

	JURNAL BILAL BISNIS EKONOMI HALAL	
	VOL. 2 No. 2, JUNI 2021: 159-169	E-ISSN:2747-0830

Pengaruh Persepsi, Religiusitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung Mahasantri di Bank Syariah

Nur Rahmadani¹⁾, Muhammad Zuhirsyan²⁾, Ahmad Kholil³⁾

Akuntansi Politeknik Negeri Medan
NURRAHMADANI@students.polmed.ac.id,

Abstract

This study aims to determine the effect of perceptions on the decision to save mahasantri Ar Raudhatul - Hasanah in Islamic Banking, to determine the influence of religiosity on the decision to save mahasantri at Pesantren Ar Raudhatul - Hasanah in Islamic Banking, to determine the effect of location on the decision to save mahasantri at Pesantren Ar Raudhatul - Hasanah. This type of quantitative research uses a questionnaire of 75 people analyzed through multiple Linear Regression Analysis with the help of the SPSS 17 program. The results show that there is a significant positive effect of perception, religiosity, and location variables partially on saving decisions. Meanwhile, simultaneously, not all of the variables are significant positive for the decision to save.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Persepsi berpengaruh terhadap keputusan menabung mahasantri Ar Raudhatul – Hasanah di Perbankan Syariah, untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap keputusan menabung mahasantri Pesantren Ar Raudhatul – Hasanah di Perbankan Syariah, untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan menabung mahasantri Pesantren Ar Raudhatul – Hasanah. Jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan kuesioner 75 orang yang dianalisis melalui Analisis Regresi Linear berganda dengan bantuan program spss 17. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan dari variabel persepsi, religiusitas, lokasi secara parsial terhadap keputusan menabung. Sementara secara simultan juga tidak semua variabel positif signifikan terhadap keputusan menabung.

Kata Kunci: Keputusan memilih, Persepsi, Religiusitas, Lokasi

PENDAHULUAN

Dewasa ini Bank Islam atau lebih dikenal dengan istilah Bank syariah merupakan perbankan yang menjalankan sistemnya dengan bebas bunga. Dengan lahirnya Bank Syariah memberikan dampak positif pada lembaga keuangan perbankan di Indonesia. Bank Muamalat merupakan pelopor perbankan syariah yang berdiri pada tahun 1991 di Indonesia. Bank ini dilahirkan oleh majelis Ulama Indonesia, Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI), pengusaha muslim dan juga pemerintah. Bank Muamalat merupakan Bank yang kurang populer dengan kinerja yang masih stagnan, setelah krisis ekonomi dan reformasi Bank Muamalat mulai dilirik masyarakat.

Di era krisis ekonomi yang terjadi pada tahun 1998 yang menyebabkan Presiden Soeharto lengser, membuat para bankir sempat heran dengan Bank Muamalat masih bertahan dari krisis yang membuat belasan bank konvensional tutup. Terinspirasi dengan tegarnya Bank Muamalat menghadapi krisis, maka tanggal 1 November 1999 berdirilah Bank Syariah Mandiri sebagai bank syariah kedua di Indonesia. Bank Syariah Mandiri merupakan gabungan beberapa bank yang dimiliki BUMN bersinergi dengan Bank Mandiri konvensional. Dengan dibolehkannya konversi cabang bank konvensional

menjadi bank syariah, maka tak sedikit dari bank tersebut muncul dengan cabang syariah seperti Bank Niaga, Bank BTN, Bank BNI, Bank Mega, Bank BRI, Bank IFI, Bank Bukopin, BPD Jabar (<https://www.cermati.com/>).

Dalam Undang-undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa: “Perbankan Syariah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup usahanya, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank syariah terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)”. Sejak pertumbuhan perbankan syariah dari tahun ke tahun mengalami pertumbuhan secara signifikan.

Dapat dilihat dari peningkatan kantor BUS dan UUS dari lima tahun terakhir, dimana jumlah kantor pada BUS tahun 2016 berjumlah 1.869 kantor, tahun 2017 berjumlah 1.825 kantor, tahun 2018 berjumlah 1.875 kantor, tahun 2019 berjumlah 1.919 kantor dan pada Mei 2020 berjumlah 1.946 kantor. Sedangkan jumlah kantor pada UUS tahun 2016 berjumlah 332 kantor, tahun 2017 berjumlah 344 kantor, tahun 2018 berjumlah 354 kantor, tahun 2019 berjumlah 381 kantor dan pada Mei 2020 berjumlah 389 kantor.

Adapun pada fenomena perbankan syariah tersebut bertolak belakang pada fakta, faktanya pangsa pasar Perbankan Syariah masih kecil dibanding Bank Konvensional. Dapat dilihat dari jumlah kantor keuangan bidang syariah yang masih minim dengan jumlah 105 kantor yang tersebar di Sumatera Utara (Sumut), ini sudah termasuk kantor wilayah, cabang maupun pembantu. Sementara bank konvensional sudah memiliki 1.106 kantor yang tersebar di Sumut. Selain perbankan, kantor Bank Perkreditan Rakyat (BPR) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Sumut masih sedikit. Bank Perkreditan Rakyat (BPR) berjumlah 84 kantor cabang, sedangkan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) terdapat 6 kantor cabang di Sumut. (<http://medan.tribunnews.com>).

Persepsi atau cara sudut pandang seseorang terhadap sesuatu informasi yang didapat secara langsung, sehingga menumbuhkan minat seseorang untuk menggunakan jasa dan produk perbankan syariah atau instansi syariah. Persepsi juga dapat menimbulkan nilai positif untuk produk yang ditawarkan, agar dalam mengambil keputusan seseorang dapat memutuskan pilihan yang diambil sesuai dengan kebutuhan atau keinginan sehingga tidak menyimpang dari ajaran agama atau syariat Islam.

Religiusitas merupakan sikap seseorang atas dasar keyakinan dan kepercayaan terhadap suatu agama, dengan religius mampu mempengaruhi minat nasabah dalam memutuskan untuk bertransaksi di Bank syariah. Karena seseorang melihat dari adanya Fatwa MUI yang mendukung tentang keharaman bunga bank, kehalalan suatu produk yang ditawarkan terbebas dari unsur riba, dan keimanan atau keyakinan seseorang.

Menurut penelitian Azzahrah (2016) Religiusitas merupakan variabel moderasi yang terbukti dapat memperkuat pengaruh pengetahuan preferensi menabung di Bank syariah. Dapat disimpulkan bahwa dari teori nya sendiri dengan adanya dalil serta fatwa yang mendukung tentang bunga bank serta kehalalan suatu produk yang ditawarkan terbebas dari unsur riba sehingga dapat meyakinkan masyarakat.

Menurut penelitian Fauzi (2010) menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap nasabah yang menabung di Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta. Menurut Indra Utama (2017) bahwa Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan nasabah. Lokasi merupakan pengaruh yang perlu diperhatikan dalam pengambilan suatu keputusan seseorang, karena dengan lokasi yang strategis dapat mempengaruhi minat nasabah untuk memutuskan bertransaksi di Bank syariah.

Menurut penelitian Ayif Faturrahman dan Ummi Azizah (2018) penelitian tentang Analisis faktor-faktor preferensi mahasiswa terhadap Perbankan Syariah (Studi kasus pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta) hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 5 faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan produk dan jasa bank syariah yaitu faktor agama, faktor fasilitas, faktor lokasi, faktor produk dan faktor pengetahuan.

Menurut penelitian Ma'arif (2016), menyatakan bahwa lokasi dan keyakinan/religiusitas merupakan variabel yang menyebabkan nasabah memutuskan untuk bertransaksi di Bank Syariah.

Peneliti menyimpulkan faktor lokasi dan keyakinan/religiusitas mempengaruhi preferensi nasabah. Dalam penelitian Fatmawati (2015), bahwa pada pondok pesantren Wahid Hasyim, sleman. Pondok pesantren yang memiliki 667 mahasiswa santri yang berasal dari luar provinsi Yogyakarta sehingga membuat para santri dan mahasiswa santri memiliki rekening di bank untuk keperluan keuangan pribadi ataupun keperluan administrasi dalam pembayaran pesantren maupun kampus.

Penulis dapat menyimpulkan dari penelitian Fatmawati bahwa kebanyakan faktor mahasiswa Pondok pesantren Wahid Hasyim memilih membuka tabungan di perbankan yaitu faktor fasilitas seperti ATM yang digunakan untuk pengiriman uang pada keperluan keuangan pribadi serta keperluan administrasi dalam pembayaran pesantren ataupun kampus. Diera milenial sekarang beberapa pesantren sudah mengikuti zaman yang serba modern, namun tetap menjaga nilai kepesantrenannya agar mahasiswa tetap eksis dan tidak dikenal sebagai seorang yang kurang update di zaman yang canggih sekarang ini. Namun faktanya tidak dipungkiri banyak dari mahasiswa yang belum mengenal akan bank syariah, mahasiswa hanya mengetahui bahwa bank syariah adalah bank yang berbasis Islam dan bebas riba.

Alasan meneliti tiga variabel yang merupakan secara umum berpengaruh dalam keputusan bertransaksi masyarakat untuk melakukan uji analisis data. Pengaruh tersebut seperti: persepsi, religiusitas dan lokasi. Alasan penulis menjadikan mahasiswa sebagai responden dikarenakan di era milenial sekarang beberapa pesantren sudah mengikuti zaman yang serba modern, namun tetap menjaga nilai kepesantrenannya agar mahasiswa tetap eksis dan tidak dikenal sebagai seorang yang kurang update di zaman yang canggih sekarang ini.

Bagi mahasiswa mengenai perbankan syariah sendiri juga sudah tidak asing bagi mereka mengenal syariah karena didalamnya sudah terdapat pendidikan Islam yaitu ilmu fiqh dan Akhlak sebagai dasar prinsip perbankan syariah. Maka dengan menggunakan mahasiswa sebagai responden masyarakat dapat mengetahui dari tiga variabel tersebut yang paling berpengaruh terhadap keputusan menabung masyarakat khususnya pada kalangan mahasiswa di perbankan syariah, agar nantinya menambah jumlah nasabah di perbankan syariah terus meningkat.

Tinjauan Pustaka

Bank Syariah

Bank syariah terdiri dari dua kata, yaitu bank dan syariah. “Bank berasal dari bahasa perancis “*banque*” dan dari kata “*banco*” yang artinya peti atau lemari atau bangku. Peti atau lemari dan bangku menjelaskan fungsi dasar dari bank komersial yaitu menyediakan tempat untuk menitipkan uang dengan aman dan menyediakan alat pembayaran untuk membeli barang dan jasa (M. Syafi’i Antonio : 2006 h.2).

Dasar Hukum Perbankan syariah

Dalam Undang-undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 menyatakan bahwa: “Perbankan Syariah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup usahanya, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Selain UU Perbankan syariah, terdapat pula beberapa ayat Alquran yang menjadi landasan hukum *mudharabah*, diantaranya adalah Al-Qur’an Q.S An-Nisa ayat 160-161:

فَبَطَّلُوا مِنَ الَّذِينَ هَادُوا حَرَمًا عَلَيْهِمْ طَيِّبَاتٍ أُجِلَّتْ لَهُمْ وَبِصَدِّهِمْ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ كَثِيرًا وَأَخَذَهُمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا

Artinya:

“Maka disebabkan kedzaliman orang-orang yahudi, kami haramkan atas (memakan makanan) yang baik-baik (yang dahulunya) dihalalkan bagi mereka, dan karena mereka banyak menghalangi (manusia) dari jalan Allah. Dan disebabkan mereka memakan riba, padahal sesungguhnya mereka telah dilarang daripadanya, dan karena mereka memakan harta benda orang dengan jalan yang bathil. Kami telah menyediakan untuk orang-orang yang kafir diantara mereka itu siksa yang pedih”

Persepsi

Kata Persepsi berasal dari bahasa latin *perception, percipio* yang artinya peristiwa menyusun, mengenali dan menafsirkan informasi agar dapat memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan. Persepsi merupakan proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan seseorang guna memberikan gambaran arti bagi lingkungan mereka.

Faktor – faktor yang mempengaruhi persepsi

Timbulnya tanggapan atas rangsangan akan dipengaruhi oleh sifat-sifat individu yang melihatnya, sifat yang dapat dipengaruhi oleh persepsi adalah seperti:(1) sikap, (2) Motivasi, (3) Minat, (4) Pengalaman, (5) Harapan, (6) Sasaran, (7) Situasi

Indikator – indikator persepsi

proses persepsi pada individu dapat berlangsung dalam tiga tahap, yaitu: (1) Perhatian, (2) Organisasi, (3) Interpretasi.

Religiusitas

Kata Religius mengandung ikatan yang harus dipatuhi dan harus dilaksanakan oleh setiap manusia, dan ikatan itu mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan sehari-hari. Religiusitas dapat diartikan seberapa kokoh keyakinan, seberapa taat seseorang saat melaksanakan perintah untuk ibadah, seberapa jauh seseorang menjauhi larangan, seberapa tinggi pengetahuan seseorang dalam pengamalan agama yang dianutnya

Faktor yang mempengaruhi religiusitas

Faktor religiusitas seseorang terwujud melalui komitmen dan kesetiaan seseorang tersebut terhadap agamanya, maka berikut beberapa faktor yang mempengaruhi sikap religiusitas: (1) pengaruh pendidikan dan berbagai tekanan sosial, (2) faktor yang berkaitan dengan kebutuhan keselamatan, (3) faktor pengalaman yang berkaitan dengan spiritual, (4) faktor yang berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisme.

Indikator Religiusitas

Adapun indikator religiusitas seseorang sebagai berikut: (1) Iman,yaitu keyakinan (2)Islam, yaitu frekuensi dan intensitas pelaksanaan ibadah (3) Ihsan, yaitu pengalaman, perasaan, dan penghayatan seseorang (4) Ilmu, yaitu pengetahuan seseorang tentang ajaran agama (5) Amal, perilaku seseorang dalam kehidupan sosial.

Lokasi

Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi bagi perusahaan.Untuk menentukan lokasi kantor pusat pertimbangan yang umum dilakukan adalah dekat pemerintah dan di Ibukota negara atau provinsi. Lokasi bank adalah jejaring dimana produk dan jasa bank disediakan dan dapat dimanfaatkan oleh nasabah (Wahjono, 2010: 126).

Menurut Ali (2010:159) Agar mempermudah penyampaian produk ke konsumen maka penentuan lokasi kantor beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini dikarenakan supaya nasabah mudah menjangkau setiap lokasi bank yang ada. Begitu juga sarana dan prasarana harus memberikan rasa nyaman dan aman kepada seluruh nasabah yang berhubungan dengan bank.

Faktor lokasi

Adapun faktor lokasi sebagai berikut: (1) memudahkan pelayanan nasabah dengan aksesibilitas (2) mendukung ketersediaan lahan parkir (3) penataan dalam kantor yang efektif (4) memudahkan tenaga kerja dalam melayani nasabah dengan baik.

Indikator lokasi

Indikator lokasi yakni: (1) dekat dengan pasar (2) tersedianya tenaga kerja yang baik (3) tersedianya fasilitas transportasi (4) tersedianya saran dan prasarana seperti ruang tunggu, toilet, dan sebagainya.

Prilaku konsumen

Perilaku konsumen bersifat dinamis, artinya bahwa perilaku seorang konsumen, grup konsumen, ataupun masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Salah satu implikasinya adalah bahwa generalisasi perilaku konsumen biasanya terbatas pada jangka waktu tertentu, produk, dan individu tertentu (Nugroho J. Setiad, 2013).

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2019:166) Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh: (1) faktor budaya (2) sosial, pribadi (3) psikologi dari pembeli.

Howard dan Sheth menyebutkan bahwa ada empat karakteristik pokok dalam preferensi pelanggan, yaitu: (a) faktor budaya meliputi bentuk fisik dan model (b) faktor sosial meliputi status dan kelas sosial (c) faktor pribadi meliputi pekerjaan dan gaya hidup (d) faktor harga meliputi jenis usaha (e) faktor psikologis yang meliputi motivasi dan persepsi (<http://journal2.uad.ac.id/index.php/ijiefb/article/view/273/267>)

Faktor prilaku konsumen dalam memilih produk bank syariah

perilaku konsumen dalam memutuskan untuk menggunakan suatu produk perbankan lebih didominasi oleh internal *locus of control* (pengendalian dari dalam). Internal faktor tersebut muncul dari kesadaran (awareness) konsumen terhadap produk yang dikomunikasikan dan pada tingkat yang lebih tinggi, dan selanjutnya awareness tersebut akan memperkuat keyakinan (belief) konsumen (Rivai, Luviarman, & Dkk, 2006).

Pondok Pesantren

pesantren berasal dari kata “santri” yang mendapat imbuhan awalan “pe” dan akhiran “an” yang menunjukkan suatu tempat yang artinya tempat para santri. Kata “santri” (manusia baik) dengan suku kata “tra” (suka menolong). Menurut Zakarsy (1998) Dalam bahasa Indonesia pondok memiliki banyak arti diantaranya kamar, gubug, rumah kecil lebih kekesederhanaan. Penulis menyimpulkan bahwa *funduq* atau Pondok merupakan wadah atau tempat menimba ilmu pendidikan seorang santri dengan sistem asrama yang mengajarkan tentang ilmu agama dan kehidupan yang sederhana.

Mahasantri

Kata “maha” dan “santri” yang bermakna mahasiswa dengan prosedur tertentu diterima pesantren untuk dibina dan dibimbing tentang keilmuan dan keislaman melalui sistem pendidikan yang di terapkan (Suharman, 2005). Penulis menyimpulkan bahwa mahasantri seseorang yang mendal ami ilmu agama di suatu lembaga pesantren yang bernetaben mahasiswa.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual ini memudahkan peneliti dalam memberikan solusi dari serangkaian permasalahan untuk mengetahui Pengaruh yang mempengaruhi Keputusan mahasantri menggunakan jasa atau bertransaksi di bank syariah. Pada penelitian ini penulis akan melakukan uji validitas dan reabilitas terlebih dahulu untuk mengetahui valid atau tidak validnya pernyataan dalam kuisisioner.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif. Yaitu mengumpulkan data berupa angka – angka yang dapat dihitung sehingga menghasilkan suatu penaksiran, yaitu jawaban dari kuesioner yang disebarkan kepada responden untuk menguji hubungan variabel independen persepsi, religiusitas,

lokasi terhadap variabel dependen yaitu keputusan. Penelitian dilakukan pada Pondok Pesantren Ar Raudhatul – Hasanah, Medan Tuntungan, Kota Medan. Populasi dan sample pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Pesantren Ar Raudhatul - Hasanah yang berjumlah 75 mahasiswa, penentuan jumlah sampel dari populasi yang dikembangkan penulis menggunakan Total sampling. Kemudian untuk menarik sampel dari populasi digunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisa data dilakukan dengan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS, guna untuk menguji ada tidaknya pengaruh faktor independen terhadap faktor dependen.

Pada penelitian ini data yang digunakan berskala *interval*, sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Menabung

X₁ = Persepsi

X₂ = Religiusitas

X₃ = Lokasi

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi X₁

b₂ = Koefisien regresi X₂

b₃ = Koefisien regresi X₃

e = Standar error

Hasil dan Pembahasan

Uji Normalitas

Tabel 4.4
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

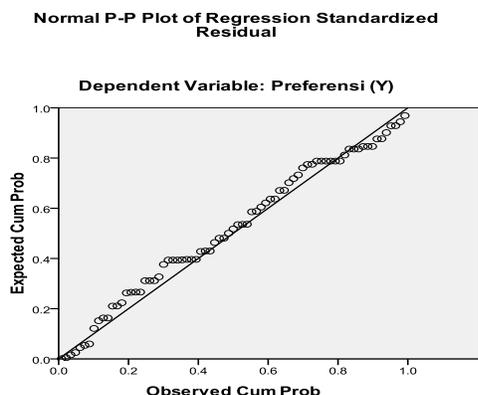
		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.36665371
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.055
	Negative	-.085
Kolmogorov-Smirnov Z		.734
Asymp. Sig. (2-tailed)		.653

a. Test distribution is Normal.

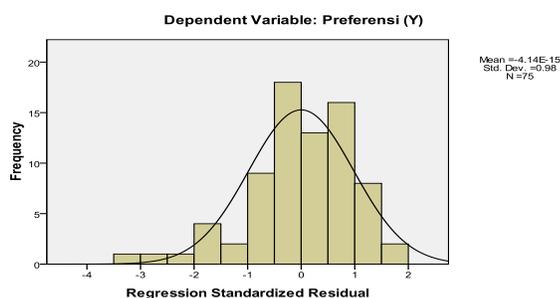
b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah dengan SPSS 17

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas, diketahui nilai probabilitas p atau Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,653. Karena nilai probabilitas p, yakni, 0,653, lebih besar dibandingkan tingkat signifikan, yakni 0,05. Hal ini berarti data berdistribusi normal.



Gambar 4.1 Uji Normalitas *Normal Probability Plot*



Gambar 4.2 Uji Normalitas Histogram
Sumber: SPSS17

Gambar 4.1 merupakan pengujian normalitas dengan pendekatan *normal probability plot*, sementara pada Gambar 4.2 merupakan pengujian normalitas dengan pendekatan histogram. Diketahui pada Gambar 4.1, titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, sementara pada Gambar 4.2, terlihat kurva berbentuk kurva normal, sehingga data berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Untuk memeriksa apakah terjadi multikolinearitas atau tidak dapat dilihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF). Nilai VIF yang lebih dari 10 diindikasikan suatu variabel bebas terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2013).

Tabel 4.5
Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Pengaruh Persepsi (X1)	.816	1.225
Pengaruh Religiusitas (X2)	.816	1.226
Pengaruh Lokasi (X3)	.790	1.265

Sumber: SPSS 17

berdasarkan Tabel 4.5, nilai VIF dari pengaruh persepsi adalah 1,225, nilai VIF dari pengaruh religiusitas adalah 1,226 dan nilai VIF dari pengaruh lokasi adalah 1,265. Dikarenakan seluruh nilai VIF < 10, maka disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.6
Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.641	2.824		1.997	.050
	Pengaruh Persepsi (X1)	-.690	.489	-.171	-1.412	.162
	Pengaruh Religiusitas (X2)	-.451	.673	-.081	-.670	.505
	Pengaruh Lokasi (X3)	-1.143	.593	-.238	-1.928	.058

a. Dependent Variable: abs_residual
Sumber: SPSS 17

diketahui nilai Sig. Glejser dari variabel karakteristik informasi dari pengaruh persepsi adalah $0,162 > 0,05$, nilai Sig. Glejser dari variabel pengaruh religiusitas adalah $0,505 > 0,05$, nilai Sig. Glejser dari variabel pengaruh lokasi adalah $0,058 > 0,05$. Diketahui seluruh nilai Sig. Glejser dari masing-masing variabel bebas di atas $0,05$, maka disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.7
Uji Regeresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.111	.480		.232	.817		
	Pengaruh Persepsi (X1)	.267	.083	.296	3.211	.002	.816	1.225
	Pengaruh Religiusitas (X2)	.332	.114	.268	2.900	.005	.816	1.226
	Pengaruh Lokasi (X3)	.398	.101	.371	3.951	.000	.790	1.265

a. Dependent Variable: Preferensi (Y)

Berdasarkan Tabel 4.7, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.
 $Y = 0,111 + 0,267X_1 + 0,332X_2 + 0,398X_3 + e$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diinterpretasi sebagai berikut:

Diketahui nilai konstanta adalah 0,111. Nilai tersebut dapat diartikan apabila pengaruh persepsi, pengaruh religiusitas, pengaruh lokasi tidak berpengaruh terhadap variabel dependen preferensi, maka nilai variabel dependen preferensi adalah 0,111. Diketahui nilai koefisien regresi dari karakteristik informasi dari pengaruh persepsi adalah 0,267. Nilai tersebut dapat diartikan ketika karakteristik informasi dari pengaruh persepsi naik sebesar 1 satuan, maka preferensi meningkat sebesar 0,267. Diketahui nilai koefisien regresi dari pengaruh religiusitas adalah 0,332. Nilai tersebut dapat diartikan ketika pengaruh religiusitas naik sebesar 1 satuan, maka preferensi meningkat sebesar 0,332. Diketahui nilai koefisien regresi dari pengaruh lokasi adalah 0,398. Nilai tersebut dapat diartikan ketika pengaruh lokasi naik sebesar 1 satuan, maka preferensi meningkat sebesar 0,398.

Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Tabel 4.8 Uji Pengaruh Simultan dengan Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.206	3	3.402	24.280	.000 ^a
	Residual	9.948	71	.140		
	Total	20.154	74			

a. Predictors: (Constant), Pengaruh Lokasi (X3), Pengaruh Persepsi (X1), Pengaruh Religiusitas (X2)

b. Dependent Variable: Preferensi (Y)

Berdasarkan Tabel 4.8, diketahui nilai F hitung 24,280 dan nilai Sig. adalah 0,000. Diketahui nilai F hitung 24,280 > F tabel 2,73 dan nilai Sig. adalah 0,000 < 0,05, maka pengaruh persepsi, pengaruh religiusitas, pengaruh lokasi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap preferensi.

Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Tabel 4.9 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.111	.480		.232	.817		
	Pengaruh Persepsi (X1)	.267	.083	.296	3.211	.002	.816	1.225
	Pengaruh Religiusitas (X2)	.332	.114	.268	2.900	.005	.816	1.226
	Pengaruh Lokasi (X3)	.398	.101	.371	3.951	.000	.790	1.265

a. Dependent Variable: Preferensi (Y)

Sumber: SPSS17

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 4.9 diperoleh hasil:

Diketahui nilai koefisien dari dari pengaruh persepsi adalah 0,267, yakni bernilai positif. Hal ini berarti pengaruh persepsi berpengaruh positif terhadap preferensi. Diketahui nilai *Sig* dari variabel dari pengaruh persepsi adalah $0,002 < 0,05$ dan t hitung $3,211 > t$ tabel 1,99, maka pengaruh persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi. Diketahui nilai koefisien dari dari pengaruh religiusitas adalah 0,332, yakni bernilai positif. Hal ini berarti pengaruh religiusitas berpengaruh positif terhadap preferensi. Diketahui nilai *Sig* dari variabel dari pengaruh religiusitas adalah $0,005 < 0,05$ dan t hitung $2,900 > t$ tabel 1,99, maka pengaruh religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi. Diketahui nilai koefisien dari dari pengaruh lokasi adalah 0,398, yakni bernilai positif. Hal ini berarti pengaruh lokasi berpengaruh positif terhadap preferensi. Diketahui nilai *Sig* dari variabel dari pengaruh lokasi adalah $0,000 < 0,05$ dan t hitung $3,951 > t$ tabel 1,99, maka pengaruh lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi.

Tabel 4.10 Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712 ^a	.506	.486	.374320

a. Predictors: (Constant), Pengaruh Lokasi (X3), Pengaruh Persepsi (X1), Pengaruh Religiusitas (X2)

b. Dependent Variable: Preferensi (Y)

Berdasarkan Tabel 4.10, diketahui nilai koefisien determinasi (*R-Square*) adalah 0,506. Nilai tersebut dapat diartikan variabel pengaruh persepsi, pengaruh religiusitas, pengaruh lokasi mampu mempengaruhi preferensi sebesar 50,6% sisanya sebesar $100\% - 50,6\% = 49,4\%$ dijelaskan oleh variabel atau faktor lainnya.

Simpulan

Berdasarkan analisis data, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa persepsi, religiusitas dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan.

Berdasarkan Uji simultan dengan Uji F pengaruh persepsi, pengaruh religiusitas, pengaruh lokasi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap preferensi (keputusan). Seluruh variabel bebas, yakni variabel pengaruh persepsi, pengaruh religiusitas, pengaruh lokasi mampu mempengaruhi keputusan sebesar 50,6% sisanya sebesar $100\% - 50,6\% = 49,4\%$ dijelaskan oleh variabel atau faktor lainnya.

Daftar Pustaka

- Ayif Faturrahman dan Umami Azizah. 2018. *Analisis Faktor-faktor Preferensi Mahasiswa Terhadap Perbankan Syariah* (Studi Kasus pada Mahasiswa Ilmu Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta) Jurnal Ekonomi Vol.1 No 1&2
- Azzahrah M. 2016. *Pengaruh Pengetahuan dan Disposable Income terhadap Preferensi Menabung di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel moderasi* (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kali Jaga). Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kali Jaga
- Dedi Supriyadi dan Mustafa Hasan, 2012. Bandung: CV. Pustaka Setia
- Fauzi, Yayan 2010. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menabung di Perbankan Syariah (Studi kasus pada BNI Syariah Kantor Cabang Yogyakarta)". Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Syariah Ilmu Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

- Fauzi Amiruddin, Muhammad, 2018. *Psikografis dan Religiusitas dalam Bertransaksi pada BNI Syariah Makassar*. Jurnal Ekonomi Islam, Vol.3, No.1
- Ma'arif. 2016. "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Bertransaksi di Bank Syariah". Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Muhammad, 2017. *Manajemen Dana Bank Syariah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Priyatno Duwi, 2014. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Rivai, H., Luviarman, N., & Dkk. (2006). Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah vs Bank konvensional. Kerjasama Bank Indonesia Dan Center for Banking Research Universitas Andalas.
- Rohmadi, Nurbaiti, & Junaidi. (2016). Analisa Faktor Penentu Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional di Kote Bengkulu. Jurnal Munhaj, 4(3), 283–290.
- Sugiono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Suharso dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Lux*, Semarang: CV. Widya Karya
- Sutan Remy Shahdeini, 2014. *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenadamedia
- Utama, Indra, 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Religiusitas, Bauran Promosi, Pelayanan, dan Lokasi terhadap Proses Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Ib Hasanah BNI Syariah Kantor Cabang BSD. Skripsi.
- <https://www.cermati.com//>, diakses pada 14 April 2020 jam 10.45 WIB
- <https://www.ojk.go.id/>, diakses pada 20 Juni 2020 jam 21.06 WIB
- <http://medan.tribunnews.com/> diakses pada 20 Juni 2020 jam 21.41 WIB
- <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah>, diakses pada 6 Mei 2020 jam 15.26 WIB
- <http://journal2.uad.ac.id/index.php/ijiefb/article/view/273/267> pada 10 Mei 2020 jam 13.13 WIB
- <https://rayendar.blogspot.com/2015/06/metode-penelitian-menurut-sugiyono-2013.html>. Diakses pada 20 Mei 2020 Jam 13.15 WIB.