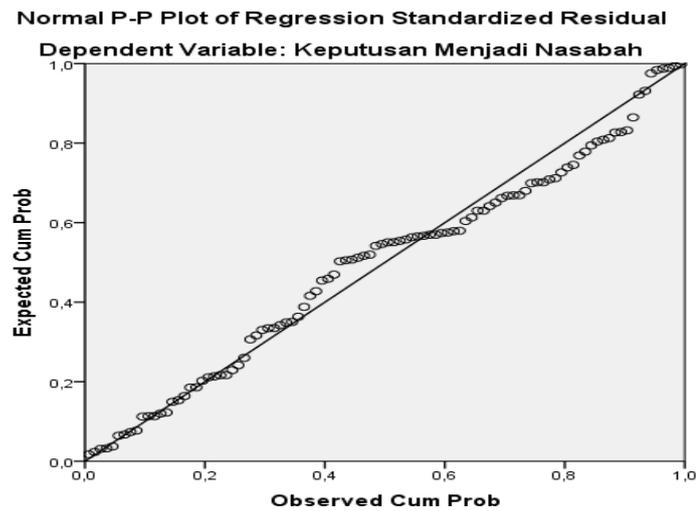
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,23144860
Most Extreme Differences	Absolute	,083
	Positive	,075
	Negative	-,083
Test Statistic		,083

Asymp. Sig. (2-tailed)

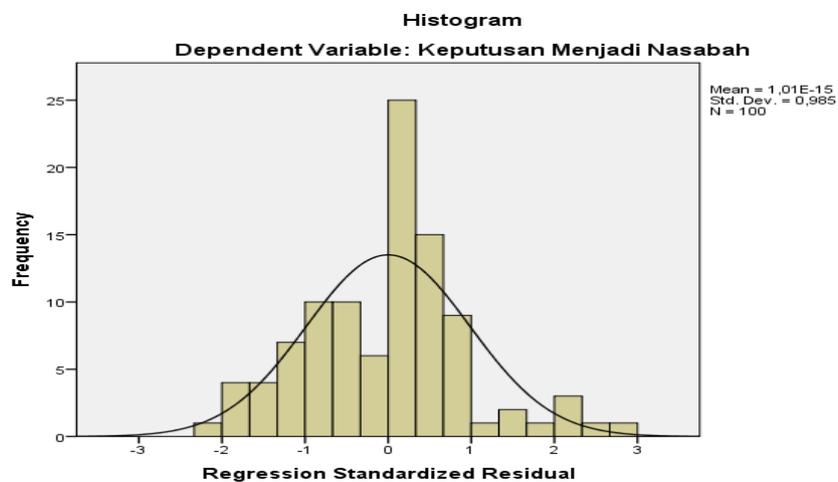
,087<sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber, SPSS 22



Sumber, SPSS 22



Sumber, SPSS 22

Berdasarkan tabel One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test di atas diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,087 lebih besar dari 0,05 ( $0,087 > 0,05$ ) dan juga terlihat bahwa pola P-P plot menunjukkan titik-titik berada disekitaran garis regresi atau mengikuti

garis regresi. Hal ini menunjukkan bahwa residual data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel independent yang terdapat dalam model memiliki hubungan yang sempurna. Uji multikolinieritas akan mengukur tingkat keeratan hubungan/pengaruh antar variabel bebas dalam penelitian ini (*Brand Image*  $X_1$ , Pengetahuan  $X_2$  dan Religiusitas  $X_3$ ) melalui besaran koefisien korelasi ( $r$ ) (Sunyoto, Danang, 2012, hal. 131).

Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini berdasarkan pada nilai Tolerance dan nilai VIF, sebagai berikut (Sunyoto, Danang, 2012, hal. 134).:

- 1) Jika nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $<$  dari 10,00 maka tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.
- 2) Jika nilai tolerance  $< 0,10$  dan nilai VIF  $>$  dari 10,00 maka terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

Berikut adalah hasil pengujian multikolinearitas pada penelitian ini :

Tabel 4.53  
*Coefficients* Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-3,664	2,583		-1,419	,159		
BRAND IMAGE	,514	,095	,372	5,417	,000	,512	1,954
PENGETAHUAN	,087	,081	,067	1,074	,286	,613	1,631

RELIGIUSITAS	,532	,070	,536	7,552	,000	,479	2,086
--------------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENJADI NASABAH

Sumber, SPSS 22

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinearitas menggunakan SPSS 22 diatas diketahui bahwa variabel *Brand Image* ( $X_1$ ) memiliki nilai tolerance  $0,512 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $1,954 < 10,00$  , variabel Pengetahuan ( $X_2$ ) memiliki nilai tolerance  $0,613 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $1,631 < 10,00$  , variabel Religiusitas ( $X_3$ ) memiliki nilai tolerance  $0,479 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $2,086 < 10,00$ . Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala Multikolinearitas karena hasil pengujian memenuhi kriteria pengambilan keputusan.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

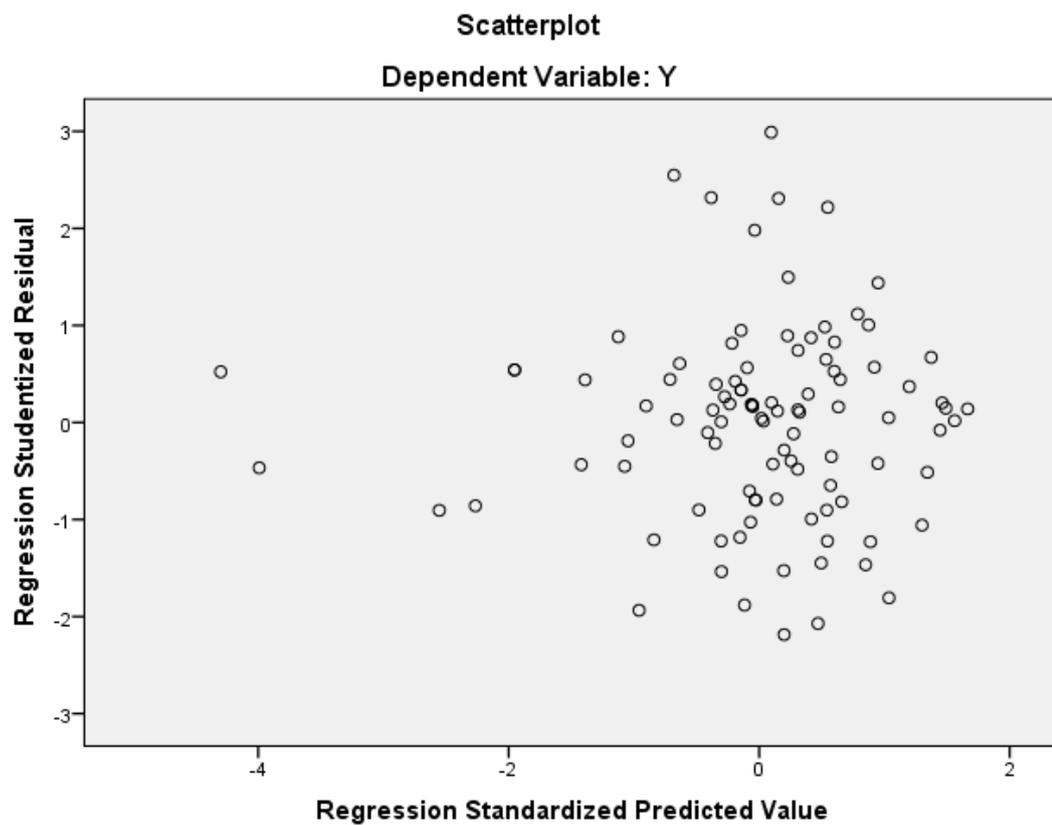
Uji Heteroskedastisitas merupakan uji yang diperlukan untuk mengetahui sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi lainnya. Jika residualnya mempunyai varians yang sama disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama / berbeda disebut terjadi heterokedastisitas (Sunyoto, Danang, 2012, hal. 135).

Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini ada 2 cara yaitu dengan melihat pola scatterplot dan menggunakan uji Spearman Rank dengan bantuan alat uji SPSS 22. Kriteria keputusan yang diambil jika melihat pola gambar scatterplot yaitu jika titik menyebar di atas, dibawah serta disekitar angka 0 dan titik tidak mengumpul hanya di atas dan dibawah saja serta tidak membentuk pola tertentu maka hal itu disebut

tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Adapun karakteristik pengambilan keputusan untuk uji Spearman rho yaitu sebagai berikut :

- 1) Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel dan nilai sig.  $<$  0,05 maka terjadi Heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel dan nilai sig.  $>$  0,05 maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Berikut adalah hasil pengujian heterokedastisitas dengan melihat pola scatterplot dan uji Spearman Rank :



Sumber, SPSS 22

Dari gambar pola scatterplot diatas diketahui bahwa titik titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 dan menyebar acak tidak

membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

Tabel 4.54  
Hasil pengujian Heterokedastisitas Spearman Rank

			Correlations			Unstandardized Residual
			X1	X2	X3	
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1,000	,463**	,532**	-,041
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,688
		N	100	100	100	100
	X2	Correlation Coefficient	,463**	1,000	,552**	,003
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,977
		N	100	100	100	100
	X3	Correlation Coefficient	,532**	,552**	1,000	,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,999
		N	100	100	100	100
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,041	,003	,000	1,000	
	Sig. (2-tailed)	,688	,977	,999	.	
	N	100	100	100	100	

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

Sumber, SPSS 22

Berdasarkan tabel dengan hasil pengujian Spearman Rho diperoleh nilai Sig. (2 – tailed) variabel *Brand Image* ( $X_1$ ) sebesar 0,688 > 0,05 nilai Sig. (2 – tailed) variabel Pengetahuan ( $X_2$ ) sebesar 0,977 > 0,05 dan nilai Sig. (2 – tailed) variabel Religiusitas ( $X_3$ ) sebesar 0,999 > 0,05. Dengan demikian tidak terjadi gejala heterokedastisitas pada model penelitian ini.

## 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi adalah analisis yang mengukur pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini yang akan dianalisis dari variabel independen yaitu *Brand Image*, Pengetahuan dan

Religiusitas terhadap Keputusan Menjadi Nasabah. Berikut adalah hasil persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini :

Tabel 4.55  
Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3,664	2,583		-1,419	,159
BRAND IMAGE	,514	,095	,372	5,417	,000
PENGETAHUAN	,087	,081	,067	1,074	,286
RELIGIUSITAS	,532	,070	,536	7,552	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENJADI NASABAH

Sumber, SPSS 22

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = -3,664 + 0,514 X_1 + 0,087 X_2 + 0,532 X_3 + e$$

**Keterangan:**

$\alpha$  = Konstanta

$Y$  = Keputusan Menjadi Nasabah

$X_1$  = *Brand Image*

$X_2$  = Pengetahuan

$X_3$  = Religiusitas

$e$  = Variabel *error* (diluar penelitian)

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta sebesar -3,664 menunjukkan jika variabel *Brand Image* ( $X_1$ ), Pengetahuan ( $X_2$ ) dan Religiusitas ( $X_3$ ) bernilai 0 (nol) maka keputusan menjadi nasabah terhadap bank syariah sebesar - 3,664.

- b. Nilai koefisien regresi *Brand Image* ( $X_1$ ) sebesar 0,514 yang berarti memiliki pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Menjadi Nasabah (Y), jika variabel *Brand Image* ( $X_1$ ) naik 1% maka Keputusan Menjadi Nasabah (Y) terhadap bank syariah naik sebesar 0,514. Sebaliknya jika variabel *Brand Image* ( $X_1$ ) berkurang 1 % maka Keputusan Menjadi Nasabah (Y) terhadap bank syariah turun sebesar 0,514.
- c. Nilai koefisien regresi Pengetahuan ( $X_2$ ) sebesar 0,087 yang berarti memiliki pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Menjadi Nasabah (Y), jika variabel Pengetahuan ( $X_2$ ) naik 1% maka Keputusan Menjadi Nasabah (Y) terhadap bank syariah naik sebesar 0,087. Sebaliknya jika variabel Pengetahuan ( $X_2$ ) berkurang 1 % maka Keputusan Menjadi Nasabah (Y) terhadap bank syariah turun sebesar 0,087.
- d. Nilai koefisien regresi Religiusitas ( $X_3$ ) sebesar 0,532 yang berarti memiliki pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Menjadi Nasabah (Y), jika variabel Religiusitas ( $X_3$ ) naik 1% maka Keputusan Menjadi Nasabah (Y) terhadap bank syariah naik sebesar 0,532. Sebaliknya jika variabel Religiusitas ( $X_3$ )berkurang 1 % maka Keputusan Menjadi Nasabah (Y) terhadap bank syariah turun sebesar 0,532.

## 7. Uji Koefisien Determinan

Uji Koefisien Determinasi adalah untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikatnya. Nilai

koefisien determinasi adalah antara nol dan satu, semakin tinggi nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) berarti semakin tinggi kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan terhadap variabel dependen (Mulyono, 2018, hal. 111-112).

Berikut adalah hasil koefisien determinasi dari pengujian menggunakan SPSS 22:

Tabel 4.56  
Hasil pengujian R Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,876 <sup>a</sup>	,768	,761	3,282

a. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN, BRAND IMAGE  
Sumber, SPSS 22

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai R Square adalah sebesar 0,768. Nilai R Square 0,768 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau “R”, yaitu  $0,876 \times 0,876 = 0,768$ . Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,768 atau sama dengan 76,8%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 76,8\% = 23,2\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

## 8. Uji Hipotesis

### a. Uji T

Adalah untuk mengetahui pengaruh secara individu (parsial) variabel independen dalam penelitian ini yaitu *Brand Image* ( $X_1$ ), Pengetahuan ( $X_2$ ), Religiusitas ( $X_3$ ) terhadap variabel Dependen Keputusan Menjadi Nasabah (Y). Adapun dasar pengambilan keputusan

untuk uji parsial (uji T) ini dengan melihat nilai signifikansi dan nilai t hitung sebagai berikut :

- 1) Jika nilai Sig < 0,05 dan jika nilai t hitung > t tabel maka ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- 2) Jika nilai Sig > 0,05 dan jika nilai t hitung < t tabel maka tidak ada pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Berikut ini adalah hasil pengujian uji T :

Tabel 4.57  
Hasil Regresi Linear Berganda Uji T

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-3,664	2,583		-1,419	,159
BRAND IMAGE	,514	,095	,372	5,417	,000
PENGETAHUAN	,087	,081	,067	1,074	,286
RELIGIUSITAS	,532	,070	,536	7,552	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENJADI NASABAH

Sumber, SPSS 22

Berdasarkan output diatas diketahui nilai t hitung variabel *Brand Image*, Pengetahuan dan Religiusitas adalah 1,984. Diperoleh dengan perhitungan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$T \text{ Tabel} = ( \alpha/2 ; n- k-1)$$

$$T \text{ Tabel} = (0,05 / 2 ; 100-3-1)$$

$$T \text{ Tabel} = (0,025 ; 96) = 1,984 \text{ didapat dari t tabel}$$

Keterangan :

n = Banyaknya observasi dalam kurun waktu data.

k = Jumlah Variabel X

a = Alpha dari 0,05

### 1) Pengujian Hipotesis *Brand Image*

$H_0$ : Secara Parsial *Brand Image* tidak berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin.

$H_1$ : Secara Parsial *Brand Image* berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin.

Berdasarkan tabel output SPSS diatas diketahui bahwa nilai Sig variabel *Brand Image* ( $X_1$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$  dan t hitung sebesar  $5,417 >$  dari t tabel 1,984 dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima yang berarti secara parsial variabel *Brand Image* berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin.

### 2) Pengujian Hipotesis Pengetahuan

$H_0$ : Secara Parsial Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin.

$H_1$ : Secara Parsial Pengetahuan berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin.

Berdasarkan tabel output SPSS diatas diketahui bahwa nilai Sig variabel Pengetahuan ( $X_2$ ) sebesar  $0,286 > 0,05$  dan t hitung sebesar  $1,074 <$  dari t tabel 1,984 dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak yang berarti secara parsial variabel Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin.

### 3) Pengujian Hipotesis Religiusitas

$H_0$ : Secara Parsial Religiusitas tidak berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin.

$H_1$ : Secara Parsial Religiusitas berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin.

Berdasarkan tabel output SPSS diatas diketahui bahwa nilai Sig variabel Religiusitas ( $X_3$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$  dan t hitung sebesar  $7,552 >$  dari t tabel 1,984 dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima yang berarti secara parsial variabel Religiusitas berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin.

b. Uji F

Uji Simultan adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai F hitung  $>$  nilai F tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Mulyono, 2018, hal. 113).

Pengambilan keputusan untuk uji simultan (uji F) ini dengan melihat nilai signifikansi dan nilai F hitung sebagai berikut :

- 1) Jika nilai Sig  $< 0,05$  dan jika nilai F hitung  $>$  nilai F tabel maka ada pengaruh secara simultan variabel X terhadap variabel Y.

2) Jika nilai Sig > 0,05 dan jika nilai F hitung < nilai F tabel maka tidak ada pengaruh secara simultan variabel X terhadap variabel Y.

Dalam penelitian ini berikut adalah hipotesis yang ingin dibuktikan :

H<sub>0</sub>: Secara Simultan *Brand Image*, Pengetahuan dan Religiusitas tidak berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin.

H<sub>1</sub>: Secara Simultan *Brand Image*, Pengetahuan dan Religiusitas berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin.

Tabel 4.58  
Hasil Regresi Linear Berganda Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3426,456	3	1142,152	106,063	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1033,784	96	10,769		
	Total	4460,240	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENJADI NASABAH

b. Predictors: (Constant), RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN, BRAND IMAGE

Sumber, SPSS 22

Berdasarkan output diatas diketahui nilai F hitung variabel *Brand Image*, Pengetahuan dan Religiusitas adalah 2,70. Diperoleh dengan perhitungan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$F \text{ Tabel} = (k ; n-k)$$

$$F \text{ Tabel} = 3 ; 100 - 3 = 3 ; 97$$

$$\text{Diperoleh nilai} = 2,70$$

Keterangan :

k = jumlah variabel x

$n$  = jumlah responden

Berdasarkan hasil output SPSS diatas diketahui bahwa nilai  $F$  hitung sebesar  $106,063 > F$  tabel  $2,70$  dan nilai  $Sig$  sebesar  $0,000 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima yang berarti Secara simultan *Brand Image*, Pengetahuan dan Religiusitas berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin.

## **B. Analisi Data**

### **1. Pengaruh Secara Parsial Variabel *Brand Image* ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Banjarmasin**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel *Brand Image* ( $X_1$ ) terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin yang telah dilakukan menunjukkan nilai  $Sig$  variabel *Brand Image* ( $X_1$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $t$  hitung sebesar  $5,417 >$  dari  $t$  tabel  $1,984$  dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima yang berarti secara parsial variabel *Brand Image* berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin.

*Brand image* yaitu representasi dari semua persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi serta pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Seseorang yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian

(Setiadi, 2003, hal. 180). Dalam hal ini bahwa apabila suatu perusahaan memiliki *Brand image* yang baik maka peluang konsumen untuk melakukan pembelian atau keputusan itu sangat besar. Menurut Penulis bahwa *Brand Image* yang diciptakan oleh Bank Syariah telah mampu membuat masyarakat berkeyakinan bahwa Bank Syariah adalah suatu perusahaan yang baik. Penilaian persepsi Responden tentang *Brand image* Bank Syariah dapat dilihat dalam 3 kategori indikator penilaian sebagai berikut:

- a. Kekuatan (*Strengtheness*) yang merupakan Keunggulan yang dimiliki oleh Produk Bank Syariah yang bersifat fisik dan tidak ditemukan pada perusahaan lainnya. Keunggulan Produk Bank Syariah ini tertuju pada atribut fisik produk tersebut sehingga dianggap seperti sebuah kelebihan dibanding dengan produk perusahaan lainnya.
- b. Keunikan (*Uniqueness*) yang merupakan Kemampuan untuk membedakan sebuah produk Bank Syariah diantara produk lainnya. Kesan ini muncul dari atribut produk Bank Syariah tersebut yang menjadi bahan pembeda atau difrensiasi dengan produk-produk lainnya.
- c. Keuntungan (*Favorable*) yang merupakan kemudahan produk Bank Syariah diucapkan serta kemampuan produk untuk tetap diingat oleh pelanggan maupun kesesuaian antara kesan produk dibentuk pelanggan dengan citra yang di inginkan perusahaan atas produk yang bersangkutan.

Dari hasil jawaban persepsi Responden terhadap 3 indikator *Brand Image* diatas diperoleh hasil rata-rata jawaban dengan nilai 3,97 Responden setuju bahwa *Brand Image* Bank Syariah baik dan sesuai dengan harapan Masyarakat sehingga dapat menarik masyarakat untuk membuat keputusan atau pembelian.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rahmanada Fitrotul Ullin yang berjudul “Pengaruh Promosi, *Brand Image*, dan Pemahaman Masyarakat Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel *Moderating* (Studi Pada Masyarakat Boyolali)” pada Tahun 2020 yang juga menunjukkan hasil variabel *Brand Image* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 4,235 dan nilai t tabel sebesar 1,98498 dengan nilai signifikansi nilainya sebesar 0,000 jadi t hitung > t tabel dan Sig < 0,05.

## **2. Pengaruh Secara Parsial Variabel Pengetahuan (X<sub>2</sub>) Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Banjarmasin**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel Pengetahuan (X<sub>2</sub>) terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin yang telah dilakukan menunjukkan nilai Sig variabel Pengetahuan (X<sub>2</sub>) sebesar 0,286 > 0,05 dan t hitung sebesar 1,074 < dari t tabel 1,984 dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> diterima H<sub>1</sub> ditolak yang berarti secara parsial variabel Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin. Mayoritas responden memiliki Pengetahuan

tentang Bank Syariah dengan nilai rata-rata 3,83. Namun hal ini belum mampu untuk membuat keputusan untuk menjadi Nasabah Bank Syariah, hal ini mungkin disebabkan oleh beberapa faktor yaitu sebagai berikut:

- a. Karena berdasarkan Religiusitas untuk membuat keputusan menjadi nasabah Bank Syariah sehingga Masyarakat tidak mempertimbangkan Pengetahuan sebagai keputusan menjadi nasabah Bank Syariah. Dari hasil penelitian Religiusitas berdasarkan keyakinan masyarakat menunjukkan rata-rata 4,20. Responden setuju bahwa mereka menggunakan Bank Syariah berdasarkan Agama yang dianut mereka yaitu Islam sehingga membuat mereka berkeputusan menjadi nasabah Bank Syariah.
- b. Perilaku konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah yang membuat pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah. dalam penelitian ini mayoritas responden adalah dari golongan Pelajar/Mahasiswa 84 orang. Dapat kita ketahui bahwa Pelajar/Mahasiswa selalu bertransaksi dengan lembaga keuangan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Seperti pembayaran SPP/UKT, belanja online, menabung, pencairan beasiswa, Transfer Uang dan lainnya. Jadi kita dapat ketahui dalam penelitian ini bahwa konsumen membuat suatu keputusan berdasarkan kebutuhan mereka sehari-hari.

### **3. Pengaruh Secara Parsial Variabel Religiusitas ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Banjarmasin**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel Religiusitas ( $X_3$ ) terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin yang telah dilakukan menunjukkan nilai Sig variabel Religiusitas ( $X_3$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $t$  hitung sebesar  $7,552 >$  dari  $t$  tabel 1,984 dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima yang berarti secara parsial variabel Religiusitas berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin.

Religiusitas adalah seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah, dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang muslim, religiusitas bisa diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam (Nashori & Mucharam, 2002, hal. 71). Dalam hal ini bahwa semua kegiatan sehari-hari harus dikaitkan dengan keyakinan dan pengetahuan atas agama yang dianutnya. Misalkan masyarakat mayoritas beragama Islam maka kebanyakan dari mereka pasti menggunakan produk Bank Syariah untuk menghindari Riba yang dilarang oleh Agama Islam. Menurut Penulis Bahwa mayoritas Masyarakat Banjarmasin telah menggunakan Produk Bank Syariah dengan menyesuaikan berdasarkan kebutuhan dan keyakinan mereka, karena mayoritas yang mengisi kuesioner penelitian ini beragama Islam. Penilaian persepsi Responden tentang Religiusitas dapat dilihat dalam 5 kategori indikator penilaian sebagai berikut:

- a. Akidah (Ideologi), yang merupakan tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatik dalam agamanya, seperti yakin bahwa Bank Syariah melakukan beberapa transaksi berdasarkan Alqur'an dan Hadits.
- b. Ibadah (Ritual), yang merupakan tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya. Seperti sebagai umat muslim selalu menghindari perolehan Riba, oleh karena itu melakukan transaksi menggunakan produk Bank Syariah untuk menghindari perolehan Riba.
- c. Amal (Pengamalan), yang merupakan perasaan-perasaan atau pengalaman yang pernah dialami dan dirasakan. Seperti Ketika melakukan transaksi menggunakan bank syariah hidup begitu sangat berkah.
- d. Ilmu (Pengetahuan), yang merupakan menerangkan seberapa jauh seseorang mengetahui ajaran-ajaran agamanya, terutama yang ada di dalam kitab suci manapun yang lainnya. Seperti Ketika memilih bank syariah hidup saya terasa tenang karena mengetahui bank syariah berdasarkan prinsip Islam.
- e. Ihsan (Penghayatan), yang merupakan mengukur sejauh mana perilaku seseorang di motivasi oleh ajaran-ajaran agamanya dalam kehidupan sosial. Seperti berusaha memenuhi sikap islami dengan cara menjadi nasabah Bank Syariah.

Dari hasil jawaban persepsi responden terhadap 5 indikator Religiusitas diatas diperoleh hasil rata-rata jawaban dengan nilai 4,20 Responden setuju bahwa mereka menggunakan Bank Syariah berdasarkan Agama yang dianut mereka yaitu Islam sehingga membuat mereka berkeputusan menjadi nasabah Bank Syariah.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wahyu Utami, Marijati Sangen dan M. Rudy Rachman yang berjudul “Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin)” pada tahun 2015 yang juga menunjukkan hasil variabel Religiusitas secara parsial berpengaruh terhadap keputusan Menabung dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ .

#### **4. Pengaruh Secara Simultan Variabel *Brand Image* ( $X_1$ ), Pengetahuan ( $X_2$ ), dan Religiusitas ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Kota Banjarmasin**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa nilai F hitung sebesar nilai F hitung sebesar  $106,063 > F$  tabel 2,70 dan nilai Sig sebesar  $0,000 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima yang berarti Secara simultan *Brand Image*, Pengetahuan dan Religiusitas berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Banjarmasin.

Keputusan adalah 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 (Fahmi, 2016, hal. 2). Dengan kata lain proses pemilihan satu tindakan untuk memilih produk harus mencari latar belakang produk yang mau digunakan, mengidentifikasi produknya seperti keunggulan produk, apabila sudah sesuai yang diinginkan baru membentuk kesimpulan yaitu memilih produk itu untuk digunakan atau melakukan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller (2002, hal. 184), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli. Penilaian persepsi Responden tentang Keputusan Menjadi Nasabah dapat dilihat dalam 5 kategori indikator penilaian sebagai berikut:

- a. Mengenali Masalah kebutuhannya, Pemasar penting untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan konsumen atau masalah yang timbul dibenak konsumen, apa yang menyebabkan semua masalah itu muncul dan bagaimana kebutuhan atau masalah itu dapat menyebabkan seseorang akan mencari produk tersebut, seperti Masyarakat membutuhkan bank syariah untuk membantu perencanaan keuangan mereka.
- b. Pencarian Informasi, Masyarakat konsumen akan tergerak untuk mencari informasi lebih banyak. Seperti mencari informasi dari teman,

keluarga dan internet sebelum memutuskan untuk menabung di Bank Syariah.

- c. Penilaian Alternatif, Masyarakat mencari manfaat dari suatu produk dan membanding-bandingkannya dengan produk lainnya dalam rangka memilih produk mana yang tepat sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan kemampuan untuk mendapatkannya. Seperti Bank Syariah memberikan produk-produk yang sesuai dengan Al-Quran dan Hadist.
- d. Keputusan Membeli, masyarakat dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu persepsi konsumen tentang produk atau merek yang dipilih dan pengaruh sikap orang lain dan situasi yang tak terduga. Seperti Bank Syariah melaksanakan prinsip syariah Islam dalam setiap praktik transaksinya sehingga membuat masyarakat untuk menjadi nasabah Bank Syariah.
- e. Perilaku Pasca Pembelian, Pada tahap ini masyarakat akan merasakan kepuasan atau ketidakpuasan. Seperti masyarakat merekomendasikan bank syariah kepada kerabat dan teman-temannya untuk menggunakan Produk Bank Syariah.

Dari hasil jawaban persepsi responden terhadap 5 indikator Keputusan Menjadi Nasabah diatas diperoleh hasil rata-rata jawaban dengan nilai 3,97. Artinya masyarakat kota Banjarmasin memutuskan menggunakan Bank Syariah secara bersama-sama dapat dipengaruhi oleh *Brand Image* yang menunjukkan kesan suatu Produk, Pengetahuan semua Informasi yang

dimiliki konsumen, dan Religiusitas yang kualitas penghayatan dan sikap hidup seseorang berdasarkan nilai-nilai keagamaan yang diyakininya.

### C. *Brand Image*, Pengetahuan Dan Religiusitas Dalam Perspektif Islam

Sebagai masyarakat muslim Islam mengajarkan untuk senantiasa berpedoman dengan Al-Quran dan Hadist dalam menjalankan kehidupan sehari-hari, termasuk melakukan sebuah keputusan menggunakan sesuatu untuk sehari-hari.

*Brand Image* menunjukkan kesan suatu obyek dibandingkan dengan obyek lain yang muncul dalam benak konsumen ketika mengingat suatu merek tertentu, yang terbentuk melalui proses informasi dari berbagai sumber terpercaya. Apabilan suatu perusahaan memiliki kesan yang baik dibenak konsumen maka hal itu menguntungkan bagi perusahaan, karena kesan yang baik bisa menimbulkan suatu keputusan untuk menggunakan produk perusahaan tersebut. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam QS. Asy-Syuraa ayat 181-183 mengenai *Brand Image* yang berbunyi:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ - ١٨١ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ - ١٨٢ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ - ١٨٣

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain; Dan timbanglah dengan timbangan yang benar; Dan janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi.” (Asy-Syuraa [42]: 181-183).

Ayat diatas menjelaskan bahwa memberikan pedoman kepada kita bahwa pentingnya menjaga kualitas produk yang kita jual yaitu dengan tidak memanipulasi atau merugikan pembeli dengan kecurangan yang kita buat. Jadi dengan itu maka terbentuk *Brand image* perusahaan yang baik menurut pembeli.

Pengetahuan merupakan sebagai semua Informasi yang dipunyai konsumen mengenai berbagai macam produk, dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang mengenai dengan produk dan jasa tersebut, dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen (Sumarwan, 2014, hal. 148). Tingkat pengetahuan disetiap orang mempunyai porsinya masing-masing. Pengetahuan sangat penting dalam Islam, karena dengan memiliki pengetahuan yang luas membuat kepribadian seseorang yang maju dan berkualitas. Cara untuk menambah pengetahuan yaitu dengan sering membaca berita, sharing, dan lainnya. Apabila memiliki pengetahuan yang luas maka itu dapat mempengaruhi sebuah keputusan seseorang untuk melakukan sesuatu. Tetapi tidak semua pengetahuan dapat mempengaruhi sebuah keputusan seseorang, ada juga seperti sesuatu kebutuhan sehingga seseorang tersebut membuat keputusan karena kebutuhan. Dalam Al-Quran juga menjelaskan tentang pengetahuan yaitu pada QS. Fatir Ayat 28 yang berbunyi:

وَمِنَ النَّاسِ وَالْذَّوَابِّ وَالْأَنْعَامِ مُخْتَلِفٌ أَلْوَانُهُ كَذَلِكَ ۗ إِنَّمَا يَخْشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ ۗ إِنَّ اللَّهَ

عَزِيزٌ غَفُورٌ

“Dan demikian (pula) di antara manusia, binatang-binatang melata dan binatang-binatang ternak ada yang bermacam-macam warnanya (dan jenisnya). Sesungguhnya yang takut kepada Allah di antara hamba-hamba-Nya, hanyalah ulama. Sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Pengampun”. (Fatir [35]:28)

Ayat diatas menjelaskan bahwa dengan pengetahuan seseorang akan lebih memahami bagaimana kehidupan diciptakan dan mendalami pengetahuan tentang kuasa Allah SWT sebagai Maha Pencipta. Orang berpengetahuan akan takut melakukan hal-hal yang mengandung dosa karena ia memiliki pengetahuan akan kekuasaan dan kebesaran Allah SWT. Jadi dengan bekal pengetahuan kita bisa memutuskan sesuatu yang ingin digunakan.

Religiusitas adalah seorang muslim yang beragama secara penuh, dalam kegiatan keseharian dan menanamkan nilai keislaman dalam ruang lingkung ibadah dan bermuamalah. Dalam perspektif Islam religiusitas terdiri dari tiga dimensi yaitu Islam, Iman dan Ihsan. Dalam Al-Quran juga menjelaskan tentang religiusitas yaitu pada QS. Al-Baqarah Ayat 208 yang berbunyi:

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

“Wahai orang-orang yang beriman! Masuklah ke dalam Islam secara keseluruhan, dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah setan. Sungguh, ia musuh yang nyata bagimu.” (Al-Baqarah [2]: 208).

Ayat diatas menjelaskan bahwa dianjurkan kepada orang yang beriman untuk memasuki islam harus secara keseluruhan. Perintah untuk menjadikan syaitan sebagai musuh bagi orang muslim dan diajurkan kepada orang beriman agar tidak mengikuti langkah syaitan. Dengan ini kita sebagai umat muslim maka melakukan aktivitas sehari-hari harus berdasarkan Al-Quran dan Hadits, jadi tidak hanya saat beribadah saja. Dengan itu kita mendapatkan berkah dan pahala dalam kehidupan kita.

Menurut Glock & Stark dalam Nashori (Nashori, 2002, hal. 78-80) mengatakan bahwa terdapat lima dimensi dalam religiusitas, yaitu Akidah

(Ideologi), Ibadah (Ritual), Amal (Pengamalan), Ilmu (Pengetahuan) dan Ihsan (Penghayatan). Jadi dapat disimpulkan bahwa religiusitas dalam perspektif Islam jauh lebih lengkap, tidak hanya amal saja tapi harus dapat mengetahui, memahami dan memaknai ajaran agama islam dalam kegiatan sehari-hari dalam kegiatan ekonomi, sosial dan ibadah.

Keputusan merupakan proses pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih alternatif, yang awalnya dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, sampai terbentuknya kesimpulan berdasarkan pertimbangan serta kriteria tertentu. Pengambilan keputusan dapat diartikan sebagai suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari banyak alternatif dengan cara yang dianggap paling efisien sesuai dengan situasi. Ada banyak pendekatan yang dapat dilakukan untuk menilai mana alternatif terbaik contohnya menurut perpektif ilmiah dan islam. Menurut perpektif ilmiah ialah membuat suatu keputusan yang melibatkan manusia, sedangkan menurut perpektif islam ialah membuat suatu keputusan melibatkan Allah SWT. Dalam Al-Quran juga menjelaskan tentang keputusan perpektif islam yaitu pada QS. Al-Baqarah Ayat 216 yang berbunyi:

كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِتَالُ وَهُوَ كُرْهٌ لَّكُمْ ۖ وَعَسَىٰ أَنْ تَكْرَهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَّكُمْ ۖ وَعَسَىٰ أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ  
شَرٌّ لَّكُمْ ۗ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

“ Diwajibkan atas kamu berperang, padahal itu tidak menyenangkan bagimu. Tetapi boleh jadi kamu tidak menyenangi sesuatu, padahal itu baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal itu tidak baik bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui”. (Al-Baqarah [2]: 216).

Ayat diatas menjelaskan tentang bahwa Allah lah sebaik-baiknya tempat kembali ketika kita dihadapkan pada sebuah masalah serta sebuah proses

pengambilan keputusan. Dan dalam islam juga bisa melakukan shalat istikharah untuk membuat sebuah keputusan. Keputusan yang diambil tentu berlandaskan pada nilai-nilai kebenaran dalam Al-Quran dan Hadits.