

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran umum Kecamatan Anjir Muara

a. Letak dan geografis Kecamatan Anjir Muara

Kecamatan Anjir Muara merupakan salah satu kecamatan dari Kabupaten Barito Kuala, Kalimantan Selatan. Kecamatan Anjir Muara merupakan wilayah penyangga dan jalur strategis di Kabupaten Barito Kuala, yang berjarak sekitar 19 kilometer arah barat dari Kota Banjarmasin dengan letak geografis pada 3°12'08.0 Lintang Selatan dan 114°32'54.8 Bujur Timur.

Berdasarkan topografinya, Kecamatan Anjir Muara memiliki kondisi area yang didominasi oleh dataran rendah, rawa dan lahan basah dengan ketinggian rata-rata antara 0,2 – 3 meter di atas permukaan laut (dpl). Sebagian besar lahan di Kecamatan Anjir Muara merupakan lahan rawa yang rawan tergenang. Dikarenakan pengaruh pasang surut air Sungai Barito yang berada tepat di sisi timur Kecamatan Anjir Muara. Masyarakat memanfaatkan kondisi wilayah yang merupakan lahan basah untuk sektor pertanian padi varietas lokal (padi pasang-surut), perkebunan buah seperti jeruk dan kweni, serta perikanan air tawar.

Kecamatan Anjir Muara memiliki luas 116,75 km² yang terdiri dari 15 desa. Desa Anjir Serapat Muara I merupakan desa dengan wilayah terluas yaitu 15 km² atau sebesar 12,85%. Selanjutnya dengan wilayah terluas kedua adalah desa Anjir Serapat Baru dan desa Anjir Serapat Baru I, dengan luas wilayah 12 km² atau sebesar 10,28%. Sedangkan Desa Anjir Serapat Muara dan Sungai Punggu merupakan desa dengan wilayah terkecil yaitu 4 km² atau sebesar 3,43% dari keseluruhan wilayah dari Kecamatan Anjir Muara.

Kecamatan Anjir Muara berbatasan dengan Kecamatan Belawang di sebelah utara, Kecamatan Mekarsari dan Kecamatan Tamban di sebelah selatan, Kecamatan Alalak di sebelah timur, serta Kecamatan Anjir Pasar di sebelah barat.

Gambar 4. 1 Letak dan Geografis Kecamatan Anjir Muara

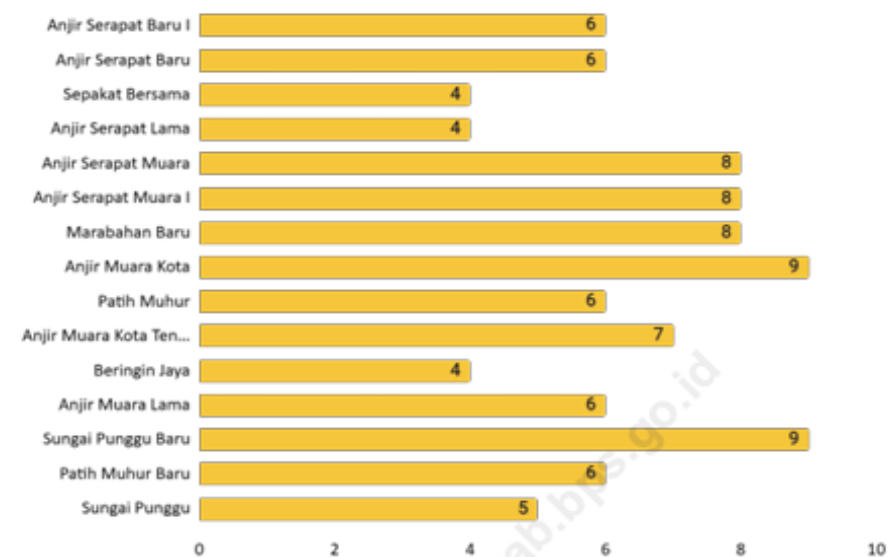
Desa/Kelurahan Village/Subdistrict	Luas Total Area (km ² /sq.km)	Persentase terhadap Luas Kecamatan Percentage to District Area
(1)	(2)	(3)
Desa/Village		
Anjir Serapat Baru I	12,00	10,28
Anjir Serapat Baru	12,00	10,28
Sepakat Bersama	9,50	8,14
Anjir Serapat Lama	10,00	8,57
Anjir Serapat Muara	4,00	3,43
Anjir Serapat Muara I	15,00	12,85
Marabahan Baru	5,00	4,28
Anjir Muara Kota	5,00	4,28
Patih Muhur	7,50	6,42
Anjir Muara Kota Tengah	7,00	6,00
Beringin Jaya	6,25	5,35
Anjir Muara Lama	6,00	5,14
Sungai Punggu Baru	6,00	5,14
Patih Muhur Baru	7,50	6,42
Sungai Punggu	4,00	3,43
Anjir Muara	116,75	100,00

Sumber/Source: Kantor Camat Anjir Muara/Anjir Muara District Office

b. Pemerintahan Kecamatan Anjir Muara

Kecamatan Anjir Muara terbagi menjadi 15 desa dengan jumlah Rukun Tetangga (RT) sebanyak 96 RT. Jumlah desa dengan RT terbanyak yaitu Desa Anjir Muara Kota dan Sungai Punggu Baru dengan jumlah Rukun Tetangga (RT) sebanyak 9. Sementara desa dengan jumlah Rukun Tetangga (RT) paling sedikit adalah Desa Sepakat Bersama, Desa Anjir Serapat Lama, dan Desa Beringin Jaya dengan masing-masing total 4 Rukun Tetangga (RT).

Gambar 4. 2 2 Pemerintahan Kecamatan Anjir Muara



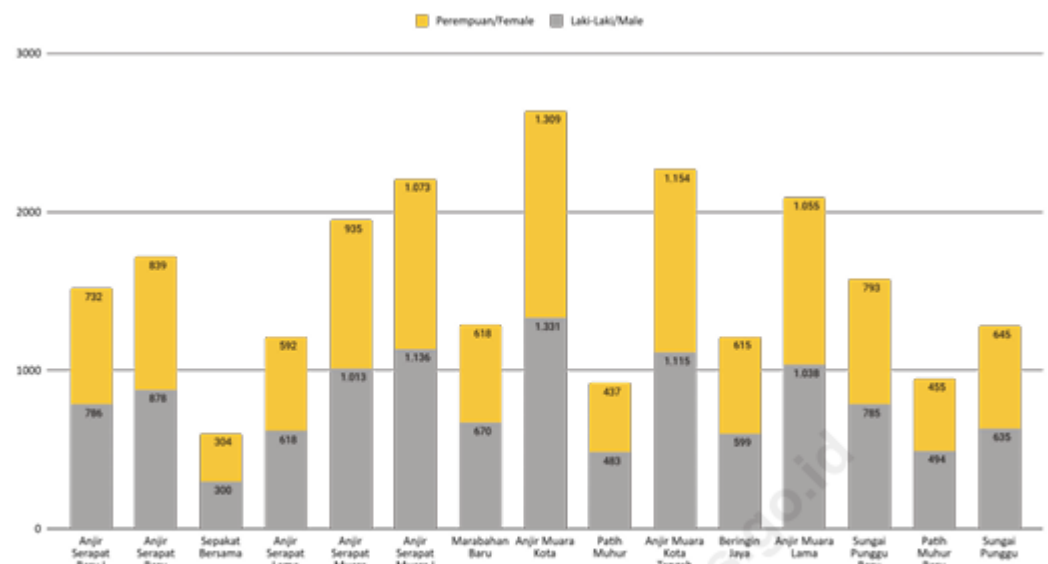
Sumber/Source: Kantor Camat Anjir Muara/Anjir Muara District Office

c. Penduduk Kecamatan Anjir Muara

Kecamatan Anjir Muara merupakan kecamatan ketiga yang memiliki penduduk terbanyak di Kabupaten Barito Kuala yaitu menurut data dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Anjir

Muara pada tahun 2024 tercatat sebanyak 23.437 jiwa, dengan rasio penduduk laki-laki sebanyak 11.881 jiwa (50,69%) dan penduduk perempuan sebanyak 11.556 jiwa (49,31%). Desa dengan jumlah penduduk terbesar adalah Desa Anjir Muara Kota dengan jumlah penduduk mencapai 2.640 jiwa (11,26 persen) dari total jumlah penduduk Kecamatan Anjir Muara. Penduduk dengan usia produktif 15-65 tahun sebanyak 16.630 jiwa.

Gambar 4. 3 Penduduk Kecamatan Anjir Muara



Sumber/Source: Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Barito Kuala/Regional Population and Civil Registry Office of Barito Kuala Regency

Gambar 4. 4 Umur Penduduk Kecamatan Anjir Muara

Kelompok Umur <i>Age Groups</i>	Jenis Kelamin/Sex		
	Laki-Laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	Jumlah <i>Total</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
0–4	796	699	1.495
5–9	988	1.003	1.991
10–14	1.091	982	2.073
15–19	939	879	1.818
20–24	1.025	922	1.947
25–29	814	756	1.570
30–34	979	918	1.897
35–39	989	920	1.909
40–44	954	963	1.917
45–49	879	893	1.772
50–54	769	779	1.548
55–59	653	646	1.299
60–64	464	489	953
65–69	267	283	550
70–74	149	186	335
75+	125	238	363
Anjir Muara	11.881	11.556	23.437

Sumber/Source: Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Barito Kuala/Regional Population and Civil Registry Office of Barito Kuala Regency

Berdasarkan data tingkat pendidikan di Kecamatan Anjir Muara, jumlah sarana pendidikan pada tahun 2024 relatif stabil dibandingkan tahun 2021. Jenjang Sekolah Dasar (SD) merupakan tingkat pendidikan dengan jumlah sekolah terbanyak, yaitu sebanyak 15 sekolah, meningkat dari 14 sekolah pada tahun 2021. Sementara itu, jumlah TK mengalami sedikit penurunan dari 13 menjadi 12 sekolah dan RA dari 9 menjadi 3 sekolah. Pada jenjang pendidikan menengah, jumlah SMP dan SMA tetap masing-masing sebanyak 3 dan 1 sekolah, sedangkan MTs mengalami penurunan

dari 3 menjadi 2 sekolah. Adapun jumlah MI, SMK, dan MA tidak mengalami perubahan selama periode tersebut. Secara umum, kondisi sarana pendidikan di Kecamatan Anjir Muara menunjukkan ketersediaan fasilitas pendidikan yang cukup memadai untuk mendukung kegiatan belajar masyarakat.

Gambar 4. 5 Tingkat Pendidikan Kecamatan Anjir Muara

Tingkat Pendidikan <i>Educational Level</i>	2021	2024
(1)	(2)	(3)
Taman Kanak–Kanak (TK) <i>Kindergarten</i>	13	12
Raudatul Athfal (RA) <i>Raudatul Athfal (RA)</i>	9	3
Sekolah Dasar (SD) <i>Primary School</i>	14	15
Madrasah Ibtidaiyah (MI) <i>Madrasah Ibtidaiyah (MI)</i>	6	6
Sekolah Menengah Pertama (SMP) <i>Junior High School</i>	3	3
Madrasah Tsanawiyah (MTs) <i>Madrasah Tsanawiyah (MTs)</i>	3	2
Sekolah Menengah Atas (SMA) <i>Senior High School</i>	1	1
Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) <i>Vocational High School</i>	1	1
Madrasah Aliyah (MA) <i>Madrasah Aliyah (MA)</i>	2	2
Akademi/Perguruan Tinggi <i>Academy/University</i>	—	—

Catatan/Note: ¹ Desa pada tabel ini termasuk Unit Permukiman Transmigrasi (UPT) yang masih dibina oleh kementerian terkait
Villages in this table include Transmigration Settlement Unit which is still fostered by the relevant ministries.

Sumber/Source: Badan Pusat Statistik, Pendataan Potensi Desa (Podes)/BPS–Statistics Indonesia, Village Potential Data Collecting

Berdasarkan data tahun 2024, di Kecamatan Anjir Muara tidak terdapat lembaga perbankan yang beroperasi secara langsung, baik Bank Umum Pemerintah, Bank Umum Swasta, maupun Bank Perkreditan Rakyat

(BPR) dan data ini masih berlaku sampai sekarang (2024-2026). Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat Kecamatan Anjir Muara belum memiliki akses langsung terhadap layanan perbankan melalui kantor bank di wilayahnya. Oleh karena itu, masyarakat cenderung memanfaatkan layanan perbankan yang berada di kecamatan lain atau menggunakan fasilitas layanan perbankan digital untuk memenuhi kebutuhan transaksi keuangan. Bagi masyarakat yang ingin memperoleh layanan Bank Syariah Indonesia secara langsung, kantor yang relatif mudah dijangkau adalah BSI Kantor Cabang Pembantu (KCP) Barito Kuala di Kelurahan Handil Bakti dan BSI Kantor Cabang Pembantu (KCP) Banjarmasin Kayu Tangi di Jalan Hasan Basri, Sungai Miai. Kondisi tersebut menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi aksesibilitas masyarakat dalam menggunakan layanan perbankan, termasuk perbankan syariah.

Gambar 4. 6 Jenis Bank di Kecamatan Anjir Muara

Jenis Bank Type of Bank	2024
(1)	(2)
Bank Umum Pemerintah Government Bank	—
Bank Umum Swasta Private Bank	—
Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Rural Bank	—

Catatan/Note: ¹ Desa pada tabel ini termasuk Unit Permukiman Transmigrasi (UPT) yang masih dibina oleh kementerian terkait/
Villages in this table include Transmigration Settlement Unit which is still fostered by the relevant ministries.

Sumber/Source: Kantor Desa di Kecamatan Anjir Muara/Village Office in Anjir Muara District

d. Visi dan misi Kecamatan Anjir Muara

1. Visi

Terwujudnya Barito Kuala Satu (Sejahtera, Agama, Terpadu, Unggul) menuju Indonesia Emas.

2. Misi

- 1) Memperkokoh sumber daya manusia Barito Kuala yang unggul, sehat, religius, berkarakter, dan berbudaya luhur.
- 2) Mendorong kemandirian ekonomi daerah berbasis inovasi melalui pengembangan wirausaha, investasi strategis, dan agroindustri.
- 3) Mengembangkan konektivitas wilayah melalui insfrastruktur berkelanjutan dan ketahanan pangan menuju peran strategis Barito Kuala sebagai kabupaten pendukung Ibu Kota Nusantara.
- 4) Membangun kualitas pelayanan publik dan tata kelola pemerintahan berbasis digital.
- 5) Mengembangkan ketangguhan wilayah dan mitigasi bencana. (Peraturan Daerah Kabupaten Barito Kuala Nomor 9 Tahun 2025)

2. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank syariah terbesar di Indonesia yang resmi beroperasi pada tanggal 1 Februari 2021. BSI terbentuk melalui penggabungan tiga bank syariah milik pemerintah, yaitu PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah. Proses penggabungan tersebut dilakukan sebagai upaya

memperkuat industri perbankan syariah nasional agar mampu bersaing dan memberikan layanan yang lebih luas kepada masyarakat.

BSI hadir dengan berbagai produk dan layanan yang berlandaskan prinsip syariah, baik dalam bentuk tabungan, pembiayaan, maupun layanan transaksi digital. Selain menyediakan layanan melalui kantor cabang dan jaringan ATM, BSI juga mengembangkan layanan digital melalui aplikasi BYOND by BSI yang memudahkan nasabah dalam melakukan berbagai transaksi keuangan.

Sebagai bank syariah terbesar di Indonesia, BSI memiliki peran penting dalam meningkatkan literasi dan inklusi keuangan syariah di masyarakat. Berbagai program promosi dan edukasi terus dilakukan untuk memperkenalkan produk serta layanan perbankan syariah kepada masyarakat luas.

Keberadaan BSI juga memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengakses layanan keuangan berbasis syariah. Hal ini dapat dilihat dari semakin berkembangnya layanan digital banking yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang ke kantor bank. Kemudahan akses tersebut menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan perbankan syariah.

3. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini terdiri atas 96 orang pengguna layanan Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kecamatan Anjir Muara. Data deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai kondisi responden yang berfungsi sebagai informan pendukung dalam menafsirkan hasil penelitian. Adapun karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Dengan menerapkan metode purposive sampling, data yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisis untuk menghasilkan gambaran mengenai profil pengguna layanan Bank Syariah Indonesia di Kecamatan Anjir Muara.

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin responden pengguna layanan Bank Syariah Indonesia di Kecamatan Anjir Muara.

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	39	40,6%
2.	Perempuan	57	59,4%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, hasil edaran angket menunjukkan bahwa 39 responden (40,6%) berjenis kelamin laki-laki, dan 57 responden (59,8%) berjenis kelamin perempuan. Perbedaan jumlah responden tersebut terjadi karena proses pengisian kuesioner dilakukan secara sukarela, sehingga responden perempuan lebih banyak berpartisipasi dalam pengisian angket penelitian ini.

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Data mengenai usia pengguna layanan Bank Syariah Indonesia di Kecamatan Anjir Muara.

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	18-25 Tahun	30	32,1%
2.	26-35 Tahun	50	51,5%
3.	36-45 Tahun	14	14,4%
4.	46-55 Tahun	1	1,0%
5.	56-65 Tahun	1	1,0%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 4.2, mayoritas responden berada pada kelompok usia 26–35 tahun dengan jumlah 50 orang (51,5%), responden pada kelompok usia 17–25 tahun sebanyak 30 orang (32,10%), responden usia 36–45 tahun sebanyak 14 orang (14,4%), sedangkan kelompok usia 46–55 tahun dan di atas 55 tahun masing-masing berjumlah 1 orang (1,0%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada usia produktif yang cenderung aktif dalam memanfaatkan layanan perbankan, termasuk layanan perbankan syariah.

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Data mengenai jenjang pendidikan terakhir pengguna layanan Bank Syariah Indonesia di Kecamatan Anjir Muara.

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1.	Tidak Sekolah	-	-
2.	SD/MI	1	1,0%
3.	SMPMTs	3	3,1%
4.	SMA/Sederajat	28	29,2%
5.	Diploma	16	16,7%

6.	S1	44	45,8%
7.	S2/S3	4	4,2%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, ada beberapa klasifikasi untuk pendidikan terakhir. Hasil edaran angket menunjukkan bahwa 1 responden (1%) memiliki pendidikan terakhir SD/MI, 3 orang responden (3,1%) memiliki pendidikan terakhir SMP/MTs, 28 responden (29,2%) memiliki pendidikan terakhir SMA/Sederajat, 16 responden (16,5%) memiliki pendidikan terakhir Diploma, 44 responden (45,8%) memiliki pendidikan terakhir S1, 4 responden (4,2%) memiliki pendidikan terakhir S2/S3, dari total keseluruhan 96 responden.

4) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Data mengenai jenis pekerjaan pengguna layanan Bank Syariah Indonesia di Kecamatan Anjir Muara.

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	17	17,7%
2.	Ibu Rumah Tangga	7	7,3%
3.	Wiraswasta	15	15,6%
4.	Pegawai Swasta	31	32,3%
5.	ASN/PNS	19	19,8%
6.	Petani/Pedagang	7	7,3%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 4.4, mayoritas responden dalam penelitian ini bekerja sebagai pegawai swasta, yaitu sebanyak 31 orang (32,3%) dari total responden. Selanjutnya, responden yang berprofesi sebagai ASN/PNS

berjumlah 19 orang (19,8%), sedangkan pelajar/mahasiswa sebanyak 17 orang (17,7%). Responden yang bekerja sebagai wiraswasta berjumlah 15 orang (15,6%). Adapun responden yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga dan petani/pedagang masing-masing berjumlah 7 orang (7,3%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden berasal dari kelompok pekerja aktif yang memiliki kebutuhan terhadap layanan perbankan untuk mendukung berbagai aktivitas keuangan sehari-hari.

5) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Data mengenai pendapatan responden per bulan pengguna layanan Bank Syariah Indonesia di Kecamatan Anjir Muara.

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan

No.	Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
1.	<Rp1.000.000	8	8,3%
2.	Rp1.000.000 – Rp3.000.000	25	26,0%
3.	Rp3.000.000 – Rp5.000.000	40	41,7%
4.	>Rp5.000.000	23	24,0%
Total		96	100%

Sumber: Data diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 4.5, mayoritas responden memiliki pendapatan per bulan sebesar Rp3.000.000–Rp5.000.000, yaitu sebanyak 40 orang (41,7%), responden dengan pendapatan Rp1.000.000–Rp3.000.000 berjumlah 25 orang (26,0%), responden yang memiliki pendapatan di atas Rp5.000.000 berjumlah 23 orang (24,0%), responden dengan pendapatan kurang dari Rp1.000.000 sebanyak 8 orang (8,3%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kelompok pendapatan menengah, sehingga memiliki potensi yang cukup besar dalam

memanfaatkan berbagai layanan perbankan, termasuk layanan perbankan syariah.

4. Variabel Penelitian

Analisis deskriptif ini dikerjakan untuk menyampaikan deskripsi mengenai variabel-variabel yang dipakai pada penelitian. Penelitian ini, melibatkan tiga variabel, yaitu variabel independen (X) diantaranya yaitu Aksesibilitas (X1), Tingkat Sosial (X2), dan Promosi(X3). Variabel dependen (Y) yang berhubungan dengan Keputusan menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia di Kecamatan Anjir Muara, dan variabel moderasi (Z) yaitu Religiusitas.

a. Variabel Aksesibilitas (X1)

1) Indikator Kemudahan Lokasi

Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap lokasi Bank Syariah Indonesia mudah dijangkau dari Kecamatan Anjir Muara

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Kurang Setuju	1	1,0%
4.	Setuju	45	46,9%
5.	Sangat Setuju	50	52,1%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.6 dengan pernyataan “saya merasa lokasi Bank Syariah Indonesia mudah dijangkau dari tempat saya” bisa dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju sebanyak 50 orang (52,1%), responden yang menyatakan setuju sebanyak 45 orang (46,9%), responden yang menyatakan kurang setuju

hanya sebanyak 1 orang (1,0%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan.

2) Indikator Kemudahan Layanan

Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap kemudahan dalam memperoleh layanan Bank Syariah Indonesia

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Kurang Setuju	4	4,2%
4.	Setuju	47	49,0%
5.	Sangat Setuju	45	46,9%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.7 dengan pernyataan, “saya merasa mudah memperoleh layanan Bank Syariah Indonesia” bisa dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 47 orang (49,0%), responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 45 orang (46,9%), responden yang menyatakan kurang setuju hanya sebanyak 4 orang (4,2%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan.

Tabel 4. 8 Tanggapan Responden terhadap kesulitan dalam memperoleh layanan Bank Syariah Indonesia (*reverse question*)

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	15	15,6%
2.	Tidak Setuju	47	49,0%
3.	Kurang Setuju	3	3,1%
4.	Setuju	16	16,7%
5.	Sangat Setuju	15	15,6%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.8 dengan pernyataan “saya merasa layanan Bank Syariah Indonesia sulit dijangkau”, bisa dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan tidak setuju sebanyak 47 orang (49,0%), responden yang menyatakan setuju berjumlah 16 orang (16,7%), responden yang menyatakan sangat tidak setuju dan sangat setuju masing-masing berjumlah 15 orang (15,6%), sedangkan responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 3 orang (3,1%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden cenderung memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan atau reverse question yang diajukan.

3) Indikator Digital Banking

Tabel 4. 9 Tanggapan Responden terhadap kemudahan dalam menggunakan aplikasi mobile banking dari Bank Syariah Indonesia

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	1	1,0%
3.	Kurang Setuju	4	4,2%
4.	Setuju	56	58,3%
5.	Sangat Setuju	35	36,5%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.9 dengan pernyataan “saya merasa mobile banking dari Bank Syariah Indonesia mudah digunakan”, bisa dilihat bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 56 orang (58,3%), responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 35 orang (36,5%), responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 4 orang (4,2%), dan hanya 1 orang (1,0%) yang menyatakan tidak setuju.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan.

4) Indikator Fasilitas

Tabel 4. 10 Tanggapan Responden terhadap kemudahan dalam menemukan ATM Bank Syariah Indonesia

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Kurang Setuju	15	15,6%
4.	Setuju	42	43,8%
5.	Sangat Setuju	39	40,6%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.10 dengan pernyataan “saya merasa fasilitas ATM Bank Syariah Indonesia mudah ditemukan”, bisa dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 42 orang (43,8%), responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 39 orang (40,6%), responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 15 orang (15,6%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan.

5) Indikator Kemudahan Transaksi

Tabel 4. 11 Tanggapan Responden terhadap kemudahan dalam bertransaksi

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1,0%
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Kurang Setuju	24	25,0%
4.	Setuju	40	41,7%
5.	Sangat Setuju	31	32,3%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.11 dengan pernyataan “saya merasa layanan transaksi digital bank syariah memudahkan aktivitas keuangan saya”, bisa dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 40 orang (41,7%), responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 31 orang (32,3%), responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 24 orang (25,0%), dan yang menyatakan sangat tidak setuju 1 orang (1,0%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan.

b. Variabel Tingkat Sosial (X2)

1) Indikator Pengaruh Keluarga

Tabel 4. 12 Tanggapan Responden terhadap dukungan keluarga untuk menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Kurang Setuju	2	2,1%
4.	Setuju	42	43,8%
5.	Sangat Setuju	52	54,2%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.12 dengan pernyataan “keluarga saya mendukung penggunaan Bank Syariah Indonesia”, bisa dilihat bahwa besar responden menyatakan sangat setuju sebanyak 52 orang (54,2%), responden yang menyatakan setuju berjumlah 42 orang (43,8%), sedangkan responden yang menyatakan kurang setuju hanya

sebanyak 2 orang (2,1%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan yang sangat positif terhadap pernyataan yang diajukan.

2) Indikator Pengaruh Teman

Tabel 4. 13 Tanggapan Responden terhadap pengaruh teman atau kerabat terhadap keputusan menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1,0%
2.	Tidak Setuju	3	3,1%
3.	Kurang Setuju	4	4,2%
4.	Setuju	47	49,0%
5.	Sangat Setuju	41	42,7%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.13 dengan pernyataan “teman atau kerabat mempengaruhi keputusan saya menggunakan Bank Syariah Indonesia”, bisa dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 47 orang atau 49,0%, responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 41 orang atau 42,7%, responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 4 orang atau 4,2%, tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3,1%, dan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,0%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan.

3) Indikator Lingkungan Sosial

Tabel 4. 14 Tanggapan Responden terhadap pengaruh lingkungan sekitar yang banyak menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
-----	--------------------	-----------	----------------

1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	2	2,1%
3.	Kurang Setuju	11	11,5%
4.	Setuju	57	59,4%
5.	Sangat Setuju	26	27,1%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.14 dengan pernyataan “lingkungan saya banyak menggunakan Bank Syariah Indonesia”, bisa dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 57 orang atau 59,4%, responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 26 orang atau 27,1%, responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 11 orang atau 11,5%, dan tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2,1%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan.

Tabel 4. 15 Tanggapan Responden terhadap lingkungan sekitar tidak mempengaruhi pilihan bank seseorang (*reverse question*)

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	12	12,5%
2.	Tidak Setuju	45	46,9%
3.	Kurang Setuju	6	6,3%
4.	Setuju	14	14,6%
5.	Sangat Setuju	19	19,8%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.15 dengan pernyataan “lingkungan sekitar saya tidak mempengaruhi pilihan bank saya”, bisa dilihat bahwa besar responden menyatakan tidak setuju sebanyak 45 orang atau 46,9%, responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 19 orang atau 19,8%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 14 orang atau 14,6%, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 12

orang atau 12,5%, dan yang menyatakan kurang setuju sebanyak 6 orang atau 6,3%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden cenderung memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan negatif (*reverse question*) yang diajukan.

4) Indikator Dukungan Sosial

Tabel 4. 16 Tanggapan Responden terhadap dukungan lingkungan membuat responden lebih yakin dalam menggunakan Bank Syariah Indonesia

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Kurang Setuju	9	9,4%
4.	Setuju	46	47,9%
5.	Sangat Setuju	41	42,7%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.16 dengan pernyataan “saya merasa lebih yakin menggunakan Bank Syariah Indonesia karena dukungan lingkungan”, bisa dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 46 orang atau 47,9%, responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 41 orang atau 42,7%, responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 9 orang atau 9,4%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan.

5) Indikator Status Sosial

Tabel 4. 17 Tanggapan Responden terhadap penggunaan Bank Syariah Indonesia memberikan citra positif di lingkungan sekitar

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1,0%

2.	Tidak Setuju	2	2,1%
3.	Kurang Setuju	22	22,9%
4.	Setuju	39	40,6%
5.	Sangat Setuju	32	33,3%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.17 dengan pernyataan “penggunaan Bank Syariah Indonesia memberikan citra positif di lingkungan saya”, bisa dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 39 orang atau 40,6%, responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 32 orang atau 33,3%, responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 22 orang atau 22,9%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2,1%, dan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,0%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan.

c. Variabel Promosi (X3)

1) Indikator Iklan

Tabel 4. 18 Tanggapan Responden terhadap iklan Bank Syariah Indonesia mudah dipahami

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Kurang Setuju	2	2,1%
4.	Setuju	49	51,0%
5.	Sangat Setuju	45	46,9%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.18 dengan pernyataan “saya merasa iklan Bank Syariah Indonesia mudah dipahami”, bisa dilihat bahwa

sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 49 orang atau 51,0%, responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 45 orang atau 46,9%, responden yang menyatakan kurang setuju hanya sebanyak 2 orang atau 2,1%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan.

2) Indikator Media Sosial

Tabel 4. 19 Tanggapan Responden terhadap media sosial membantu dalam memahami layanan Bank Syariah Indonesia

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1,0%
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Kurang Setuju	7	7,3%
4.	Setuju	38	39,6%
5.	Sangat Setuju	50	52,1%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.19 dengan pernyataan “media sosial membantu saya dalam memahami layanan Bank Syariah Indonesia”, bisa dilihat bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 50 orang atau 52,1%, responden yang menyatakan setuju berjumlah 38 orang atau 39,6%, responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 7 orang atau 7,3%, dan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,0%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan yang sangat positif terhadap pernyataan yang diajukan.

3) Indikator Informasi Promosi

Tabel 4. 20 Tanggapan Responden terhadap informasi promosi Bank Syariah Indonesia jelas dan mudah dipahami

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	1	1,0%
3.	Kurang Setuju	11	11,5%
4.	Setuju	49	51,0%
5.	Sangat Setuju	35	36,5%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.20 dengan pernyataan “saya merasa informasi promosi Bank Syariah Indonesia jelas dan mudah dipahami”, bisa dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 49 orang atau 51,0%, responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 35 orang atau 36,5%, responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 11 orang atau 11,5%, dan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,0%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan.

4) Indikator Daya Tarik Promosi

Tabel 4. 21 Tanggapan Responden terhadap program promosi Bank Syariah Indonesia menarik minat

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Kurang Setuju	10	10,4%
4.	Setuju	50	52,1%
5.	Sangat Setuju	36	37,5%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.21 dengan pernyataan “saya merasa program promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia menarik minat saya”, bisa dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 50 orang atau 52,1%, responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 36 orang atau 37,5%, responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 10 orang atau 10,4%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan.

Tabel 4. 22 Tanggapan Responden terhadap promosi yang dilakukan Bank Syariah Indonesia kurang menarik perhatian (*Reverse Question*)

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	16	16,7%
2.	Tidak Setuju	57	59,4%
3.	Kurang Setuju	3	3,1%
4.	Setuju	13	13,5%
5.	Sangat Setuju	7	7,3%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.22 dengan pernyataan “saya merasa promosi yang dilakukan Bank syariah Indonesia kurang menarik minat saya”, bisa dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan tidak setuju sebanyak 57 orang atau 59,4%, responden yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 16 orang atau 16,7%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 13 orang atau 13,5%, sangat setuju sebanyak 7 orang atau 7,3%, dan kurang setuju sebanyak 3 orang atau 3,1%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden

memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan negatif (*reverse question*) yang diajukan.

5) Indikator Pengaruh Promosi

Tabel 4. 23 Tanggapan Responden terhadap promosi meningkatkan keinginan untuk menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Kurang Setuju	33	34,4%
4.	Setuju	38	39,6%
5.	Sangat Setuju	25	26,0%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.23 dengan pernyataan “saya merasa promosi meningkatkan keinginan saya untuk menggunakan Bank Syariah Indonesia”, bisa dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 38 orang atau 39,6%, responden yang menyatakan kurang setuju berjumlah 33 orang atau 34,4%, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 25 orang atau 26,0%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan yang diajukan cenderung positif, meskipun masih terdapat cukup banyak responden yang memberikan tanggapan kurang setuju.

d. Variabel Pengambilan Keputusan (Y)

1) Indikator Keputusan Menggunakan

Tabel 4. 24 Tanggapan Responden terhadap memilih menggunakan Bank Syariah dibanding bank konvensional

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-

2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Kurang Setuju	3	3,1%
4.	Setuju	49	51,0%
5.	Sangat Setuju	44	45,8%
Total		96	100%

\ Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.24 dengan pernyataan “saya memilih menggunakan bank syariah dibanding bank konvensional”, bisa dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 49 orang atau 51,0%, responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 44 orang atau 45,8%, responden yang menyatakan kurang setuju hanya sebanyak 3 orang atau 3,1%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan.

2) Indikator Keyakinan Keputusan

Tabel 4. 25 Tanggapan Responden terhadap keyakinan bahwa keputusan menggunakan Bank Syariah Indonesia sudah tepat

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	1	1,0%
3.	Kurang Setuju	4	4,2%
4.	Setuju	41	42,7%
5.	Sangat Setuju	50	52,1%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.25 dengan pernyataan “saya merasa yakin bahwa keputusan menggunakan Bank Syariah Indonesia sudah tepat”, bisa dilihat bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 50 orang atau 52,1%, responden yang menyatakan setuju berjumlah 41 orang atau 42,7%, responden yang menyatakan tidak setuju

sebanyak 4 orang atau 4,2%, dan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,0%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan yang sangat positif terhadap pernyataan yang diajukan.

3) Indikator Keberlanjutan Penggunaan

Tabel 4. 26 Tanggapan Responden terhadap niatan untuk terus menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	1	1,0%
3.	Kurang Setuju	6	6,3%
4.	Setuju	51	53,1%
5.	Sangat Setuju	38	39,6%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.26 dengan pernyataan “saya berniat untuk terus menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia”, bisa dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 51 orang atau 53,6%, responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 38 orang atau 39,6%, responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 6 orang atau 6,3%, dan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,0%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan.

4) Indikator Kepuasan

Tabel 4. 27 Tanggapan Responden terhadap merasa puas dalam menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1,0%

2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Kurang Setuju	9	9,4%
4.	Setuju	39	40,6%
5.	Sangat Setuju	47	49,0%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.27 dengan pernyataan “saya merasa puas menggunakan layanan Bank Syariah Indoneisa”, bisa dilihat bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 47 orang atau 49,0%, responden yang menyatakan setuju berjumlah 39 orang atau 40,6%, responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 9 orang atau 9,4%, dan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,0%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan.

5) Indikator Rekomendasi

Tabel 4. 28 Tanggapan Responden terhadap kesediaan untuk merekoendasikan Bank Syariah kepada orang lain

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	1	1,0%
3.	Kurang Setuju	6	6,3%
4.	Setuju	51	53,1%
5.	Sangat Setuju	38	39,6%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.28 dengan pernyataan “saya bersedia untuk merekomendasikan Bank Syariah Indonesia kepada orang lain”, bisa dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 51 orang atau 53,1%, responden yang menyatakan sangat

setuju berjumlah 38 orang atau 39,6%, responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 6 orang atau 6,3%, dan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,0%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan.

6) Indikator Loyalitas

Tabel 4. 29 Tanggapan Responden terhadap menjadikan bank syariah menjadi pilihan utama dalam layanan keuangan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	1	1,0%
3.	Kurang Setuju	2	2,1%
4.	Setuju	47	49,0%
5.	Sangat Setuju	46	47,9%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.29 dengan pernyataan “Bank Syariah Indonesia menjadi pilihan utama saya dalam layanan keuangan”, bisa dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 47 orang atau 49%, responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 46 orang atau 47,9%, responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 2 orang atau 2,1%, dan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,0%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan.

e. Variabel Religiusitas (Z/Moderasi)

1) Indikator Keyakinan Agama

Tabel 4. 30 Tanggapan Responden terhadap kepercayaan akan Bank Syariah sesuai dengan ajaran Islam

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1,0%
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Kurang Setuju	4	4,2%
4.	Setuju	48	50,0%
5.	Sangat Setuju	43	44,8%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.30 dengan pernyataan “saya percaya Bank Syariah Indonesia sesuai ajaran Islam”, bisa dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 48 orang atau 50,0%, responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 43 orang atau 44,8%, responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 4 orang atau 4,2%, dan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,0%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan.

2) Indikator Pengetahuan Agama

Tabel 4. 31 Tanggapan Responden terhadap memahami larangan riba dalam Islam

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Kurang Setuju	6	6,3%
4.	Setuju	43	44,8%
5.	Sangat Setuju	47	49,0%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.31 dengan pernyataan “saya memahami larangan riba dalam Islam”, bisa dilihat bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 47 orang atau 49,0%, responden yang menyatakan setuju berjumlah 43 orang atau 44,8%, responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 6 orang atau 6,3%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan.

3) Indikator Pengaruh Agama

Tabel 4. 32 Tanggapan Responden terhadap nilai agama mempengaruhi keputusan keuangan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	1	1,0%
3.	Kurang Setuju	8	8,3%
4.	Setuju	55	57,3%
5.	Sangat Setuju	32	32,3%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.32 dengan pernyataan “saya merasa nilai agama mempengaruhi keputusan keuangan saya”, bisa dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 56 orang atau 57,7%, responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 32 orang atau 33,0%, responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 8 orang atau 8,2%, dan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,0%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan.

Tabel 4. 33 Tanggapan Responden terhadap faktor agama bukan pertimbangan utama dalam memilih bank (*Reverse Question*)

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	22	22,9%
2.	Tidak Setuju	46	47,9%
3.	Kurang Setuju	6	6,3%
4.	Setuju	10	10,4%
5.	Sangat Setuju	12	12,5%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.33 dengan pernyataan “saya merasa agama bukan faktor pertimbangan utama dalam memilih bank”, bisa dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan tidak setuju sebanyak 46 orang atau 47,9%, responden yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 22 orang atau 22,9%, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 12 orang atau 12,5%, setuju sebanyak 10 orang atau 10,4%, dan kurang setuju sebanyak 6 orang atau 6,3%. Dominannya jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju pada pertanyaan negatif (*reverse question*) menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki kecenderungan tanggapan yang positif terhadap variabel yang diukur.

4) Indikator Komitmen Syariah

Tabel 4. 34 Tanggapan Responden terhadap usaha untuk memilih layanan keuangan yang sesuai syariah

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	1	1,0%
3.	Kurang Setuju	8	8,3%
4.	Setuju	40	41,7%
5.	Sangat Setuju	47	49,0%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.34 dengan pernyataan “saya berusaha untuk memilih layanan keuangan yang sesuai syariah”, bisa dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju sebanyak 47 orang atau 49,0%, responden menyatakan setuju 40 orang atau 41,7%, responden yang menyatakan kurang setuju berjumlah 8 orang atau 8,3%, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang atau 1,0%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tanggapan responden cenderung positif, meskipun masih terdapat cukup banyak responden yang memberikan tanggapan kurang setuju.

5) Indikator Perilaku Religius

Tabel 4. 35 Tanggapan Responden terhadap menghindari transaksi yang mengandung riba

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	-	-
3.	Kurang Setuju	7	7,3%
4.	Setuju	50	52,1%
5.	Sangat Setuju	39	40,6%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026

Berdasarkan data dari tabel 4.35 dengan pernyataan “saya menghindari transaksi yang mengandung riba”, bisa dilihat bahwa mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 50 orang atau 52,1%, responden yang menyatakan sangat setuju berjumlah 39 orang atau 40,6%, sedangkan responden yang menyatakan kurang setuju sebanyak 7 orang atau 7,3%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar

responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan yang diajukan.

6) Indikator Kualitas Ibadah

Tabel 4. 36 Tanggapan Responden terhadap ibadah yang dijalankan mempengaruhi pilihan layanan keuangan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	-	-
2.	Tidak Setuju	2	2,1%
3.	Kurang Setuju	33	34,3%
4.	Setuju	39	40,6%
5.	Sangat Setuju	22	22,9%
Total		96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Berdasarkan data dari tabel 4.36 dengan pernyataan “saya merasa ibadah yang saya jalankan mempengaruhi pilihan keuangan”, bisa dilihat bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju sebanyak 39 orang atau 40,2%, responden yang menyatakan kurang setuju berjumlah 34 orang atau 35,1%, responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 22 orang atau 22,7% responden yang menyatakan tidak setuju hanya sebanyak 2 orang atau 2,1%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan yang diajukan cenderung positif, meskipun masih terdapat sejumlah responden yang memberikan tanggapan tidak setuju.

B. Hasil

1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlation*) terhadap nilai r tabel. Sebuah pernyataan atau item kuesioner dikatakan valid apabila nilai r hitungnya lebih besar dari r tabel dan memiliki nilai positif. Sebaliknya, jika r hitung lebih kecil dari r tabel, maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Dalam hal ini, digunakan sampel sebanyak 96 responden, dengan tingkat signifikansi 0,05. Berdasarkan jumlah tersebut, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,200. Hasil pengujian setiap variabel dapat disajikan sebagai berikut.

Tabel 4. 37 Hasil Uji Validitas Variabel X, Y, dan Z

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Ket.
Aksesibilitas (X1)	Kemudahan Lokasi	1	0,392	0,200	Valid
	Kemudahan Lokasi (<i>Reverse Question</i>)	1	0,485	0,200	Valid
	Kemudahan Layanan	1	0,276	0,200	Valid
	<i>Digital Banking</i>	1	0,357	0,200	Valid
	Fasilitas	1	0,519	0,200	Valid
	Kemudahan Transaksi	1	0,378	0,200	Valid
Tingkat Sosial (X2)	Pengaruh Keluarga	1	0,503	0,200	Valid
	Pengaruh Teman	1	0,621	0,200	Valid
	Lingkungan Sosial	1	0,398	0,200	Valid
	Lingkungan sosial (<i>Reverse question</i>)	1	0,468	0,200	Valid
	Dukungan Sosial	1	0,377	0,200	Valid
	Status Sosial	1	0,397	0,200	Valid
Promosi (X3)	Iklan	1	0,324	0,200	Valid
	Media Sosial	1	0,431	0,200	Valid

	Informasi Promosi	1	0,439	0,200	Valid
	Daya Tarik Promosi	1	0,465	0,200	Valid
	Daya Tarik Promosi (<i>Reverse Question</i>)	1	0,294	0,200	Valid
	Pengaruh Promosi	1	0,355	0,200	Valid
Pengambilan Keputusan (Y)	Kepuasan Menggunakan	1	0,491	0,200	Valid
	Keyakinan Keputusan	1	0,416	0,200	Valid
	Keberlanjutan Penggunaan	1	0,515	0,200	Valid
	Kepuasan	1	0,439	0,200	Valid
	Rekomendasi	1	0,534	0,200	Valid
	Loyalitas	1	0,477	0,200	Valid
Religiusitas (Z)	Keyakinan Agama	1	0,451	0,200	Valid
	Pengetahuan Agama	1	0,268	0,200	Valid
	Pengaruh Agama	1	0,547	0,200	Valid
	Pengaruh Agama (<i>Reverse Question</i>)	1	0,491	0,200	Valid
	Komitmen Syariah	1	0,295	0,200	Valid
	Perilaku Religius	1	0,373	0,200	Valid
	Kualitas Ibadah	1	0,344	0,200	Valid

Berdasarkan dari informasi pada tabel di atas, setiap variabel menerangkan bahwa nilai hitung r lebih besar dari nilai r tabel (0,200). Oleh karena itu, setiap butir pernyataan terhadap variabel Aksesibilitas (X1), Tingkat Sosial (X2), Promosi (X3), Pengambilan Keputusan (Y), dan Religiusitas (Z/Moderasi).

2. Uji Reliabilitas

Setelah menguji validitas variabel Aksesibilitas (X1), Tingkat Sosial (X2), Promosi (X3), Pengambilan Keputusan (Y), dan Religiusitas (Z/Moderasi) reabilitas item pernyataan diuji menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* dengan bantuan SPSS 23. Teknik ini mengukur koefisien reabilitas melalui skala yang diberikan sekali pada responden.

Reabilitas diukur dengan membagi skala menjadi dua yang dapat dijelaskan sebagai berikut.

- a. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $>0,60$, maka item pernyataan dianggap reliabel.
- b. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $<0,60$, maka item pernyataan dianggap tidak reliabel.

Tabel 4. 38 Hasil Uji Reabilitas X, Y, dan Z

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Aksesibilitas (X1)	0,756	Reliabel
Tingkat Sosial (X2)	0,812	Reliabel
Promosi (X3)	0,734	Reliabel
Pengambilan Keputusan (Y)	0,845	Reliabel
Religiusitas (Z)	0,789	Reliabel

Sumber: Output SPSS 23, 2026.

Berdasar dari informasi dari tabel di atas, setiap variabel mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60. Sehingga, seluruh butir pernyataan dalam variabel Aksesibilitas (X1), Tingkat Sosial (X2), Promosi (X3), Pengambilan Keputusan (Y), dan Religiusitas (Z/Moderasi) dinyatakan reliabel.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis distribusi data. Model yang baik adalah yang memiliki distribusi data mendekati normal. Data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansi residual lebih besar dari 0,05. Uji normalitas dilakukan

dengan metode *Kolmogorov-Smirnov*, dan hasilnya disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4. 39 Hasil Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test</i>	
<i>Asymp.Sig (2-tailed)</i>	Keterangan
0,184	Berdistribusi Normal

Sumber: Output SPSS 23, 2026.

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov yang tertera pada tabel 4.39, nilai Asymp. Sig. adalah 0,053, yang lebih besar dari 0,184. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

4. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen (X dan Z/Moderasi) dan variabel dependen (Y) dalam model regresi. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memastikan bahwa terdapat hubungan fungsional yang bersifat linear antara kedua variabel dalam populasi, sebagai salah satu prasyarat sebelum dilakukan analisis regresi. Melalui uji ini dapat diketahui apakah hubungan antara kedua variabel terjadi secara signifikan. Penentuan hasil uji didasarkan pada nilai signifikansi *Deviation from Linearity*, di mana jika nilai tersebut lebih besar dari 0,05 maka hubungan antar variabel dianggap linear, sedangkan apabila nilainya kurang dari 0,05 maka hubungan antar variabel dinyatakan tidak linear.

Tabel 4. 40 Hasil Uji Linearitas

<i>ANOVA Table</i>		
Variabel	<i>Deviation from Linearity</i>	Keterangan
Aksesibilitas (X1)	0,564	Linear
Tingkat Sosial (X2)	0,476	Linear
Promosi (X3)	0,799	Linear
Religiusitas (Y)	0,573	Linear

Sumber: Output SPSS 23, 2026.

Berdasarkan hasil uji linearitas, diperoleh nilai signifikansi deviation from linearity untuk variabel X1 sebesar 0,564, X2 sebesar 0,476, X3 sebesar 0,799, Z sebesar 0,573, yang seluruhnya lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang bersifat linear antara variabel aksesibilitas, tingkat sosial, promosi dan religiusitas dengan variabel pengambilan keputusan menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia oleh nasabah di Kecamatan Anjir Muara.

5. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk memastikan bahwa antar variabel independen dalam model regresi tidak saling berkorelasi terlalu kuat. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Model multikolinearitas dapat dikatakan baik jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *Tolerance* lebih dari 0,100 yang dapat diartikan bahwa tidak terjadi kolerasi yang berlebihan antar variabel bebas. Namun, jika nilai VIF lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* kurang dari 0,100, hal ini menandakan adanya multikolinearitas serius, sehingga perlu perbaikan agar hasil regresi lebih valid dan dapat terpenuhi.

Tabel 4. 41 Hasil Uji Multikoleniaritas

<i>Collinearity Statistics</i>			
Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Aksesibilitas (X1)	0,608	1.644	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
Tingkat Sosial (X2)	0,731	1.368	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
Promosi (X3)	0,710	1.408	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
Religiusitas (Y)	0,762	1.644	Tidak terjadi gejala multikolinearitas

Sumber: Output SPSS 23, 2026.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang ditunjukkan pada tabel di atas, nilai *Tolerance* untuk seluruh variabel independen berada di atas 0,100 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) berada di bawah 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan korelasi yang kuat antar variabel bebas dalam model regresi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan bebas dari gejala multikolinearitas antara variabel aksesibilitas, tingkat sosial, promosi dan religiusitas dengan variabel pengambilan keputusan menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia oleh nasabah di Kecamatan Anjir Muara.

6. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dengan menggunakan Uji Glejser bertujuan untuk menunjukkan bahwa model regresi dikatakan bebas dari gejala heterokedastisitas apabila nilai signifikansi setiap variabel independen lebih besar dari 0,05. Kondisi ini menandakan bahwa sebaran residual

bersifat konstan antar pengamatan sehingga model dinilai layak untuk digunakan. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka terdapat gejala heterokedastisitas yang menunjukkan bahwa varian residual tidak sama dan model perlu dilakukan perbaikan agar hasil analisis lebih akurat.

Tabel 4. 42 Hasil Uji Heteroskedastisitas

<i>Coefficients Table</i>		
Variabel	<i>Sig.</i>	Keterangan
Aksesibilitas (X1)	0,386	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Tingkat Sosial (X2)	0,649	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Promosi (X3)	0,713	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Religiusitas (Y)	0,209	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

Sumber: Output SPSS 23, 2026.

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas diatas, seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heterokedastisitas dalam model regresi, sehingga varian residual bersifat konstan dan terbebas dari heterokedastisitas.

7. Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh parsial beberapa variabel independen, yaitu aksesibilitas, tingkat sosial, promosi dan religiusitas terhadap variabel dependen, yaitu pengambilan keputusan menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia.

Tabel 4. 43 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

<i>Cofficieents Table</i>		
Variabel	<i>Original Sample</i>	Keterangan
Aksesibilitas (X1)	-0,080	Berpengaruh Negatif
Tingkat Sosial (X2)	0,138	Berpengaruh Positif
Promosi (X3)	1.000	Berpengaruh Positif
Religiusitas (Z)	0,430	Berpengaruh Positif
Constant (a)	12,365	Berpengaruh Positif

Sumber: Output SPSS 23, 2026.

Nilai a sebesar 12,365 merupakan konstanta yang menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel aksesibilitas, tingkat sosial, promosi dan religiusitas, maka nilai regresi untuk pengambilan keputusan menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia tetap sebesar 12,365.

Persamaan regresi linear berganda yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4Z + e$$

Berdasarkan hasil uji analisis regresi 4.43, maka dapat diketahui model uji regresi linear berganda adalah sebagai berikut.

Persamaan Regresi
$Y=12,365-0,080X_1+0,138X_2+1,000X_3+0,430Z+e$

Persamaan regresi di atas dapat diuraikan sebagai berikut.

- 1) Nilai konstanta sebesar 12,365 menerangkan bahwa variabel Aksesibilitas (X1), Tingkat Sosial (X2), Promosi (X3), dan Religiusitas (Z/Moderasi) bernilai 0 atau dianggap tetap, maka Pengambilan Keputusan (Y) berada pada angka 12,365.

- 2) Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel Aksesibilitas (X1) memiliki koefisien regresi sebesar -0,080, yang berarti terdapat hubungan negatif dengan pengambilan keputusan menggunakan Bank Syariah (Y). Artinya, ketika Aksesibilitas (X1) meningkat, keputusan untuk menggunakan layanan bank syariah akan mengalami penurunan dengan asumsi variabel lain berada dalam kondisi tetap, begitu juga sebaliknya.
- 3) Hasil uji regresi menunjukkan bahwa Tingkat Sosial (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,138, di mana terdapat hubungan positif dengan pengambilan keputusan menggunakan Bank Syariah (Y). Artinya, ketika Tingkat Sosial (X2) meningkat, keputusan menggunakan Bank Syariah akan mengalami peningkatan dengan asumsi variabel lain berada dalam kondisi tetap, begitu juga sebaliknya.
- 4) Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel Promosi (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 1,000, di mana terdapat hubungan positif dengan pengambilan keputusan menggunakan Bank Syariah (Y). Artinya, ketika Promosi (X3) meningkat, keputusan menggunakan Bank Syariah akan mengalami peningkatan dengan asumsi variabel lain berada dalam kondisi tetap, begitu juga sebaliknya.
- 5) Hasil uji regresi menunjukkan bahwa Religiusitas (Z) memoderasi pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan menggunakan layanan bank syariah (Y) dengan arah positif sebesar 0,430. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas nasabah, semakin kuat pengaruh aksesibilitas terhadap keputusan menggunakan layanan bank syariah. Nasabah yang

memiliki religiusitas tinggi cenderung lebih terdorong memanfaatkan kemudahan akses layanan bank syariah karena sesuai dengan keyakinan dan nilai yang dianut.

- 6) Hasil uji regresi menunjukkan bahwa Religiusitas (Z) memoderasi pengaruh sosial terhadap keputusan menggunakan layanan bank syariah (Y) secara positif dengan koefisien sebesar 0,430. Artinya, semakin tinggi religiusitas seseorang, semakin kuat pengaruh keluarga, teman, maupun lingkungan sosial dalam mendorong keputusan menggunakan layanan bank syariah.
- 7) Religiusitas memoderasi pengaruh promosi terhadap keputusan menggunakan layanan bank syariah secara positif dengan koefisien sebesar 0,430. Hal ini menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan bank syariah akan lebih efektif memengaruhi keputusan nasabah yang memiliki tingkat religiusitas tinggi dibandingkan nasabah yang tingkat religiusitasnya lebih rendah.

8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi atau pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi. Nilai adjusted R menunjukkan seberapa besar variasi pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen, di mana semakin tinggi nilainya maka semakin baik kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antar variabel.

Tabel 4. 44 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Sumber: Output SPSS 23, 2026

Variabel	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Pengambilan Keputusan (Y)	950	0,948

Berdasarkan tabel 4.44, dapat dilihat dari nilai R-Square Adjusted sebesar 0,948 atau sebesar 94%. Hal ini menunjukkan terdapat pengaruh sebesar 94% dari variabel aksesibilitas, tingkat sosial, dan promosi terhadap pengambilan keputusan menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia oleh nasabah di Kecamatan Anjir Muara, dengan variabel religiusitas.

9. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen (aksesibilitas, tingkat sosial, promosi) terhadap variabel dependen (pengambilan keputusan menggunakan layanan Bank Syariah) secara parsial.

Tabel 4. 45 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Jalur	Hipotesis	<i>Sig.</i>	T Statistik	T Hitung	Keputusan
Aksesibilitas → Pengambilan Keputusan	-	0,000	-2,933	1,986	Diterima
Tingkat Sosial → Pengambilan Keputusan	+	0,004	6,366	1,986	Diterima
Promosi → Pengambilan Keputusan	+	0,000	34,155	1,986	Diterima
Religiusitas → Pengambilan Keputusan	+	0,000	18,994	1,986	Diterima

Sumber: Output SPSS 23, 2026.

Berdasarkan pada tabel 4.45 diatas dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut.

1. Pengaruh aksesibilitas terhadap Pengambilan keputusan nasabah

Variabel aksesibilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,004 dengan nilai t statistik -2,933. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka aksesibilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan nasabah.

Dengan demikian, H1 diterima. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang memiliki hasil aksesibilitas positif signifikan, dengan kondisi geografis Kecamatan Anjir Muara yang didominasi oleh wilayah rawa dan dialiri banyak sungai sehingga mobilitas masyarakat masih dipengaruhi oleh kondisi transportasi dan jarak tempuh menyebabkan aksesibilitas merupakan hal yang paling dipertimbangkan. Berdasarkan data Kecamatan Anjir Muara Dalam Angka (2025), beberapa desa memiliki jarak yang cukup jauh dari pusat kecamatan, seperti Desa Sungai Punggu yang berjarak 13 km dan Desa Sungai Punggu Baru yang berjarak 12 km. Selain itu, kantor cabang Bank Syariah Indonesia tidak berada di setiap desa sehingga masyarakat harus menempuh perjalanan ke wilayah lain untuk memperoleh layanan perbankan secara langsung. Keterbatasan jumlah ATM syariah juga menyebabkan masyarakat harus mencari lokasi tertentu untuk melakukan transaksi. Kondisi tersebut menjadikan kemudahan akses layanan perbankan sebagai faktor penting dalam menentukan keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah.

Perkembangan teknologi perbankan digital menjadi solusi atas keterbatasan akses fisik tersebut. Kehadiran *mobile banking* memungkinkan masyarakat melakukan transaksi tanpa harus datang ke

kantor cabang atau ATM. Oleh karena itu, semakin mudah masyarakat mengakses layanan perbankan baik melalui jaringan kantor, ATM, maupun aplikasi digital, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk menggunakan layanan bank syariah. Hal inilah yang menjelaskan mengapa variabel aksesibilitas memberikan pengaruh yang negatif signifikan terhadap keputusan nasabah di Kecamatan Anjir Muara.

2. Pengaruh tingkat sosial terhadap Pengambilan keputusan nasabah

Variabel tingkat sosial memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai t statistik 6,366. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka tingkat sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Dengan demikian, H2 diterima, sejalan dengan penelitian Rachana Zainuddin (2022). Masyarakat Kecamatan Anjir Muara memiliki latar belakang pendidikan, pekerjaan, dan kondisi ekonomi yang beragam, mulai dari petani, pedagang, wiraswasta, hingga pegawai negeri. Perbedaan tingkat pendidikan dan lingkungan sosial menyebabkan perbedaan kemampuan dalam memahami manfaat produk perbankan syariah dan teknologi digital yang digunakan. Masyarakat yang memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi atau berada dalam lingkungan yang telah terbiasa menggunakan layanan perbankan cenderung lebih mudah menerima dan memanfaatkan produk bank syariah. Selain itu, pengaruh keluarga, teman, maupun tokoh masyarakat juga turut membentuk persepsi masyarakat terhadap penggunaan layanan perbankan syariah.

3. Pengaruh promosi terhadap Pengambilan keputusan nasabah

Variabel promosi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai t statistik 34,155. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Dengan demikian, H3 diterima, sejalan dengan penelitian oleh Annisa Wahyulkarima dkk (2023). Dalam kondisi geografis yang relatif jauh dari pusat layanan perbankan, promosi melalui media sosial, internet, kegiatan sosialisasi, maupun program edukasi keuangan menjadi sarana utama untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Promosi yang efektif mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai kemudahan penggunaan mobile banking, keamanan transaksi, serta kesesuaian produk dengan prinsip syariah.

4. Pengaruh religiusitas terhadap Pengambilan keputusan nasabah

Variabel religiusitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai t statistik 18,994. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Namun, jika religiusitas dimaksudkan sebagai variabel moderasi, maka perlu dilihat hasil uji interaksi antara religiusitas dengan aksesibilitas, tingkat sosial, dan promosi. Berdasarkan tabel ini, yang terlihat baru pengaruh langsung religiusitas terhadap keputusan nasabah.

10. Uji Simultan (Uji f)

Uji f digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 46 Hasil Uji Simultan (Uji f)

Model	F Hitung	F Tabel	Sig.	Keterangan
<i>Regression</i>	433,660	2,47	0.000	Berpengaruh signifikan

Sumber: Output SPSS 23, 2026.

Berdasarkan hasil uji F yang ditunjukkan pada Tabel 4.46, diperoleh nilai F hitung sebesar 433,660, sementara nilai F tabel sebesar 2,47. Nilai signifikansi (Sig.) yang diperoleh sebesar 0,000 ($< 0,05$) menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu aksesibilitas, tingkat sosial, promosi, dan religiusitas, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Dengan kata lain, keempat faktor tersebut secara simultan mampu memengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan keputusan.

11. Uji *Moderator Regression Analysis* (MRA)

Uji *Moderator Regression Analysis* (MRA) yaitu untuk mengetahui peran religiusitas sebagai variabel moderator, dilakukan uji Moderator Regression Analysis (MRA). Uji ini bertujuan untuk melihat apakah religiusitas dapat memengaruhi kekuatan atau arah hubungan antara aksesibilitas, tingkat sosial, dan promosi terhadap keputusan nasabah.

Tabel 4. 47 Hasil Uji Moderator Regression Analysis (MRA) Persamaan Pertama

Variabel	Koefisien	t Hitung	Sig.	Keterangan
Aksesibilitas (X1)	0,092	1,615	0,110	Tidak signifikan
Tingkat Sosial (X2)	0,228	4,888	0,000	Signifikan
Promosi (X3)	1,000	15,413	0,000	Signifikan
Konstanta	18,449	13,564	0,000	-

<i>Model Summary</i>		
R	R ²	Keterangan
0,867	0,753	Variabel independen bersama-sama menjelaskan 75,3% variasi keputusan nasabah

Sumber: Output SPSS 23, 2026.

Tabel 4. 48 Hasil Uji Moderator Regression Analysis (MRA) Persamaan Kedua

Variabel	Koefisien (B)	t Hitung	Sig.	Keterangan
Aksesibilitas (X1)	-0,175	-0,743	0,460	Tidak signifikan
Tingkat Sosial (X2)	-0,123	-0,781	0,437	Tidak signifikan
Promosi (X3)	1,516	2,641	0,010	Signifikan
Religiusitas (Z)	0,165	0,726	0,470	Tidak signifikan
Interaksi X1.Z (X1Z)	0,003	0,348	0,729	Tidak mampu memoderasi
Interaksi X2.Z (X2Z)	0,009	1,662	0,100	Tidak mampu memoderasi
Interaksi X3.Z (X3Z)	-0,017	-0,875	0,384	Tidak mampu memoderasi

<i>Model Summary</i>		
R	R ²	Keterangan
0,976	0,952	Nilai R ² meningkat dari 0,867 menjadi 0,952 setelah dimasukkan variabel moderator, artinya pengaruh variabel meningkat

Sumber: Output SPSS 23, 2026.

Berdasarkan dari tabel hasil uji moderasi diatas, pada persamaan pertama tanpa memasukkan variabel moderator, ditemukan bahwa variabel Tingkat Sosial

dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah, sedangkan Aksesibilitas tidak berpengaruh signifikan. Model ini memiliki nilai R^2 sebesar 0,753, yang menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan 75,3% variasi keputusan nasabah. Setelah dimasukkan variabel moderator Religiusitas pada persamaan kedua, hanya Promosi yang tetap signifikan, sementara interaksi antara Religiusitas dengan Aksesibilitas, Tingkat Sosial, dan Promosi tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa Religiusitas tidak mampu memoderasi pengaruh ketiga variabel independen terhadap keputusan nasabah. Meskipun demikian, nilai R^2 meningkat menjadi 0,952, yang berarti penambahan variabel moderator meningkatkan kemampuan model dalam menjelaskan variasi keputusan nasabah secara keseluruhan. Dengan demikian, Promosi tetap menjadi variabel paling dominan, sedangkan Religiusitas hanya meningkatkan kemampuan prediksi model tanpa menjadi moderator yang signifikan.

C. Analisis Data

1. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah, dengan nilai $t = -2,933$ dan signifikansi 0,004 ($< 0,05$). Hal ini menandakan bahwa semakin sulit masyarakat mengakses layanan bank syariah, baik melalui lokasi kantor, ATM, maupun layanan digital, semakin kecil kemungkinan mereka memutuskan untuk menjadi nasabah. Temuan ini sejalan dengan teori *Perceived Behavioral Control* dari Ajzen (1991), yang menyatakan bahwa kemudahan atau kesulitan akses

memengaruhi niat dan perilaku individu dalam mengambil keputusan. Hasil ini juga mendukung penelitian terdahulu yang menekankan pentingnya aksesibilitas sebagai faktor penentu keputusan nasabah bank syariah.

Kecamatan Anjir Muara sendiri belum memiliki kantor cabang atau fasilitas ATM Bank Syariah Indonesia, namun sebagian masyarakat tetap memilih menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia dengan memanfaatkan aplikasi BYOND by BSI atau mendatangi kantor cabang terdekat di luar kecamatan seperti BSI KCP Barito Kuala yang berada di Kelurahan Handil Bakti, apabila memerlukan layanan atau kebutuhan yang tidak dapat dilakukan secara digital seperti pembukaan tabungan haji dan setoran awal Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH).

2. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel tingkat sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah, dengan nilai $t = 6,366$ dan signifikansi $0,000 (< 0,05)$. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi tingkat sosial seseorang baik dari segi pendidikan, pekerjaan, lingkungan sosial dan pergaulan, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk memutuskan menjadi nasabah. Temuan ini sejalan dengan teori *Subjective Norm* dari Ajzen (1991), yang menyatakan bahwa keputusan seseorang dapat dipengaruhi oleh keluarga, teman, lingkungan sosial, pendidikan, atau pekerjaan seseorang.
3. Hasil uji t memperlihatkan bahwa variabel promosi memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan nasabah, dengan nilai $t = 34,155$ dan signifikansi $0,000$. Artinya, strategi promosi yang dilakukan oleh bank

syariah, melalui iklan, sosialisasi, dan penawaran khusus, mampu meningkatkan minat dan keputusan masyarakat untuk menggunakan layanan tersebut. Promosi efektif tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk persepsi positif dan kesadaran masyarakat terhadap manfaat layanan syariah. Temuan ini konsisten dengan penelitian terdahulu yang menekankan peran promosi sebagai faktor utama dalam keputusan nasabah bank syariah (Rokhmania Nurmaeni, 2020; Ahmad Hijri Alfian & Dian Essa Nugrahini, 2023).

4. Variabel religiusitas memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap keputusan nasabah ($t = 18,994$, $\text{Sig.} = 0,000$). Hal ini menunjukkan bahwa individu dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih memperhatikan aspek halal dan sesuai syariah dalam memilih layanan perbankan. Namun, hasil MRA menunjukkan bahwa interaksi religiusitas dengan aksesibilitas, tingkat sosial, maupun promosi tidak signifikan, sehingga religiusitas tidak mampu memoderasi pengaruh variabel independen terhadap keputusan nasabah. Meski demikian, penambahan variabel ini meningkatkan nilai R^2 dari 0,867 menjadi 0,952, yang menandakan model menjadi lebih mampu menjelaskan variasi keputusan nasabah. Hasil ini memberikan kontribusi baru dibandingkan penelitian sebelumnya, menunjukkan bahwa religiusitas berperan sebagai faktor pendukung nilai individu, bukan sebagai moderator signifikan. Yang artinya, nilai-nilai keagamaan tetap menjadi pertimbangan masyarakat dalam memilih bank syariah karena produk yang ditawarkan dianggap sesuai dengan prinsip Islam dan bebas dari riba. Namun, dalam

praktiknya masyarakat Anjir Muara tetap mempertimbangkan faktor-faktor yang bersifat praktis seperti kemudahan akses layanan, ketersediaan fasilitas transaksi, serta informasi yang diperoleh melalui promosi. Dengan kata lain, meskipun masyarakat memiliki tingkat religiusitas yang tinggi, keputusan mereka tetap dipengaruhi oleh kebutuhan terhadap layanan yang mudah dijangkau dan efisien.

Kondisi ini menjelaskan mengapa religiusitas tidak memperkuat maupun memperlemah pengaruh aksesibilitas, tingkat sosial, dan promosi. Masyarakat yang religius tetap membutuhkan layanan perbankan yang mudah diakses, terutama mengingat karakteristik wilayah Anjir Muara yang memiliki keterbatasan infrastruktur transportasi, jarak yang relatif jauh ke kantor cabang BSI, serta jumlah ATM syariah yang terbatas. Oleh karena itu, keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah merupakan hasil kombinasi antara pertimbangan religius dan pertimbangan praktis dalam memenuhi kebutuhan transaksi keuangan sehari-hari.