

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil**

##### **1. Deskripsi Penelitian**

###### **a. Uraian Umum Lokasi penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di PT Bank Syariah Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu (KCP) Martapura A Yani. BSI KCP Martapura beralamat di Jl. Ahmad Yani Km. 39,5 RT.05/RW.02, Kelurahan Cindai Alus, Kecamatan Martapura, Kabupaten Banjar, Kalimantan Selatan 70611. Kantor ini merupakan salah satu unit jaringan BSI yang memberikan layanan perbankan syariah bagi masyarakat di wilayah Martapura dan sekitarnya.

Dalam sejarahnya, BSI KCP Martapura sebelumnya merupakan BNI Syariah KCP Martapura yang berdiri sejak tahun 2017. Setelah proses penggabungan (*merger*) BRI Syariah, BNI Syariah, dan Bank Syariah Mandiri pada 1 Februari 2021, unit ini resmi beroperasi sebagai Bank Syariah Indonesia KCP Martapura hingga sekarang.

Sebagai kantor cabang pembantu, BSI KCP Martapura menyediakan berbagai produk dan layanan perbankan syariah, seperti tabungan, pembiayaan, giro, dan layanan elektronik seperti ATM dan *mobile banking* untuk nasabah perorangan maupun pelaku usaha. Lokasi kantor BSI KCP Martapura yang berada di jalur utama Jl.

Ahmad Yani dan dekat kawasan permukiman serta pusat aktivitas ekonomi menjadikannya mudah dijangkau nasabah, sehingga mendukung proses pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah yang bertransaksi di kantor tersebut.

**b. Visi dan Misi BSI KCP Martapura**

Sebagai bagian dari PT Bank Syariah Indonesia Tbk, BSI KCP Martapura menjalankan kegiatan operasional berlandaskan visi dan misi BSI pusat. Visi PT Bank Syariah Indonesia Tbk adalah “Top 5 Global Islamic Bank”. Untuk mewujudkan visi tersebut, BSI memiliki misi antara lain memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia, menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham, serta menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia (BSI, 2023).

**c. Karakteristik Responden**

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang telah ditetapkan sebagai subjek penelitian. Jawaban yang diberikan responden menghasilkan data yang kemudian disusun berdasarkan beberapa karakteristik, yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan, lama menjadi nasabah BSI, serta layanan BSI yang pernah/sampai saat ini digunakan, sehingga gambaran profil responden menjadi lebih jelas.

## 1) Jenis kelamin responden

**Tabel 4. 1 Karakteristik responden menurut jenis kelamin**

No	Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
1	Perempuan	66	66%
2	Laki-laki	34	34%
	Jumlah	100	100%

Sumber: *Data primer diolah, 2026*

Berdasarkan Tabel 4.1, dari 100 responden yang terlibat dalam penelitian ini, sebagian besar berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 66 orang (66%), sedangkan 34 orang (34%) lainnya berjenis kelamin laki-laki.

## 2) Usia responden

**Tabel 4. 2 Karakteristik responden menurut usia**

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 20 tahun	3	3%
2	20-25 tahun	39	39%
3	26-30 tahun	12	12%
4	> 30 tahun	46	46%
	Jumlah	100	100%

Sumber: *Data primer diolah, 2026*

Berdasarkan Tabel 4.2, diketahui bahwa sebagian besar responden berada pada rentang usia lebih dari 30 tahun, yaitu sebanyak 46 orang (46%). Sementara itu, responden dengan usia 20-25 tahun berjumlah 39 orang (39%), usia 26-30 tahun berjumlah 12 orang (12%), dan responden yang berusia kurang dari 20 tahun

berjumlah 3 orang (3%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berada pada kategori usia dewasa yang matang.

### 3) Pekerjaan responden

**Tabel 4. 3 Karakteristik responden menurut pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	29	29%
2	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	21	21%
3	Pegawai Swasta	22	22%
4	Wirausaha	7	7%
5	Lainnya	21	21%
	Jumlah	100	100%

Sumber: *Data primer diolah, 2026*

Berdasarkan Tabel 4.3, diketahui bahwa sebagian besar responden berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa, yaitu sebanyak 29 orang (29%). Responden yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) berjumlah 21 orang (21%), pegawai swasta sebanyak 22 orang (22%), dan wirausaha sebanyak 7 orang (7%). Sementara itu, kategori pekerjaan “lainnya” mencakup 21 responden (21%) yang terdiri dari remaja pekerja, penjaga toko, kasir mini market, peserta magang, pegawai BUMN/BSI, ibu rumah tangga, guru (termasuk guru honorer dan guru P3K), serta pensiunan.

## 4) Jangka waktu menjadi nasabah BSI

**Tabel 4. 4 Karakteristik responden menurut jangka waktu menjadi nasabah BSI**

No	Lama menjadi nasabah BSI	Jumlah	Persentase
1	< 1 tahun	22	22%
2	1-3 tahun	29	29%
3	> 3 tahun	49	49%
	Jumlah	100	100%

Sumber: *Data primer diolah, 2026*

Berdasarkan Tabel 4.4, karakteristik responden menurut jangka waktu menjadi nasabah BSI menunjukkan bahwa sebanyak 22 responden atau 22% telah menjadi nasabah kurang dari 1 tahun, 29 responden atau 29% telah menjadi nasabah selama 1–3 tahun, dan mayoritas responden yaitu 49 orang atau 49% telah menjadi nasabah lebih dari 3 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini memiliki hubungan yang cukup lama dengan BSI, sehingga dapat disimpulkan telah memiliki pengalaman yang lebih mendalam terhadap produk dan layanan perbankan syariah yang disediakan.

## 5) Jenis layanan BSI yang pernah maupun masih digunakan nasabah

**Tabel 4. 5 Karakteristik responden menurut jenis layanan BSI yang pernah maupun masih digunakan**

No	Jenis layanan BSI yang pernah digunakan	Jumlah	Persentase
1	Tabungan	86	86%
2	Pembiayaan	10	10%
3	<i>Mobile Banking (Byond by BSI)</i>	99	99%
4	Transfer/Pembayaran	76	76%
5	Lainnya	3	3%
	Jumlah	274	274%

Sumber: *Data primer diolah, 2026*

Berdasarkan Tabel 4.5, jenis layanan BSI yang paling banyak digunakan responden adalah layanan digital berupa aplikasi yang bernama *Byond by BSI* yaitu sebanyak 99 responden atau 99%, diikuti layanan tabungan sebanyak 86 responden atau 86% dan layanan transfer/pembayaran sebanyak 76 responden atau 76%. Sementara itu, layanan pembiayaan digunakan oleh 10 responden atau 10% dan kategori layanan lainnya (tabungan haji, tarik tunai, pinjaman/menyetor haji) digunakan oleh 3 responden atau 3%. Secara keseluruhan, jumlah penggunaan seluruh jenis layanan BSI mencapai 274 atau 274%. Total persentase melebihi 100% karena setiap responden dapat memilih lebih dari satu jenis layanan BSI yang pernah digunakan.

#### d. Uraian Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel yang dianalisis secara deskriptif terdiri atas tiga variabel independen, yaitu Religiusitas ( $X_1$ ), Persepsi Manfaat ( $X_2$ ), dan Norma Sosial ( $X_3$ ), serta satu variabel dependen, yaitu Keputusan Penggunaan Layanan Perbankan Syariah ( $Y$ ).

Analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel tersebut berdasarkan nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), median dan standar deviasi yang diperoleh dari hasil pengolahan data menggunakan SPSS. Hasilnya disajikan dalam tabel deskriptif berikut in:

**Tabel 4. 6 Analisis deskriptif masing-masing variabel penelitian**

Variabel	N	Min	Max	Mean	Median	Std. Deviasi
Religiusitas ( $X_1$ )	100	3,25	5,00	4,50	4,58	0,44
Persepsi Manfaat ( $X_2$ )	100	1,00	5,00	4,20	4,20	0,65
Norma Sosial ( $X_3$ )	100	2,00	5,00	4,00	4,00	0,63
Keputusan Penggunaan ( $Y$ )	100	2,83	5,00	4,18	4,08	0,57

Sumber: *Data primer diolah, 2026*

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada Tabel 4.6 di atas, variabel religiusitas ( $X_1$ ) memiliki jumlah responden (N) sebesar 100 dengan nilai minimum 3,25 dan maksimum 5,00. Untuk nilai rata-rata (mean) sebesar 4,50 dengan median 4,58 serta standar deviasi

0,44 menunjukkan bahwa tingkat religiusitas nasabah berada pada kategori tinggi. Variabel persepsi manfaat ( $X_2$ ) juga memiliki N sebesar 100 dengan nilai minimum 1,00 dan maksimum 5,00, rata-rata (mean) dan median 4,20 serta standar deviasi 0,65 sehingga dapat diartikan bahwa responden pada umumnya cenderung setuju bahwa penggunaan layanan perbankan syariah memberikan manfaat. Variabel norma sosial ( $X_3$ ) dengan N 100, nilai minimum 2,00, maksimum 5,00, rata-rata (mean) dan median 4,00 serta standar deviasi 0,63 menunjukkan bahwa norma sosial di lingkungan responden termasuk kategori tinggi. Adapun variabel keputusan penggunaan layanan perbankan syariah (Y) memiliki N sebesar 100 dengan nilai minimum 2,83 dan maksimum 5,00, rata-rata (mean) 4,18, median 4,08 dan standar deviasi 0,57 menunjukkan bahwa tingkat penggunaan layanan perbankan syariah oleh responden juga berada pada kategori tinggi.

## **2. Hasil Uji Instrumen Penelitian**

### **a. Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dan  $r$  tabel. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Pada tingkat signifikansi 0,05 (dua arah), nilai  $r$  tabel untuk  $N = 100$  berdasarkan Tabel  $r$  *Product Moment* adalah sebesar 0,195. Suatu butir pernyataan dinyatakan valid apabila  $r$  hitung bernilai positif dan lebih besar daripada  $r$  tabel ( $r$  hitung  $> 0,195$ ), sedangkan butir

pernyataan dengan  $r$  hitung lebih kecil daripada  $r$  tabel dinyatakan tidak valid dan tidak digunakan dalam analisis.

**Tabel 4. 7 Hasil uji validitas**

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Religiusitas (X <sub>1</sub> )	X1.1	<b>0,682</b>	0,195	Valid
	X1.2	<b>0,772</b>	0,195	Valid
	X1.3	<b>0,745</b>	0,195	Valid
	X1.4	<b>0,569</b>	0,195	Valid
	X1.5	<b>0,645</b>	0,195	Valid
	X1.6	<b>0,669</b>	0,195	Valid
	X1.7	<b>0,727</b>	0,195	Valid
	X1.8	<b>0,785</b>	0,195	Valid
	X1.9	<b>0,560</b>	0,195	Valid
	X1.10	<b>0,785</b>	0,195	Valid
	X1.11	<b>0,769</b>	0,195	Valid
	X1.12	<b>0,720</b>	0,195	Valid
Persepsi Manfaat (X <sub>2</sub> )	X2.1	<b>0,773</b>	0,195	Valid
	X2.2	<b>0,847</b>	0,195	Valid
	X2.3	<b>0,897</b>	0,195	Valid
	X2.4	<b>0,816</b>	0,195	Valid
	X2.5	<b>0,701</b>	0,195	Valid
	X2.6	<b>0,840</b>	0,195	Valid
	X2.7	<b>0,894</b>	0,195	Valid
	X2.8	<b>0,739</b>	0,195	Valid
	X2.9	<b>0,829</b>	0,195	Valid
	X2.10	<b>0,887</b>	0,195	Valid
	X2.11	<b>0,866</b>	0,195	Valid
	X2.12	<b>0,838</b>	0,195	Valid
	X2.13	<b>0,805</b>	0,195	Valid
	X2.14	<b>0,802</b>	0,195	Valid
	X2.15	<b>0,847</b>	0,195	Valid
	X3.1	<b>0,743</b>	0,195	Valid
	X3.2	<b>0,654</b>	0,195	Valid
	X3.3	<b>0,707</b>	0,195	Valid
	X3.4	<b>0,722</b>	0,195	Valid
	X3.5	<b>0,747</b>	0,195	Valid
	X3.6	<b>0,753</b>	0,195	Valid
	X3.7	<b>0,781</b>	0,195	Valid
	X3.8	<b>0,736</b>	0,195	Valid
	X3.9	<b>0,820</b>	0,195	Valid

Norma sosial (X <sub>3</sub> )	X3.10	<b>0,872</b>	0,195	Valid
	X3.11	<b>0,820</b>	0,195	Valid
	X3.12	<b>0,852</b>	0,195	Valid
Keputusan Penggunaan (Y)	Y1	<b>0,690</b>	0,195	Valid
	Y2	<b>0,733</b>	0,195	Valid
	Y3	<b>0,684</b>	0,195	Valid
	Y4	<b>0,760</b>	0,195	Valid
	Y5	<b>0,822</b>	0,195	Valid
	Y6	<b>0,842</b>	0,195	Valid
	Y7	<b>0,805</b>	0,195	Valid
	Y8	<b>0,648</b>	0,195	Valid
	Y9	<b>0,773</b>	0,195	Valid
	Y10	<b>0,808</b>	0,195	Valid
	Y11	<b>0,719</b>	0,195	Valid
	Y12	<b>0,772</b>	0,195	Valid

Sumber: *Data primer diolah, 2026*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel religiusitas (X<sub>1</sub>), persepsi manfaat (X<sub>2</sub>), norma sosial (X<sub>3</sub>), dan keputusan penggunaan layanan perbankan syariah (Y) memiliki nilai *r* hitung yang bernilai positif dan lebih besar dari *r* tabel (*r* hitung > 0,195), sehingga seluruh item pernyataan pada keempat variabel tersebut dinyatakan valid.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas instrumen penelitian dilakukan dengan koefisien *Cronbach's Alpha* menggunakan aplikasi SPSS. Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

**Tabel 4. 8 Hasil uji reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>	<b>Standar Reliabel</b>	<b>Keterangan</b>
Religiusitas (X <sub>1</sub> )	<b>0,903</b>	0,60	Reliabel
Persepsi Manfaat (X <sub>2</sub> )	<b>0,966</b>	0,60	Reliabel
Norma sosial (X <sub>3</sub> )	<b>0,937</b>	0,60	Reliabel
Keputusan Penggunaan (Y)	<b>0,930</b>	0,60	Reliabel

Sumber: *Data primer diolah, 2026*

Berdasarkan hasil pengujian, seluruh butir pernyataan pada variabel religiusitas (X<sub>1</sub>), persepsi manfaat (X<sub>2</sub>), norma sosial (X<sub>3</sub>), dan keputusan penggunaan layanan perbankan syariah (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60, sehingga semua butir pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

### 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

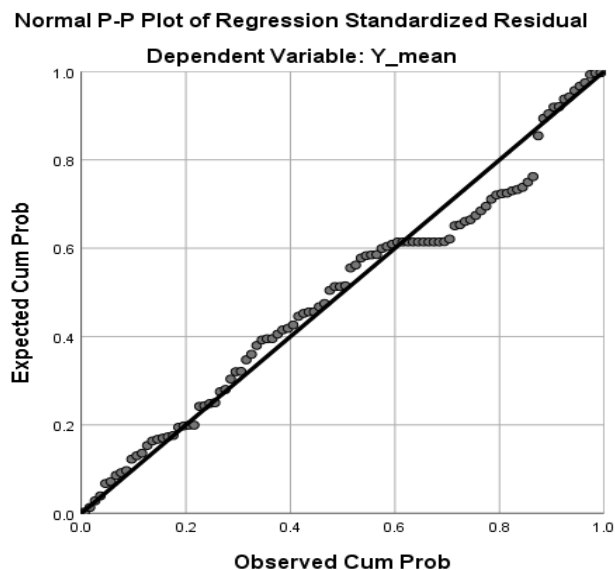
Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual dalam model regresi mengikuti distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik ditandai dengan residual yang berdistribusi normal sehingga hasil uji statistik, seperti uji t dan uji f, menjadi valid. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas residual dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov (K-S)* dan didukung oleh uji *Shapiro-Wilk* serta grafik *Normal P-P Plot*. Residual dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari  $\alpha = 0,05$ .

**Tabel 4. 9 Hasil uji normalitas**

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
RES_1	0,109	100	0,005	0,975	100	<b>0,053</b>
a. Lilliefors Significance Correction						

Sumber: *Data primer diolah, 2026*

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas, uji normalitas dilakukan terhadap nilai residual (RES\_1). Uji *Kolmogorov-Smirnov* menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,005 ( $< 0,05$ ), sedangkan uji *Shapiro-Wilk* menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,053 ( $> 0,05$ ). Karena jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden, maka penilaian normalitas lebih tepat mengacu pada uji *Shapiro-Wilk*. Hal ini sejalan dengan Asghar Ghasemi & Saleh Zahedias (2012, hlm. 487–489) yang menyatakan bahwa uji *Shapiro-Wilk* memiliki daya yang lebih baik dibandingkan *Kolmogorov-Smirnov* dan direkomendasikan untuk menguji normalitas data pada ukuran sampel kecil hingga menengah.

**Gambar 4. 1 Grafik Normal P-P Plot**

Sumber: *Data primer diolah, 2026*

Selain itu, grafik *Normal P-P Plot* menunjukkan bahwa sebagian besar titik residual berada di sekitar garis diagonal. Dengan demikian, nilai residual dapat dikatakan berdistribusi normal dan asumsi normalitas pada model regresi dianggap terpenuhi.

#### b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah antar variabel independen (bebas) dalam model regresi saling berhubungan terlalu kuat sehingga mengganggu keakuratan hasil analisis. Dalam penelitian ini, multikolinearitas diuji dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*, di mana model dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas apabila  $VIF < 10$  dan  $Tolerance > 0,10$ .

**Tabel 4. 10 Hasil uji multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Religiusitas	<b>0,486</b>	<b>2,058</b>
	Persepsi Manfaat	<b>0,544</b>	<b>1,838</b>
	Norma Sosial	<b>0,422</b>	<b>2,372</b>

a. *Dependent Variable*: Keputusan Penggunaan

Sumber: *Data primer diolah, 2026*

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada Tabel 4.10 di atas, nilai *Tolerance* untuk variabel religiusitas ( $X_1$ ), persepsi manfaat ( $X_2$ ), dan norma sosial ( $X_3$ ) masing-masing sebesar 0,486, 0,544, dan 0,422, sedangkan nilai VIF masing-masing sebesar 2,058, 1,838, dan 2,372. Seluruh nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan seluruh nilai VIF

lebih kecil dari 10. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini dapat disimpulkan tidak mengalami masalah multikolinearitas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui apakah varians residual dalam model regresi bersifat tetap (homoskedastisitas) atau berbeda-beda antar pengamatan (heteroskedastisitas). Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *Glejser*, yaitu dengan melakukan analisis regresi antara nilai *absolute residual* (Abs\_RES) dan variabel-variabel independen. Model dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi (Sig.) masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,05.

**Tabel 4. 11 Hasil uji heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	0,706	0,219		3,220	0,002
	Religiusitas	-0,073	0,069	-0,151	-1,064	<b>0,290</b>
	Persepsi Manfaat	0,004	0,044	0,013	0,100	<b>0,920</b>
	Norma Sosial	-0,038	0,052	-0,113	-0,737	<b>0,463</b>
a. Dependent Variable: Abs_RES						

Sumber: *Data primer diolah, 2026*

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, nilai signifikansi variabel religiusitas (X<sub>1</sub>) ialah sebesar 0,290, persepsi manfaat (X<sub>2</sub>) sebesar 0,920, dan norma sosial (X<sub>3</sub>) sebesar 0,463. Semua nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan

bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

#### 4. Hasil Analisis Statistik

##### a. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat sejauh mana beberapa variabel independen (bebas) berpengaruh terhadap satu variabel dependen (terikat). Selain itu, juga digunakan untuk menyusun persamaan yang dapat memprediksi nilai variabel dependen (terikat) tersebut.

**Tabel 4. 12 Hasil uji regresi linear berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	<b>0,779</b>	0,343		2,273	0,025
	Religiusitas	<b>0,070</b>	0,107	0,055	0,650	0,517
	Persepsi Manfaat	<b>0,330</b>	0,069	0,379	4,767	0,000
	Norma Sosial	<b>0,425</b>	0,081	0,476	5,272	0,000
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan						

Sumber: *Data primer diolah, 2026*

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.12 di atas, maka persamaan regresi yang terbentuk dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 0,779 + 0,070 X_1 + 0,330 X_2 + 0,425 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan penggunaan layanan perbankan syariah

$\alpha$  = Konstanta

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien regresi masing-masing variabel independen

$X_1$  = Religiusitas

$X_2$  = Persepsi manfaat

$X_3$  = Norma sosial

$e$  = residual *error*

Berikut uraian persamaan regresi di atas:

- 1) Nilai konstanta ialah sebesar 0,779 menunjukkan bahwa ketika religiusitas ( $X_1$ ), persepsi manfaat ( $X_2$ ), dan norma sosial ( $X_3$ ) dianggap bernilai nol (0), maka nilai keputusan penggunaan layanan perbankan syariah ( $Y$ ) adalah sebesar 0,779.
- 2) Koefisien regresi variabel religiusitas ( $X_1$ ) bernilai 0,070. Hal ini berarti setiap peningkatan satu satuan skor religiusitas ( $X_1$ ), dengan asumsi variabel lain konstan/tetap, akan meningkatkan skor keputusan penggunaan layanan perbankan syariah ( $Y$ ) sebesar 0,070. Ini menunjukkan koefisien positif, yaitu hubungan searah antara religiusitas ( $X_1$ ) dan keputusan penggunaan layanan perbankan syariah ( $Y$ ). Namun, pada pengujian statistik selanjutnya koefisien ini tidak signifikan, sehingga pengaruh religiusitas terhadap keputusan penggunaan tidak dapat dinyatakan signifikan secara statistik.
- 3) Koefisien variabel persepsi manfaat ( $X_2$ ) ialah sebesar 0,330. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan persepsi manfaat

( $X_2$ ), dengan variabel lain dianggap konstan/tetap, akan menaikkan skor keputusan penggunaan layanan perbankan syariah (Y) sebesar 0,330. Ini berarti semakin tinggi persepsi manfaat, semakin tinggi pula keputusan penggunaan layanan perbankan syariah (Y).

- 4) Koefisien variabel norma sosial ( $X_3$ ) sebesar 0,425. Hal ini berarti setiap peningkatan satu satuan norma sosial ( $X_3$ ), ketika variabel lain tetap, akan meningkatkan skor keputusan penggunaan layanan perbankan syariah (Y) sebesar 0,425, yang menunjukkan bahwa penguatan norma sosial ( $X_3$ ) cenderung meningkatkan keputusan menggunakan layanan perbankan syariah (Y).

## 5. Uji Hipotesis Penelitian

### a. Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen (bebas) secara parsial terhadap variabel dependen (terikat). Uji ini dilakukan dengan melihat nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , maka variabel independen dinyatakan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen ( $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima). Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih besar dari  $\alpha = 0,05$ , maka variabel independen dinyatakan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen ( $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak).

**Tabel 4. 13 Hasil uji t (uji parsial)**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,779	0,343		2,273	<b>0,025</b>
	Religiusitas	0,070	0,107	0,055	0,650	<b>0,517</b>
	Persepsi Manfaat	0,330	0,069	0,379	4,767	<b>0,000</b>
	Norma Sosial	0,425	0,081	0,476	5,272	<b>0,000</b>
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan						

Sumber: *Data primer diolah, 2026*

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, berikut hasil uji t (parsial) yang diperoleh pada masing-masing variabel penelitian:

1) Variabel religiusitas (X<sub>1</sub>)

Terlihat dari hasil uji t pada Tabel 4.13, diketahui bahwa variabel religiusitas memiliki nilai signifikansi sebesar **0,517** yang lebih besar dari  $\alpha = 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial religiusitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan perbankan syariah di BSI KCP Martapura, sehingga H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>1</sub> ditolak. Kondisi ini dimungkinkan karena tingkat religiusitas responden relatif sama-sama tinggi, sehingga tidak cukup memberikan perbedaan dalam keputusan penggunaan layanan, dan keputusan tersebut lebih banyak dijelaskan oleh faktor lain di luar religiusitas.

2) Variabel persepsi manfaat (X<sub>2</sub>)

Untuk variabel persepsi manfaat, nilai signifikansi yang diperoleh sebesar **0,000**, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Dengan

demikian, persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan menggunakan layanan perbankan syariah di BSI KCP Martapura. Artinya, semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan responden terhadap layanan perbankan syariah di BSI KCP Martapura, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk memutuskan menggunakan layanan tersebut.

### 3) Variabel norma sosial ( $X_3$ )

Pada variabel norma sosial, nilai signifikansi juga berada di bawah 0,05 yaitu sebesar **0,000**, sehingga norma sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan menggunakan layanan perbankan syariah di BSI KCP Martapura. Dengan demikian, dorongan dan pengaruh dari lingkungan sosial, seperti keluarga, teman, maupun tokoh masyarakat, turut mendorong responden dalam memutuskan untuk menggunakan layanan perbankan syariah di BSI KCP Martapura.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa dalam penelitian ini persepsi manfaat ( $X_2$ ) dan norma sosial ( $X_3$ ) secara masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan perbankan syariah (Y) di BSI KCP Martapura, sedangkan religiusitas ( $X_1$ ) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan.

### b. Uji F (Uji Simultan)

Uji f (uji simultan) digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen (bebas) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat) pada taraf signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam uji f yaitu jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti semua variabel independen (bebas) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat). Sebaliknya, jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen (bebas) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat). Pengujian dilakukan dengan melihat nilai signifikansi (Sig.) pada tabel ANOVA hasil output regresi.

**Tabel 4. 14 Hasil uji f (uji simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21,252	3	7,084	64,857	<b>0,000<sup>b</sup></b>
	Residual	10,485	96	0,109		
	Total	31,737	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan						
b. Predictors: (Constant), Norma Sosial, Persepsi Manfaat, Religiusitas						

Sumber: *Data primer diolah, 2026*

Berdasarkan hasil uji f pada tabel ANOVA di atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar **0,000** yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti religiusitas ( $X_1$ ), persepsi manfaat ( $X_2$ ), dan norma sosial ( $X_3$ ) secara bersama-sama

(simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan perbankan syariah (Y) di BSI KCP Martapura.

#### 6. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk melihat seberapa besar kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi pada variabel terikat. Nilai  $R^2$  yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas memiliki kemampuan yang kuat dalam menjelaskan variabel terikat, sedangkan nilai  $R^2$  yang mendekati 0 menunjukkan kemampuan penjelasan yang lemah.

**Tabel 4. 15 Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,818 <sup>a</sup>	0,670	<b>0,659</b>	0,33049	2,150
a. Predictors: (Constant), Norma Sosial, Persepsi Manfaat, Religiusitas					
b. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan					

Sumber: *Data primer diolah, 2026*

Berdasarkan Tabel 4.15, nilai *Adjusted R Square* diperoleh sebesar 0,659 atau setara dengan 65,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas ( $X_1$ ), persepsi manfaat ( $X_2$ ), dan norma sosial ( $X_3$ ) secara bersama-sama mampu menjelaskan 65,9% variasi pada keputusan menggunakan layanan perbankan syariah (Y) di BSI KCP Martapura. Dengan kata lain, perubahan dalam keputusan menggunakan layanan perbankan syariah di BSI KCP Martapura sebagian besar dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sementara sisanya sebesar 34,1% yang

diperoleh dari perhitungan  $100\% - 65,9\%$  dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti aspek promosi, kualitas layanan, lokasi, maupun faktor lain yang tidak diteliti.

## **B. Pembahasan**

Berdasarkan analisis regresi linier berganda dalam penelitian kuantitatif ini, diperoleh hasil yang diuraikan sebagai berikut, dengan mengacu pada rumusan masalah penelitian.

### **1. Pengujian Variabel secara Parsial**

#### **a. Pengaruh religiusitas terhadap keputusan penggunaan layanan perbankan syariah (Studi pada nasabah BSI KCP Martapura)**

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, variabel religiusitas ( $X_1$ ) mempunyai nilai signifikansi sebesar **0,517** yang lebih besar dari 0,05 dan nilai koefisien regresi sebesar **0,070**. Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun koefisien regresi religiusitas bernilai positif, secara parsial religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan perbankan syariah (Y) di BSI KCP Martapura, sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan secara masing-masing (parsial) terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah di BSI KCP Martapura.

Religiusitas dalam penelitian ini diukur berdasarkan lima dimensi yang dikemukakan oleh Glock & Stark (1966), yaitu dimensi

keyakinan, praktik ibadah, pengalaman batin, pengetahuan agama, dan perilaku keagamaan sehari-hari. Secara teori, kelima dimensi tersebut menggambarkan bahwa seseorang yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung menerapkan nilai-nilai agama dalam setiap aspek kehidupannya, termasuk dalam memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan perbankan syariah. Artinya, meskipun responden memiliki tingkat religiusitas yang tinggi berdasarkan lima dimensi tersebut, religiusitas tidak menjadi faktor pembeda dalam menentukan keputusan menggunakan layanan BSI KCP Martapura.

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa meskipun secara teori religiusitas memengaruhi perilaku seseorang dalam mengambil keputusan, tingkat religiusitas responden yang sama-sama tinggi membuat variabel ini tidak menjadi pembeda dalam keputusan menggunakan layanan perbankan syariah. Dalam konteks masyarakat Martapura dan sekitarnya yang dikenal religius, mayoritas responden telah memiliki komitmen keagamaan yang kuat dan kurang lebih sama, sehingga perbedaan dalam keputusan menggunakan layanan perbankan syariah tidak banyak dipengaruhi oleh tinggi rendahnya religiusitas. Keputusan nasabah BSI KCP Martapura lebih banyak dijelaskan oleh faktor lain yang lebih bervariasi, seperti manfaat yang dirasakan dari layanan (kemudahan, kegunaan, dan keuntungan praktis) serta

pengaruh norma sosial di lingkungan mereka, misalnya dorongan keluarga, teman, tokoh agama, atau komunitas sekitar yang mendukung penggunaan layanan perbankan syariah. Dengan demikian, religiusitas memang berperan sebagai dasar nilai yang dimiliki hampir semua responden, namun faktor-faktor seperti persepsi manfaat dan norma sosial justru menjadi penentu utama dalam membedakan keputusan penggunaan layanan perbankan syariah di BSI KCP Martapura.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Listi Mulyani & Moh. Huzaini (2024) yang menemukan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk perbankan syariah, meskipun secara teoritis religiusitas dipandang sebagai dasar penting dalam memilih lembaga keuangan berbasis syariah. Namun demikian, hasil ini berbeda dengan penelitian Nadya Maulina Robyani, Ahmad Husein Ritonga & Novi Mubyarto (2022) yang menemukan bahwa religiusitas justru berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah pada pedagang Pasar Angso Duo Jambi. Perbedaan hasil kedua temuan tersebut dapat dijelaskan oleh perbedaan karakteristik responden dan konteks penelitian. Penelitian Listi Mulyani & Moh. Huzaini (2024) menemukan bahwa religiusitas tidak berperan signifikan dalam memperkuat pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan produk perbankan syariah, sejalan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap

keputusan menggunakan layanan perbankan syariah di BSI KCP Martapura. Sementara itu, penelitian oleh Robyani dkk (2022) menunjukkan bahwa religiusitas justru berpengaruh signifikan terhadap minat dan keputusan menabung di bank syariah pada pedagang Pasar Angso Duo Jambi. Hal ini menyatakan bahwa pada konteks tertentu, seperti komunitas pedagang, religiusitas lebih mudah terwujud dalam perilaku memilih bank syariah, sedangkan pada penelitian ini keputusan nasabah cenderung lebih dipengaruhi faktor lainnya seperti manfaat yang dirasakan ketika menggunakan suatu layanan/produk perbankan syariah serta lingkungan sosial mereka.

**b. Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan layanan perbankan syariah (Studi pada nasabah BSI KCP Martapura)**

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, variabel persepsi manfaat ( $X_2$ ) memiliki nilai signifikansi sebesar **0,000** yang lebih kecil dari 0,05, sehingga secara parsial persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan perbankan syariah ( $Y$ ) di BSI KCP Martapura. Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dalam penelitian ini dimaknai sebagai sejauh mana nasabah meyakini bahwa penggunaan layanan perbankan syariah, termasuk layanan digital yang disediakan BSI, memberikan kemudahan, membantu menyelesaikan transaksi, dan meningkatkan efektivitas dalam mengelola keuangan. Hal ini sejalan dengan teori *perceived usefulness*, di mana ketika seseorang menilai

suatu layanan memberikan manfaat yang nyata dan mendukung aktivitas sehari-harinya, ia cenderung mempercayai serta memilih untuk terus menggunakannya, sedangkan jika dianggap tidak memberikan manfaat, maka kecenderungan untuk menggunakan layanan tersebut akan menurun (Ahmad & Pambudi, 2014).

Hasil penelitian ini menguatkan teori tersebut, di mana semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan nasabah terhadap layanan perbankan syariah, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk memutuskan menggunakan layanan tersebut. Nasabah BSI KCP Martapura melihat bahwa layanan perbankan syariah, baik layanan di kantor maupun layanan digital seperti aplikasi *Byond by BSI*, memudahkan proses transaksi, menghemat waktu, dan memberikan kenyamanan dalam mengakses layanan keuangan, sehingga mendorong mereka untuk tetap menggunakan dan memanfaatkan layanan tersebut. Dengan kata lain, manfaat yang dirasakan nasabah menjadi salah satu faktor utama yang mendorong terbentuknya keputusan penggunaan layanan perbankan syariah di BSI KCP Martapura.

Hasil temuan ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Edy Junaedi dan Neneng (2023) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Keamanan dan Kemudahan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* pada PT. Bank Syariah Indonesia di Tangerang”. Penelitian tersebut menemukan bahwa persepsi manfaat juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap

minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* BSI. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada temuan bahwa persepsi manfaat menjadi faktor penting dalam mendorong penggunaan layanan perbankan syariah, khususnya dalam konteks layanan *mobile banking* (*Byond by BSI*) pada nasabah BSI KCP Martapura. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan nasabah terhadap suatu layanan, maka semakin tinggi pula kecenderungan untuk terus menggunakan dan memanfaatkan layanan tersebut.

**c. Pengaruh norma sosial terhadap keputusan penggunaan layanan perbankan syariah (Studi pada nasabah BSI KCP Martapura)**

Berdasarkan hasil uji parsial yang telah dilakukan, variabel norma sosial ( $X_3$ ) memiliki nilai signifikansi sebesar **0,000** ( $< 0,05$ ), sehingga secara parsial norma sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan perbankan syariah ( $Y$ ) di BSI KCP Martapura. Dengan demikian,  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Dalam penelitian ini, norma sosial dimaknai sebagai dorongan atau harapan dari lingkungan sekitar, seperti keluarga, teman, tokoh agama, dan suatu komunitas, agar seseorang menggunakan layanan perbankan syariah. Gross and Vostroknutov (2022) menjelaskan bahwa orang mengikuti norma sosial karena tiga hal utama, yaitu norma tersebut sudah tertanam dalam diri, adanya keinginan menjaga citra di mata orang lain dan citra diri sebagai pribadi bermoral, serta proses belajar dari apa yang dilakukan dan diyakini orang lain.

Hasil penelitian ini menguatkan teori tersebut, di mana semakin kuat pengaruh lingkungan yang menilai penggunaan perbankan syariah sebagai sesuatu yang baik dan sejalan dengan nilai agama, semakin besar kecenderungan nasabah untuk memutuskan menggunakan layanan BSI KCP Martapura. Nasabah mengikuti anjuran keluarga atau tokoh agama, ingin dinilai baik oleh lingkungan, serta meniru perilaku orang-orang di sekitarnya yang menggunakan bank syariah, sehingga norma sosial menjadi salah satu faktor penting terbentuknya keputusan penggunaan layanan perbankan syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Shinta Avrillya Asrida, Moh. Mahrus, Nurul Fadhilah, Tika Parlina & Aini Febriana Aziz (2025) yang menunjukkan bahwa *subjective norms* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to adopt Islamic banking* di Kota Samarinda. Persamaannya, kedua penelitian sama-sama menunjukkan bahwa pengaruh sosial dari lingkungan berperan penting dalam mendorong masyarakat menggunakan perbankan syariah. Perbedaannya, penelitian terdahulu berfokus pada niat mengadopsi perbankan syariah di masyarakat umum, sedangkan penelitian ini menekankan pada keputusan nyata nasabah dalam menggunakan layanan BSI KCP Martapura

## **2. Pengujian Variabel secara Simultan**

Berdasarkan hasil uji  $f$  (simultan) yang telah dilakukan, diperoleh nilai signifikansi sebesar **0,000** yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini

menunjukkan bahwa secara simultan variabel religiusitas ( $X_1$ ), persepsi manfaat ( $X_2$ ), dan norma sosial ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan perbankan syariah ( $Y$ ) di BSI KCP Martapura, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan kata lain, ketiga variabel independen (bebas) yang diuji dalam penelitian ini secara bersama-sama mampu memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah.

Selanjutnya, dari hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,659 atau 65,9%. Hal ini berarti bahwa religiusitas, persepsi manfaat, dan norma sosial secara simultan mampu menjelaskan 65,9% variasi keputusan menggunakan layanan perbankan syariah di BSI KCP Martapura, sedangkan sisanya sebesar 34,1% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini, seperti promosi, kualitas pelayanan, lokasi kantor, jenis produk, maupun pengaruh lingkungan yang tidak diukur dalam penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aspek internal (keyakinan dan penilaian manfaat) dan aspek sosial (dorongan lingkungan) bersama-sama merupakan faktor penting dalam membentuk keputusan nasabah terhadap penggunaan layanan perbankan syariah.

Secara teori, hasil temuan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) oleh Ajzen (1991), di mana perilaku dipengaruhi oleh *attitude toward behavior* (sikap terhadap perilaku), *subjective norm* (norma subjektif/norma sosial), dan *perceived behavioral control* (persepsi kontrol perilaku). Dalam penelitian ini, religiusitas dan persepsi manfaat

mencerminkan keyakinan dan penilaian positif (*attitude toward behavior*) terhadap penggunaan perbankan syariah, sedangkan norma sosial menggambarkan *subjective norm* (dukungan atau tekanan sosial dari lingkungan) untuk menggunakan perbankan syariah. Selain itu, konsep persepsi manfaat juga sejalan dengan gagasan *perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan) dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989) yang menjelaskan bahwa semakin besar manfaat yang dirasakan dari suatu teknologi atau layanan, semakin tinggi kecenderungan seseorang untuk menerima dan menggunakannya, termasuk dalam konteks layanan perbankan syariah.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa kombinasi faktor religiusitas/*personal beliefs*, persepsi manfaat, dan pengaruh sosial berperan dalam niat maupun keputusan menggunakan layanan keuangan syariah atau digital. Misalnya, penelitian oleh Sulis Riptiono, Dewi Noor Susanti, Intan Muliana Rhamdhani, Ade Irma Anggraeni, & Anton Prasetyo (2021) dengan judul “*Parsing religiosity and intention to use Islamic mobile banking in Indonesia*”, hasilnya mengatakan bahwa *perceived usefulness* (persepsi manfaat) dan *religiosity* (religiusitas) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *intention to use Islamic mobile banking* (niat menggunakan *mobile banking*). Selain itu, penelitian oleh Rifaldi Majid (2021) dengan judul “*The Role of Religiosity in Explaining the Intention to use Islamic FinTech Amongst MSME Actors*”, hasilnya menemukan bahwa *perceived usefulness*

(persepsi manfaat) dan *subjective norm*/pengaruh sosial, serta *religiosity* (religiusitas), berpengaruh signifikan terhadap *intention to use Islamic FinTech* (niat menggunakan teknologi finansial syariah). Kedua penelitian tersebut menyatakan bahwa persepsi manfaat, religiusitas, dan norma sosial berpengaruh signifikan terhadap *intention* atau keputusan penggunaan layanan keuangan syariah. Meskipun variabel yang digunakan tidak identik/sama persis dengan penelitian ini, kesamaannya terletak pada temuan bahwa ketika nilai keagamaan, penilaian manfaat layanan, dan tekanan/pengaruh sosial bekerja secara bersama-sama, hal tersebut akan meningkatkan kecenderungan seseorang untuk memilih dan menggunakan produk atau layanan keuangan berbasis syariah.