

**PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI, DAN PREFERENSI
TERHADAP PERILAKU NASABAH MELALUI MEDIA
RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS NASABAH PADA BANK ACEH SYARIAH
KABUPATEN ACEH TAMIANG)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Sebagai Salah
Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)**

DIAJUKAN OLEH :

**LISA MARZELIA
NIM. 4012019020**

**PROGRAM STUDI
PERBANKAN SYARIAH**



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
2023 M / 1444 H**

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul :

**Pengaruh Pengetahuan, Persepsi dan Preferensi terhadap Perilaku Nasabah
melalui Media Religiusitas sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus
Nasabah pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang)**

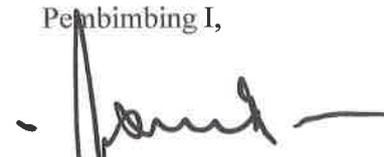
Diajukan Oleh:

**Lisa Marzelia
NIM. 4012019020**

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Perbankan Syariah

Disetujui oleh:

Pembimbing I,


Dr. Anfiruddin, S.Pd.i, MA
Nip. 19750909 200801 1 013

Pembimbing II,


Alfian, M.E
Nip. 19920616 202012 1 009

Mengetahui,
Ketua Prodi Perbankan Syariah


Zefri Maulana, M.Si
NIP. 19861001 201903 1 006

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul : **Pengaruh Pengetahuan, Persepsi dan Preferensi terhadap Perilaku Nasabah melalui Media Religiusitas sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang).** an. Lisa Marzelia, NIM: 4012019020, program studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Langsa pada tanggal 09 Agustus 2023. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah.

Langsa, 09 Agustus 2023
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Langsa

Disetujui Oleh

Ketua/ Penguji I


Dr. Amiruddin, S.Pd.i, MA
NIP. 19750909 200801 1 013

Sekretaris/ Penguji II


Alfian, M.E
NIP. 19920616 202012 1 009

Anggota/Penguji III

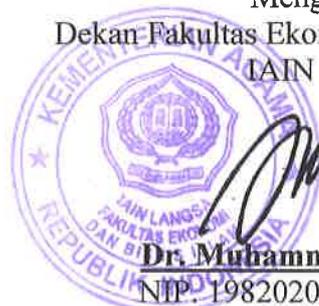

Dr. Indis Ferizal, M.H.I
NIDN.2028118402

Anggota/ Penguji IV


Zulfa Eliza, S.E, M.S.I
NIDN. 2003048502

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa


Dr. Muhammad Amin, MA
NIP. 19820205 200710 1 001



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Lisa Marzelia
Nim : 4012019020
Tempat/Tgl. Lahir : Medan, 29 Maret 2002
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas/Program : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Pandan Sari, Kec. Manyak Payed, Kab. Aceh Tamiang
Judul : ***Pengaruh Pengetahuan, Persepsi dan Preferensi terhadap Perilaku Nasabah melalui Media Religiusitas sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang)***

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil dari karya sendiri, jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan plagiat atau dibuat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Langsa, 09 Juli 2023
Penulis



Lisa Marzelia
NIM. 4012019020

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Setiap Kegagalan Akan menjadi Pembelajaran yang Berharga
Untuk Mencapai Sebuah Kesuksesan

PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini saya persembahkan kepada:

1. Ayah dan Ibu, terimakasih atas curahan kasih sayang, dukungan dan doa dalam setiap langkahku.
2. Kakak dan Adikku yang selalu mendukung dan memberi semangat.
3. Sahabat-sahabatku dan teman seperjuanganku di Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2019 terimakasih atas kebersamaan, dukungan dan keceriaannya.
4. Almamater ku

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh Pengetahuan, persepsi dan preferensi terhadap perilaku nasabah melalui media religiusitas sebagai variabel intervening pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang. Dalam penelitian ini penulis mengambil data Nasabah Bank Aceh Syariah yang berjumlah sebanyak 96 orang sampel. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Outer Model* dan *Inner Model* dan uji hipotesis. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan Aplikasi Smart PLS. 3.00, ditemukan bahwa pada uji hipotesis Uji T variabel menunjukkan pengetahuan secara langsung dan melalui media religiusitas positif dan signifikan. Variabel persepsi secara langsung positif tidak signifikan terhadap perilaku nasabah sedangkan melalui media religiusitas positif dan signifikan, selain itu preferensi baik secara langsung positif tidak signifikan, sedangkan preferensi melalui media religiusitas negatif tidak signifikan terhadap perilaku nasabah. Selanjutnya media religiusitas terhadap perilaku nasabah positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang.

Kata Kunci: Pengetahuan, Persepsi, Preferensi, Perilaku nasabah dan Media Religiusitas

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of knowledge, perceptions and preferences on customer behavior through the media of religiosity as an intervening variable at Bank Aceh Syariah, Aceh Tamiang District. In this study, the authors took customer data from Bank Aceh Syariah, which totaled 96 samples. The analytical tools used in this study are the Outer Model and Inner Model and hypothesis testing. Based on data analysis that has been carried out using the Smart PLS Application. 3.00, it was found that in the T-test hypothesis test the variable showed knowledge directly and through the media of positive and significant religiosity. The positive and direct perception variable is not significant to customer behavior while through the media of religiosity it is positive and significant, besides that either preference is directly positive but not significant, while preference through negative religiosity media is not significant to customer behavior. Furthermore, religiosity media on customer behavior is positive and significant for customer behavior at Bank Aceh Syariah, Aceh Tamiang Regency.

Keywords: Knowledge, Perception, Preference, Customer Behavior and Religiosity Media

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah swt. karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini yang berjudul "*Pengaruh Pengetahuan, Persepsi dan Preferensi terhadap Perilaku Nasabah melalui Media Religiusitas sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang)*".

Proposal ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah (S1) di Institut Agama Islam Negeri.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan dalam pembuatan proposal skripsi ini, namun semua itu dapat teratasi karena adanya dukungan, bimbingan, bantuan, serta nasehat dari semua pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ismail Fahmi Arrauf Nasution, MA. Selaku Rektor IAIN Langsa.
2. Bapak Dr. Muhammad Amin, MA. Selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. Amiruddin, S.Pd.I., MA, selaku pembimbing I yang telah banyak mendukung dan memberi saran kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
4. Bapak Alfian M.E selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan masukan selama bimbingan skripsi

5. Seluruh Dosen Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri yang telah memberi ilmu dan pembelajaran yang sangat berguna kepada penulis.
6. Kedua orang tua penulis, Tusam dan Nurlis yang selalu mencurahkan kasih sayang, dukungan, doa, dan nasehat yang luar biasa dalam setiap proses hidup penulis hingga bisa di tahap ini.
7. Teman-teman yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
8. Rekan-rekan Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 19 yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan.

Semoga segala hal-hal baik yang telah diberikan mendapatkan balasan yang lebih baik lagi dari Allah swt. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan proposal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan kemampuan, untuk itu kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat diharapkan demi kesempurnaan proposal ini. Semoga penelitian yang penulis lakukan dapat bermanfaat baik bagi penulis maupun para pembaca.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Langsa, 08 Maret 2023

Penulis

LISA MARZELIA
NIM 4012019020

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	11
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah.....	12
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
1.6 Penjelasan Istilah	15
1.7 Sistematika Penulisan	16
BAB II KAJIAN TEROTIS.....	18
2.1 Pengetahuan	18
2.1.1 Pengertian Pengetahuan	18
2.1.2 Jenis-Jenis Pengetahuan	19
2.1.3 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengetahuan.....	20
2.1.4 Indikator Pengetahuan	21
2.1.5 Pengetahuan Dalam Konsep Islam	22
2.2 Persepsi	23
2.2.1 Pengertian Persepsi.....	23
2.2.2Faktor-Faktor yang mempengaruhi Persepsi.....	23
2.2.3 Macam-Macam Persepsi	24
2.2.4 Indikator Persepsi	25
2.2.5 Persepsi dalam Konsep Islam	26
2.3 Preferensi.....	27
2.3.1 Pengertian Preferensi	27
2.3.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Preferensi.....	29
2.3.3 Indikator Preferensi.....	31
2.3.4Preferensi Nasabah dalam Pandangan Islam.....	31
2.4 Media Religiusitas	33
2.4.1 Pengertian Religiusitas.....	33
2.4.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Religiusitas.....	33

2.4.3 Indikator Religiusitas	34
2.5 Perilaku Nasabah	35
2.5.1 Pengertian Perilaku Nasabah.....	35
2.5.2 Indikator Perilaku Nasabah	36
2.5.3 <i>Perceived Behavior Control</i>	37
2.5.4 Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perilaku Nasabah..	38
2.6 Penelitian Terdahulu	39
2.7 Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	43
2.8 Kerangka Berfikir	53
2.9 Hipotesis	53
BAB III METODE PENELITIAN	56
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	56
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	56
3.3 Populasi dan Sampel.....	56
3.4 Data Penelitian.....	58
3.5 Teknik Pengumpulan Data	58
3.5.1 Observasi	58
3.5.2 Kuisisioner	58
3.5.3 Dokumentasi	59
3.6 Operasionalisasi Variabel Penelitian	59
3.7 Instrumen Penelitian	62
3.8 Teknik Analisis Data	64
3.8.1 Metode Pengolahan Data	64
3.8.2 Metode Penyajian Data	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	68
4.1 Deskripsi Data Penelitian	68
4.1.1 Jenis Kelamin	68
4.1.2 Usia	69
4.1.3 Pendidikan	69
4.2 Analisis Data.....	71
4.2.1 Hasil Uji Outer Model	71
4.2.2 Inner Model	75
4.2.3 Uji Hipotesis	76
4.3 Interpretasi Data	81
BAB V PENUTUP.....	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran	90

DAFTAR PUSTAKA	91
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	94
LAMPIRAN-LAMPIRAN	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Kantor BAS di Kabupaten Aceh Tamiang	4
Tabel 1.2	Pertumbuhan Jumlah Asset BAS Tahun 2017-2022	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3.1	Rancangan Instrumen atau Jumlah Pertanyaan	63
Tabel 4.1.1	Jenis Kelamin	67
Tabel 4.1.2	Usia	68
Tabel 4.1.3	Pendidikan	68
Tabel 4.1.4	Pekerjaan	69
Tabel 4.2.1	Uji Validitas Konvergen.....	71
Tabel 4.2.2	Uji Validitas Diskriuminan.....	72
Tabel 4.2.3	Uji Reliabilitas	73
Tabel 4.2.4	Uji R Square.....	74
Tabel 4.2.5	Uji Hipotesis	75
Tabel 4.2.6	Uji Pengaruh Intervening	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Berfikir.....	53
Gambar 4.2.1 Hasil Uji Model Penelitian Awal	70

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Eksistensi industri Perbankan Syariah di Indonesia hingga tahun 2019 hampir mencapai tiga dasawarsa. Satu usia yang masih terlalu muda jika dibandingkan dengan eksistensi Perbankan Konvensional. Akan tetapi usia 30 tahun juga bukan lagi merupakan usia yang muda untuk sebuah Lembaga Keuangan.¹

Berdirinya Bank Aceh Syariah sebelumnya di tandai dengan berdirinya PT. Bank Pembangunan Daerah Aceh yang sebelum menjadi Perseroan Terbatas merupakan prakarsa dari Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Aceh). Bank juga memulai aktivitas perbankan syariah dengan diterimanya surat Bank Indonesia No. 6/4/Dpb/BNA tanggal 19 Oktober 2004 mengenai Izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank dalam aktivitas komersial Bank. Bank mulai melakukan kegiatan operasional berdasarkan prinsip syariah tersebut pada 5 November 2004. Sejarah baru mulai diukir oleh Bank Aceh melalui hasil rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) tanggal 25 Mei 2015 tahun lalu bahwa Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Maka dimulai setelah tanggal keputusan tersebut proses konversi dimulai dengan tim konversi Bank Aceh dengan diawasi oleh Otoritas Jasa

¹ Sugeng Nugroho Hadi, *Peran Mediasi Sikap pada Pengaruh Edukasi dan Religiusitas terhadap Perilaku Nasabah, At-Tauzi'* :Jurnal Ekonomi Islam, Vol 19 No 1 2019,

Keuangan. Setelah melalui berbagai tahapan dan proses perizinan yang disyaratkan oleh OJK akhirnya Bank Aceh mendapatkan izin operasional konversi dari Dewan Komisioner OJK Pusat untuk perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional ke sistem syariah secara menyeluruh.²

Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisioner OJK Nomor. KEP- 44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 Perihal Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional Menjadi Bank Umum Syariah PT. Bank Aceh Syariah yang diserahkan langsung oleh Dewan Komisioner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh. Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Dan sejak tanggal tersebut Bank Aceh telah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni mengutip Ketentuan PBI Nomor 11/15/PBI/2009. Proses konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh bisa menjadi salah satu titik episentrum pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal.³

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia dapat dilihat dari semakin beragamnya produk-produk perbankan syariah yang mampu membuat konsumen tertarik untuk memakai jasa perbankan syariah seperti pada produk

²Bank Aceh Syariah, Laporan Posisi Keuangan PT. Bank Aceh Syariah, (Banda Aceh: PT. Bank Aceh Syariah, 2022), h.2

³*Ibid.*,

penghimpunan dana yang akan diturunkan lagi menjadi produk tabungan, giro dan deposito. Awalnya perbankan syariah hanya dikenal oleh sebagian kecil masyarakat akan tetapi dengan terus berkembangnya perbankan syariah sekarang sudah banyak masyarakat di pelosok desa yang sudah mengenal perbankan syariah. Sehubungan keunikan yang ada pada produk perbankan syariah maka diperlukan langkah-langkah edukasi bagi nasabah maupun bankirnya hal tersebut dikarenakan mempengaruhi pengambilan keputusan untuk memilih perbankan dan bagaimana perilakunya dapat diketahui serta diperilaku nasabahi sebagai kesempatan.⁴

Kabupaten Aceh Tamiang salah satu kabupaten yang banyak dihuni oleh pendatang dari berbagai daerah di Aceh maupun dari luar Provinsi. Para pendatang tersebut merantau ke Kab.Aceh Tamiang untuk beberapa keperluan, umumnya banyak yang berkerja disana. Sehingga banyak yang menetap dan menjadi penduduk Kabupaten Aceh Tamiang.

Berdasarkan hasil penelitian pengamatan di Kabupaten Aceh Tamiang, perkembangan Bank Aceh Syariah mengalami peningkatan hal itu terbukti dari bertambahnya Kantor Cabang Pembantu dan Kantor Kas Bank Aceh Syariah di Kabupaten Aceh Tamiang. Berikut tabel jumlah Kantor Bank Aceh Syariah di Kabupaten Aceh Tamiang.

⁴ Muhammad Abdul Aziz, Lutfia Nuril Arafah Preferensi Dan Perilaku Masyarakat Pedesaan Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Desa Luwunggede, Mundu Dan Karangreja), *Journal of Islamic Economics and Philanthropy (JIEP)*. E-ISSN : 2655-335X, VOL. 04, No. 01, Februari, 2021.

Tabel 1.1 Jumlah Kantor Bank Aceh Syariah di Kabupaten Aceh Tamiang

No	Nama Kantor	Alamat
1.	Kantor Cabang Kuala Simpang	Kuala Simpang, Kabupaten Aceh Tamiang
2.	Kantor Cabang Pembantu Kota	Kuala Simpang, Kabupaten Aceh Tamiang
3.	Kantor Cabang Pembantu Simpang Empat Upah	Jalan Simpang Empat Desa Upah
4	Kantor Cabang Pembantu Tualang	Tualang Cut, Kecamatan Manyak Payed
5	Kantor Kas	Kampung Sungai Liput
6	Kantor Kas	Kampung Pulau Tiga

Berdasarkan tabel 1.1 di atas perkembangan Bank Aceh Syariah di Kabupaten Aceh Tamiang semakin meningkat dengan adanya pertumbuhan jumlah Kantor Cabang Pembantu dan Kantor Kas Bank Aceh Syariah di Kabupaten Aceh Tamiang. Perkembangan Bank Aceh Syariah juga mempengaruhi pertumbuhan jumlah asset Bank Syariah pada setiap tahunnya.

Hal ini dibuktikan dari hasil dokumentasi yang peneliti peroleh pada laporan keuangan Tahunan Bank Aceh selama 6 tahun sebelumnya, perkembangan Asset Bank Aceh Syariah diketahui pada tahun 2017 dengan total Asset sebesar 22.61 Triliun dan meningkat pada tahun 2018 sebanyak 23.10 Triliun atau bertumbuh sebanyak 2,14%, pada tahun 2019 total asset Bank Aceh Syariah meningkat menjadi 25,12 Triliun dengan pertumbuhan sebesar 8,77 %, selanjutnya pada tahun 2020 total Asset Bank Aceh Syariah meningkat sebesar 25,48 Triliun atau bertumbuh sebesar 1,43% dikarenakan pandemic Covid 19, pada tahun 2021 peningkatan total Asset Bank Aceh Syariah menjadi sebesar

28,17 Triliun dengan pertumbuhan sebesar 10,56%,⁵ di tahun 2022 Bank Aceh Syariah memiliki total Asset sebesar 29.30 Triliun.⁶ Untuk lebih jelas dapat dilihat Pada Tabel berikut ini:

Tabel 1.2 Pertumbuhan Jumlah Asset Pada Bank Aceh Syariah Tahun 2017-2022

No	Tahun	Asset Bank Aceh Syariah	Pertumbuhan Asset (%)
1	2017	Rp. 22.612.006	20,54%
2	2018	Rp. 23.095.159	2.14%
3	2019	Rp. 25.121.063	8.77%
4	2020	Rp. 25.480.963	1.43%
5	2021	Rp. 28.170.826	10.56%
6	2022	Rp. 29.306.500	1.74%

Sumber Data: Laporan Keuangan Bank Aceh, 2022

Berdasarkan tabel 1.2 diatas diketahui Pertumbuhan jumlah Asset pada Bank Aceh Syariah mengalami peningkatan setiap tahunnya, namun pada tahun 2020 dikarenakan pandemic Covid 19 pertumbuhan Asset Bank Aceh Syariah hanya meningkat sebesar 1,43% dari tahun 2019. Perkembangan Asset paling banyak meningkat pada tahun 2021 dengan pencapaian sebesar 10,56%. Namun di tahun 2022 peningkatan Asset Bank yaitu sebesar 1,74%, artinya pertumbuhan dari tahun 2021-2022 tidak begitu besar dibandingkan tahun sebelumnya.

Masalah utama yang dihadapi lembaga keuangan syariah ini adalah bagaimana perusahaan menarik pelanggan dan mempertahankannya agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang. Untuk mewujudkan tujuan tersebut maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Karena pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam setiap kegiatan yang berhubungan langsung dengan

⁵Bank Aceh Syariah, Laporan Tahunan Annual Report Tahun 2017-2021, (Banda Aceh: Bank Aceh Syariah, 2021), h.3

⁶Bank Aceh Syariah, Laporan Posisi Keuangan PT.Bank Aceh Syariah, (Banda Aceh: PT. Bank Aceh Syariah, 2022), h.2.

kebutuhan nasabah. Agar pemasaran sesuai sasaran maka pemasar harus memperhatikan perilaku nasabah dengan baik, seperti penciptaan produk, penentuan pasar sasaran dan promosi yang tepat sesuai kebutuhan nasabah.⁷

Sebagai bagian dari pemasaran di dalam Lembaga Perbankan Syariah harus dengan tepat mengambil keputusan untuk menghadapi masalah utama yang dihadapi Perbankan Syariah yaitu bagaimana perbankan syariah menarik nasabah agar nasabah tertarik untuk menggunakan jasa Perbankan Syariah. Strategi yang diambil oleh pemasar harus melihat faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah.

Perilaku Nasabah dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain: faktor kebudayaan, kelas sosial, keluarga, status, kelompok atau komunitas, usia, pekerjaan, gaya hidup dan lain-lain. Selain faktor tersebut perilaku nasabah juga dipengaruhi oleh pengetahuan yang nasabah miliki.⁸

Faktor yang mempengaruhi perilaku menabung di Bank Aceh Syariah yaitu pengetahuan mengenai produk dan jasa Bank Aceh Syariah. Pengetahuan adalah informasi yang diperoleh dari berbagai media massa, seperti iklan pada majalah, televisi, koran, radio, pamflet bahkan bisa juga melalui pengalaman seseorang. Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki nasabah melalui pengalaman mengenai berbagai macam produk, serta pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan fungsinya sebagai nasabah.⁹

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dika Andana menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif terhadap perilaku nasabah sehingga pengetahuan

⁷ Any Meilani, *Persepsi Santri terhadap Bank Syariah*, Jurnal. Jakarta : Universitas Terbuka, 2017, h. 12.

⁸ Agus Triyatna, *Hukum Perbankan Syariah Regulasi, Implementasi dan Formulasi Kepatuhan terhadap Prinsip-Prinsip Islam* (Malang: Setara Press, 2016), h.18.

⁹ Kamsir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2018), h.109.

tentang Perbankan Syariah perlu ditingkatkan melalui pendidikan, terhadap perilaku nasabah pada Bank Aceh Syariah.¹⁰ Menurut Philip Kotler faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku adalah pengetahuan, gaya hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, dan promosi. Selain itu menurut Widayani Wahab pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan dan kepercayaan.

Selain pengetahuan faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah menabung yaitu persepsi dengan dimana latar belakang pendidikan dan pengetahuan nasabah berbeda, baik pendidikan umum maupun pendidikan Islam, masing-masing nasabah mempunyai persepsi berbeda dalam memandang perbankan. Beragamnya persepsi, perilaku serta perilaku nasabah warga terhadap Bank Syari'ah, antara lain diakibatkan oleh pemahaman yang diterima oleh pihak nasabah mengenai Perbankan Syari'ah masih terbilang rendah dan Bank Konvensional yang masih dominan dikalangan nasabah. Disamping itu, konstitusi serta kebijakan yang beredar belum sepenuhnya mengakomodasikan operasional dari Bank Aceh Syariah dan masih terdapatnya keterbatasan sumber daya insani serta teknologi perbankan syariah, sehingga eksistensi perbankan konvensional lebih unggul dibanding Perbankan Syariah.

Berdasarkan hasil penelitian Rohmatul Umah,dkk dengan judul *Penelitian Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap perilaku nasabah Pada Bank Syariah, (Studi Kasus Masyarakat FEBI INAIS Bogor*, hasil penelitian yang ditemukan bahwa persepsi masyarakat berpengaruh signifikan dan positif terhadap perilaku

¹⁰Dika Andana, *Pengaruh Pendidikan dan Pengetahuan terhadap perilaku masyarakat pada Bank Syariah Pada Masyarakat Dukuh Krajan Pulosari Jambon Ponogiri*, Vol.2, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 2019, h. 4.

nasabah di Bank Syariah sebesar 22, 9% dan sisanya (77,1%) dipengaruhi oleh faktor lainnya.¹¹

Selain pengetahuan dan persepsi, preferensi juga merupakan salah satu pertimbangan nasabah dalam menabung, nasabah akan memberikan harapannya sebagai standar atau acuan. Harapan nasabah dalam memilih suatu produkpun memprioritaskan pada kepuasannya. Jadi dalam kontek preferensi konsumen umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya karena preferensi merupakan hasil dari evaluasi.¹²

Perilaku nasabah dalam menggunakan jasa yang dipromosikan tidak terlepas dari persepsi yang positif terhadap produk yang ditawarkan. Sampai saat ini masih banyak preferensi yang berbeda yang dikemukakan oleh nasabah tentang Perbankan Syariah. Sehingga menjadi tantangan tersendiri bagi Perbankan Syariah untuk menyamakan persepsi nasabah sehingga menimbulkan kesamaan persepsi yang positif terhadap keberadaan perbankan syariah.¹³

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Claudia Meidisa dkk, dengan judul Pengaruh Preferensi dan Pengetahuan terhadap Perilaku Nasabah di Bank Nagari Unit Layanan Syariah Cabang Pasar Raya Padang, hasil yang diperoleh yaitu terdapat hubungan yang tidak signifikan antara preferensi

¹¹Rohmatul Umah, dkk, *Penelitian Pengaruh Persepsi Mahasiswa Terhadap Perilaku Pada Masyarakat Pada Bank Syariah*, (Studi Kasus Mahasiswa FEBI INAIS Bogor), Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol.1. No.1, 2018, h.94.

¹²Kamsir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2018), h.109.

¹³*Ibid.*

dengan perilaku nasabah, sedangkan pengetahuan terdapat hubungan yang signifikan antara preferensi dengan perilaku Nasabah.¹⁴

Selain faktor-faktor yang berpengaruh dalam membentuk perilaku nasabah yang telah disebutkan sebelumnya, sensitifitas religiusitas juga merupakan bagian dari pembentuk perilaku nasabah. Dalam Islam, perilaku seorang nasabah harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT, nasabah muslim lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya kehidupannya selamat baik di dunia maupun di akhirat.

Religiusitas adalah suatu perilaku nasabah atau kesadaran yang muncul yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama. Perilaku nasabah keagamaan merupakan suatu keadaan yang ada pada diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama. Religiusitas seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah), tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan lain. Bukan hanya berkaitan dengan kegiatan yang tampak dan dapat dilihat dengan mata, tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada diri seseorang. Berdasarkan perilaku nasabah ini maka manusia dalam melakukan suatu aktivitas sesuai dengan ketentuan agama, sesuai dengan perintah tuhanNya dengan tujuan mendapatkan keridhaan-Nya.

Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Hamidi tentang persepsi dan perilaku nasabah nasabah santri Jawa Timur terhadap Bank Aceh Syariah. Salah

¹⁴ Claudia Meidisa, dkk, *Pengaruh Preferensi dan Pengetahuan Produk Terhadap perilaku Masyarakat di Bank Nagari Unit Layanan Syariah Padang*, Jurnal Ekomi dan Bisnis Islam, 2019, h.8.

satu kesimpulannya menunjukkan bahwa responden menyatakan bahwa Bank Syariah sama dengan Bank Konvensional. Responden juga menyatakan bahwa bagi hasil sama dengan dengan bunga. Karenanya nasabah berpersepsi faktor pertimbangan keagamaan bukanlah menjadi faktor penting dalam mempengaruhi kecenderungan menggunakan jasa Perbankan Syariah.

Terbukti pada Bank Aceh Syariah yang sebelumnya masih melakukan sistem Konvensional sekarang sudah sepenuhnya melakukan sistem berbasis Syariah. Proses konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial nasabah. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh bisa menjadi salah satu titik pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal sehingga nasabah Kabupaten Aceh Tamiang lebih memilih untuk bertransaksi dengan Bank Aceh Syariah.

Banyak masalah yang sering dilalui dalam perkembangan Bank Aceh Syariah. Masalah yang sering kelihatan antara lain adalah kurangnya kesadaran nasabah tentang pengetahuan dan persepsi serta preferensi terhadap Perbankan Syariah. Faktanya, masih banyak orang yang percaya bahwa tabungan di Bank Aceh Syariah dan Bank Konvensional itu sama, karena kurangnya sosialisasi dan Pemahaman nasabah tentang cara kerja Lembaga Keuangan Syariah. Berdasarkan hasil observasi di Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang, sebagian besar nasabah yang menabung di Bank Aceh adalah pegawai pemerintah. Sedangkan masyarakat umum masih banyak pertimbangan yang dilakukan untuk memutuskan menabung pada bank yang diinginkan. Hal ini dikarenakan faktor-

faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang.

Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “*Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, dan Preferensi terhadap Perilaku Nasabah melalui Media Religiusitas sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang).*”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas peneliti dapat mengidentifikasi masalah yaitu sebagai berikut:

1. Pengetahuan nasabah mengenai perbedaan Perbankan masih sangat rendah
2. Pemahaman nasabah terhadap Perbankan masih sangat kurang sehingga berdampak pada persepsi, preferensi, dan perilaku nasabah Kabupaten Aceh Tamiang.
3. Kurangnya sosialisasi Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang mengenai perbedaan Bank Syariah dan Konvensional kepada nasabah.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi guna tidak meluas pada pokok pembahasan yang akan dibahas, adapun dalam penelitian ini peneliti membatasi penelitian pada faktor yang mempengaruhi perilaku nasabah yaitu faktor pengetahuan, persepsi dan preferensi dalam konsep keagamaan/ media religiusitas di Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka dapat di rumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Pengetahuan terhadap Media Religiusitas pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang?
2. Bagaimana pengaruh Persepsi terhadap Media Religiusitas pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang?
3. Bagaimana pengaruh Preferensi terhadap Media Religiusitas pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang?
4. Bagaimana pengaruh Pengetahuan terhadap Perilaku Nasabah pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang ?
5. Bagaimana pengaruh Persepsi terhadap Perilaku Nasabah pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang ?
6. Bagaimana pengaruh Preferensi terhadap Perilaku Nasabah pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang ?
7. Bagaimana Pengaruh Media religiusitas terhadap Perilaku Nasabah pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang?
8. Bagaimana pengaruh Pengetahuan terhadap Perilaku Nasabah melalui Media Religiusitas pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang?
9. Bagaimana pengaruh Persepsi terhadap Perilaku Nasabah melalui Media Religiusitas pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang?

10. Bagaimana pengaruh Preferensi terhadap Perilaku Nasabah melalui Media Religiusitas pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

A. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan Penelitian yaitu:

1. Untuk menganalisa pengaruh Pengetahuan terhadap Media Religiusitas pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang.
2. Untuk menganalisa pengaruh Persepsi terhadap Media Religiusitas pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang.
3. Untuk menganalisa pengaruh Preferensi terhadap Media Religiusitas pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang.
4. Untuk menganalisa pengaruh Pengetahuan terhadap Perilaku Nasabah pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang.
5. Untuk menganalisa pengaruh Persepsi terhadap Perilaku Nasabah pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang.
6. Untuk menganalisa pengaruh Preferensi terhadap Perilaku Nasabah pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang.
7. Untuk menganalisa pengaruh Media Religiusitas terhadap Perilaku Nasabah pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang.
8. Untuk menganalisa pengaruh Pengetahuan terhadap Perilaku Nasabah melalui Media Religiusitas pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang.
9. Untuk menganalisa pengaruh Persepsi terhadap Perilaku Nasabah melalui Media Religiusitas pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang.

10. Untuk menganalisa pengaruh Preferensi terhadap Perilaku Nasabah melalui Media Religiusitas pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang.

B. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini ialah diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi dunia Perbankan khusus dunia Perbankan Syariah untuk mengetahui sejauh mana dari pengaruh pengetahuan, persepsi dan preferensi nasabah melalui media religiusitas terhadap perilaku nasabah di Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa tambahan pengetahuan dan wawasan kepada penulis berkaitan dengan masalah yang diteliti dan membandingkan teori dengan praktek yang ada mengenai pengetahuan, persepsi dan preferensi nasabah melalui media religiusitas terhadap perilaku nasabah .

b. Bagi Perbankan Syariah

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perbankan syariah untuk mengetahui permasalahan yang berkaitan pengetahuan, persepsi dan preferensi nasabah melalui media religiusitas terhadap perilaku nasabah di Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang.

c. Bagi Calon Peneliti Berikutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber referensi, memberikan sumbangan pemikiran dan menambah wawasan pengetahuan bagi peneliti berikutnya untuk melakukan penelitian dengan masalah yang sama.

1.6 Penjelasan Istilah

Berikut ini peneliti jelaskan pengertian dari istilah-istilah yang peneliti gunakan pada judul penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Pengetahuan

Pengetahuan adalah informasi yang diperoleh dari berbagai media massa, seperti iklan pada majalah, televisi, koran, radio, pamflet bahkan bisa juga melalui pengalaman seseorang. Pengetahuan nasabah adalah semua informasi yang dimiliki nasabah melalui pengalaman mengenai berbagai macam produk, serta pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan fungsinya sebagai nasabah.¹⁵

2. Persepsi

Persepsi adalah gambaran atau pandangan seseorang terhadap suatu objek yang sedang diamati.

3. Preferensi

Preferensi merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya karena preferensi merupakan hasil dari evaluasi.¹⁶

¹⁵Kamsir, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2018), h.109.

¹⁶*Ibid.*

4. Media Religiusitas

Media religiusitas atau religiusitas adalah suatu perilaku nasabah atau kesadaran yang muncul yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama. Perilaku nasabah keagamaan merupakan suatu keadaan yang ada pada diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama

5. Perilaku Nasabah

Semua kegiatan, tindakan serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan dan menghabiskan produk atau jasa setelah melakukan evaluasi.¹⁷

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan singkat kepada pembaca terhadap penyusunan skripsi ini, maka dengan ini penulis susun secara sistematis adalah sebagai berikut:

Bab I Menjelaskan tentang pendahuluan yang meliputi latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penjelasan istilah, dan sistematika penulisan.

Bab II Menjelaskan tentang Kajian teoritis, menguraikan tentang tinjauan umum terkait dengan pengetahuan, persepsi, preferensi, media religiusitas dan perilaku nasabah, penelitian terdahulu, hubungan antar variabel, kerangka berfikir, dan hipotesis.

¹⁷Nugroho dan Setyati, *Perancangan dan implementasi Aplikasi It Investment Log Berbasis Web, (Studi Kasus PT. XYZ)* Jurnal Of Business, 2019, h.2.

Bab III Menjelaskan tentang Metodologi Penelitian, menguraikan tentang jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

Bab IV Menjelaskan pembahasan dan analisis data penelitian mengenai pengaruh pengetahuan, persepsi, dan preferensi terhadap perilaku nasabah melalui media religiusitas sebagai variabel intervening.

Bab V Adapun penutup berisi kesimpulan dan saran.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

4.1 Deskripsi Data Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner terhadap 96 nasabah pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang. Karakteristik responden dalam penelitian ini terbagi menjadi 4 kelompok, yaitu Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan, dan Pekerjaan.

4.1.1 Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin yang menjadi responden dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.1.1

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	38	39.58	39.58	39.58
	Perempuan	58	60,42	60,42	60,42
	Total	96	100.0	100.0	100.0

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023.

Berdasarkan keterangan Tabel 4.1.1 dapat diketahui tentang jenis kelamin responden Bank Aceh Syariah yang menunjukkan jumlah responden perempuan lebih banyak yaitu 58 orang atau 60,42 % sedangkan sisanya adalah responden laki-laki sebanyak 38 orang atau 39,58 %. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah Bank Aceh Syariahyang menjadi responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

4.1.2 Usia

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh tentang usia responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1.2

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	umur 20-28	31	32,29	32,29
	umur 29-37	28	29.01	29.01
	umur 38-46	37	38.54	38.54
	Total	96	100.0	100.0

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan keterangan Tabel 4.2.2 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berusia 20-28 tahun sebanyak 31 atau 32,29%, selanjutnya usia 29-37 tahun sebanyak 28 orang atau 29,01%, kemudian untuk responden yang berusia 38-46 tahun sebanyak 37 atau 38,54%, Hal tersebut menunjukkan bahwa usia responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh usia 38-46 tahun.

4.1.3 Pendidikan

Data mengenai pendidikan responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1.3

Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak sekolah	2	2.08	2.08
	SD	14	14.58	15.62
	SMP	19	19.79	19.79
	SMA	38	39,58	39,58
	Kuliah	23	23.95	23.95
	Total	96	100.0	100.0

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan keterangan Tabel 4.1.3 diatas, dapat diketahui responden dalam penelitian ini yang tidak sekolah sebanyak 2 orang atau 2,08%, kemudian SD sebanyak 15 orang atau 15,62%, untuk SMP 19 orang atau 19,79%, untuk SMA sebanyak 38 atau 39,58 % dan Kuliah sebanyak 23 orang atau 23,95%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini lebih didominasi tingkat pendidikan SMA.

4.1.4 Pekerjaan

Data mengenai pekerjaan responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1.4
Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Buruh	31	32.29	32.29	32.29
	Pedagang	18	18.75	18.75	18.75
	Ibu Rumah Tangga	39	40,62	40,62	40,62
	Dan lain-lain	8	8.33	8.33	8.33
	Total	96	100.0	100.0	100.0

Berdasarkan keterangan Tabel 4.1.4 diatas, dapat diketahui responden dalam penelitian ini yaitu buruh sebanyak 31 orang atau 32,29%, kemudian pedagang sebanyak 18 orang atau 18,75%, untuk Ibu Rumah Tangga 39 orang atau 40,62%, dan pekerjaan lain-lain 8 orang atau 8,33%. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini lebih didominasi buruh dan ibu rumah tangga.

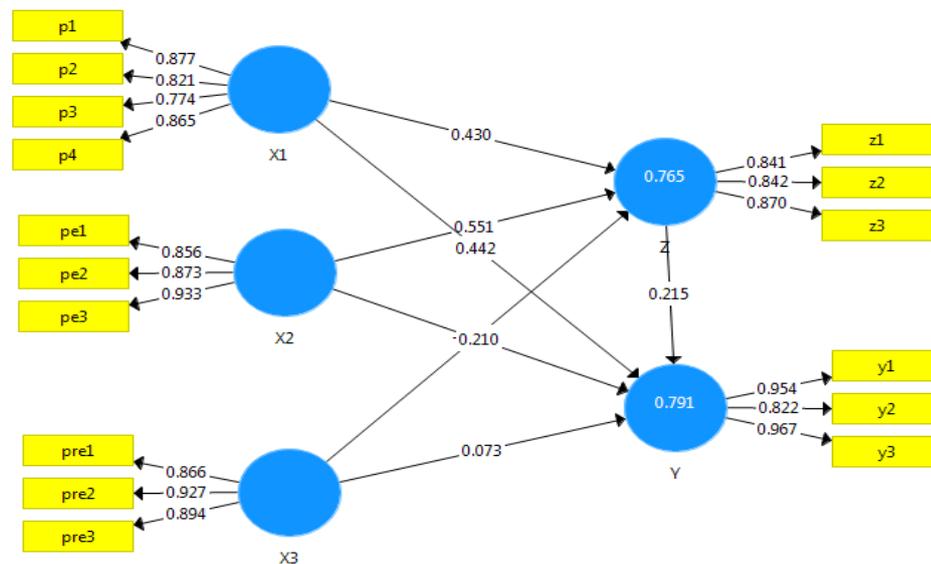
4.2. Analisis Data

4.2.1. Hasil Uji Outer Model

1. Uji Validitas

Gambar 4.2.1

Hasil Uji Model Penelitian Awal



Gambar 4.2.1 di atas menjelaskan hasil dari model setelah tabulasi data dimasukkan ke dalam aplikasi PLS 3, kemudian dianalisis dengan *calculate algorithn*. Hasil dari model pengukuran (*Outer model*) ini digunakan untuk menguji *validitas* konstruk dan *reliabilitas instrument*. Berdasarkan hasil yang diperoleh pada gambar, semua variabel sudah lolos karena memiliki nilai $>0,50$.⁸⁸

⁸⁸Imam Ghazali dan Latan, *Partial Leats Squares...* h.74.

2. Hasil Uji Validitas

Uji validitas konstruk terbagi menjadi dua, yaitu uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan, berikut ini hasil dari *output* dan pembahasannya :

a. Uji Validitas Konvergen

Tabel 4.2.1
Tabel Uji Validitas Konvergen

No	Indikator	Hasil Outer Loading	Standar	Keterangan
1	P1	0,877	0,50	Valid
2	P2	0,821	0,50	Valid
3	P3	0,774	0,50	Valid
6	P4	0,865	0,50	Valid
7	Pe1	0,856	0,50	Valid
8	Pe2	0,873	0,50	Valid
10	Pre3	0,933	0,50	Valid
11	Pre1	0,866	0,50	Valid
12	Pre2	0,927	0,50	Valid
13	Pre3	0,894	0,50	Valid
14	Y1	0,954	0,50	Valid
15	Y2	0,822	0,50	Valid
16	Y3	0,967	0,50	Valid
17	Z1	0,841	0,50	Valid
20	Z2	0,842	0,50	Valid
21	Z3	0,870	0,50	Valid

Dari tabel 4.2.1 dapat dilihat bahwa seluruh indikator telah lulus uji validitas konvergen dan berada pada titik aman yaitu $>0,50$ hal ini dapat dikatakan bahwa seluruh indikator telah lolos uji validitas konvergen.⁸⁹

b. Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas discriminan adalah nilai *crossloading* faktor yang berguna apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan memperoleh nilai lebih besar dari pada 0,70. Uji validitas deskriminan tertera pada tabel berikut:

Tabel 4.2.2
Uji Validitas Discriminan

Variabel	Pengetahuan	Persepsi	Preferensi	Perilaku Nasabah	Religiusitas
P1	0,877	0,690	0,699	0,792	0,734
p2	0,821	0,771	0,833	0,676	0,699
P3	0,774	0,616	0,635	0,505	0,536
P4	0,865	0,715	0,752	0,836	0,767
Pe1	0,765	0,856	0,825	0,857	0,710
Pe2	0,641	0,873	0,786	0,626	0,726
Pe3	0,812	0,933	0,914	0,713	0,811
Pre1	0,790	0,852	0,866	0,866	0,698
Pre2	0,799	0,869	0,927	0,724	0,761
Pre3	0,761	0,832	0,894	0,648	0,775
Y1	0,801	0,800	0,814	0,954	0,790
Y2	0,662	0,692	0,888	0,822	0,600
Y3	0,884	0,789	0,796	0,967	0,842
Z1	0,528	0,625	0,598	0,517	0,841
Z2	0,754	0,660	0,622	0,848	0,842
Z3	0,792	0,851	0,876	0,677	0,870

Sumber data diolah pada tahun 2023

⁸⁹Imam Ghozali dan Latan, *Partial Leats Squares...* h.74.

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.2.2 hal ini menunjukkan *discriminant validity* telah terpenuhi dalam penelitian ini berdasarkan hasil yang diperoleh yaitu nilai *discriminat validity* lebih besar dari pada 0,70.⁹⁰

c. *Composite Reliability*

Pada pengukuran ini bertujuan untuk mengetahui tentang keandalan alat ukur tersebut dengan *composite reliability* harus $>0,70$. Berikut nilai *composite reliability* dalam tabel 4.2.3 di bawah ini:

Tabel 4.2.3
Tabel Reliability

Indikator	Cronbach Alpha	Rho_A	Composite Reliability	AVE	Keterangan
Pengetahuan (X1)	0,856	0,874	0,902	0,698	Dapat diandalkan
Persepsi (X2)	0,865	0,869	0,918	0,788	Dapat diandalkan
Preferensi (X3)	0,877	0,878	0,925	0,804	Dapat diandalkan
Religiusitas (Z)	0,813	0,827	0,888	0,841	Dapat diandalkan
Perilaku (Y)	0,903	0,932	0,940	0,725	Dapat diandalkan

Sumber data diolah pada tahun 2023

Dari tabel 4.2.3 di atas dapat dilihat bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai di atas Cronbach alpha di atas 0,60, *composite reliability* diatas

⁹⁰Imam Ghozali dan Latan, *Partial Leats Squares...* h.74.

0,70 dan nilai AVE di atas 0,50, maka dapat dikatakan bahwa seluruh variabel lolos uji reliabilitas.⁹¹

4.2.2 Inner Model

1. R Square

Pengujian model struktural (*innermodel*) terdiri atas uji *R square* (R^2). *R Square* adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen yaitu menjelaskan “kriteria batasan nilai *R square* ini dalam tiga klasifikasi, yaitu 0,67 sebagai substantial; 0,33 sebagai moderat dan 0,19 sebagai lemah.⁹² Hasil yang diperoleh dari penelitian pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2.4
R Square

Indikator	R square Adjusted
Perilaku (Y)	0,781
Religiusitas (Z)	0,757

Sumber data diolah pada tahun 2023

Nilai R-Square variabel perilaku nasabah sebesar 0,781 untuk perilaku (Y), seperti terlihat pada Tabel 4.2.4. Hasil ini menunjukkan bahwa data yang dapat dideskripsikan dalam model ini setiap variabel menyumbang 78,1 % dari total, dengan 21,9 % sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Sedangkan pada variabel intervening media religiusitas sebesar 0,757 atau 75,7% dipengaruhi oleh setiap variabel, sedangkan 24,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Berdasarkan hasil yang diperoleh variabel perilaku (Y) $0,781 > 0,67$ Artinya pengaruhnya sangat tinggi atau substantial,

⁹¹Imam Ghazali dan Latan, *Partial Leats Squares...*, h.75.

⁹²Imam Ghazali dan Latan, *Partial Leats Squares...* h.84

begitu pula variabel intervening media religiusitas (Z) sebesar $0,757 > 0,67$ yang berarti pengaruhnya sangat tinggi atau substansial.

4.2.3 Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (T)

A. Hasil Uji Hubungan Langsung Hipotesis Penelitian

Hasil uji hipotesis diperoleh dari pengujian *Bootstrapping* dengan menggunakan aplikasi SmartPLS 3. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai t, jika t-hitung lebih besar dibanding t-tabel ($\alpha 5\% = 1,96$) maka hipotesis (H_a) diterima dan H_0 ditolak, dan sebaliknya. Hasil pengujian disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.2.5
Uji Hipotesis

Hipotesis	Sampel Original (O)	Sample Mean (M)	Standart Deviation (STDEV)	T-Statistics	P-Value	Ket
X1 - Y	0,442	0,477	0,136	3,258	0,002	Positif dan signifikan
X1 - Z	0,430	0,397	0,199	2,160	0,033	Positif dan signifikan
X2 - Y	0,210	0,119	0,245	0,858	0,395	Positif tidak signifikan
X2 - Z	0,551	0,598	0,238	2,217	0,023	Positif dan signifikan
X3 - Y	0,073	0,040	0,278	0,263	0,793	Positif tidak signifikan
X3 - Z	-0,070	-0,083	0,302	0,233	0,816	Negative tidak

						signifikan
Z - Y	0,215	0,226	0,091	2,365	0,020	Positif dan signifikan

Sumber : data diolah tahun 2023

Tabel di atas untuk mengukur keterdukungan hipotesis. Untuk analisis pertama, bisa dilihat pada kolom *original sample* (O), dan analisis kedua, bisa dilihat pada kolom *t-statistics*. Ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan nilai *T-tabel* dan *T-Statistics* lebih tinggi dibandingkan *T-tabel*, berarti hipotesis diterima.⁹³ Untuk tingkat keyakinan 95% (*alpha* 5%). Sebaliknya jika nilainya di bawah $\leq 1,96$, berarti hipotesis ditolak. Berdasarkan tabel 4.2.5 di atas terdapat tujuh hipotesis yang diajukan, terdapat empat hipotesis yang diterima dan tiga hipotesis yang ditolak. Berikut ini penjelasan dari hasil analisis hipotesis:

1. Hubungan antara pengetahuan (X1) dengan Y (perilaku), jika dilihat dari nilai pada kolom *sample original* adalah 0,442 maka arah hubungannya adalah positif. Selain itu dilihat dari nilai pada kolom *t-Statistics* sebesar $3,258 \geq 1,96$, maka arah hubungannya adalah signifikan. Oleh karena itu, “ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel pengetahuan (X1) terhadap perilaku nasabah (Y) pada Bank Aceh Syariah Kab. Aceh Tamiang.
2. Hubungan antara pengetahuan (X1) dengan Media Religiusitas (Z), jika dilihat dari nilai pada kolom *sample original* adalah 0,430 maka arah

⁹³ Ananda Sabil Husein, *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Square Smart PLS 3.0*, (Yogyakarta: Brawijaya, 2015).

hubungannya adalah positif. Namun, jika dilihat dari nilai pada kolom *t-Statistics* sebesar $2,160 \geq 1,96$, maka arah hubungannya adalah signifikan. Oleh karena itu, “*ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel pengetahuan(X1) terhadap media religiusitas(Z) sebagai variabel intervening pada Bank Aceh Syariah Kab. Aceh Tamiang.*”

3. Hubungan antara persepsi (X2) dengan Y (perilaku), jika dilihat dari nilai pada kolom *sample original* adalah 0.210 maka arah hubungannya adalah positif. Namun, jika dilihat dari nilai pada kolom *t-Statistics* sebesar $0,854 \leq 1,96$, maka arah hubungannya adalah tidak signifikan. Oleh karena itu, “*ada pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan dari variabel persepsi (X2) terhadap perilaku nasabah(Y) pada Bank Aceh Syariah Kab. Aceh Tamiang.*”
4. Hubungan antara persepsi (X2) dengan Media Religiusitas (Z), jika dilihat dari nilai pada kolom *sample original* adalah 0,551 maka arah hubungannya adalah positif. Namun, jika dilihat dari nilai pada kolom *t-Statistics* sebesar $2,317 \geq 1,96$, maka arah hubungannya adalah signifikan. Oleh karena itu, “*ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel persepsi(X2) terhadap Media Religiusitas(Z) sebagai variabel intervening pada Bank Aceh Syariah Kab. Aceh Tamiang.*”
5. Hubungan antara preferensi (X3) dengan Y (perilaku), jika dilihat dari nilai pada kolom *sample original* adalah 0,073 maka arah hubungannya

adalah positif. Namun, jika dilihat dari nilai pada kolom *t-Statistics* sebesar $0,263 \leq 1,96$, maka arah hubungannya adalah tidak signifikan. Oleh karena itu, *“tada pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan dari variabel preferensi (X3) terhadap perilaku nasabah(Y) pada Bank Aceh Syariah Kab. Aceh Tamiang.*

6. Hubungan antara preferensi (X3) dengan Media Religiusitas (Z), jika dilihat dari nilai pada kolom *sample original* adalah -0,070 maka arah hubungannya adalah negatif. Namun, jika dilihat dari nilai pada kolom *t-Statistics* sebesar $0,233 \leq 1,96$, maka arah hubungannya adalah tidak signifikan. Oleh karena itu, *“tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel preferensi (X3) terhadap Media Religiusitas (Z) sebagai variabel intervening pada Bank Aceh Syariah Kab. Aceh Tamiang.*
7. Hubungan antara media religiusitas (Z) dengan Y (perilaku nasabah), jika dilihat dari nilai pada kolom *sample original* adalah 0,215 maka arah hubungannya adalah positif. Namun, jika dilihat dari nilai pada kolom *t-Statistics* sebesar $3,365 \geq 1,96$, maka arah hubungannya adalah signifikan, maka *“ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variable religiusitas(Z) terhadap Perilaku Nasabah(Y) pada Bank Aceh Syariah Kab. Aceh Tamiang.*

B. Hasil Uji Pengaruh Intervening Hipotesis Penelitian

Untuk pengujian hipotesis ini juga dibutuhkan nilai t-statistik dan p value. Dalam penelitian ini tingkat signifikansi yang dipakai sebesar 5% (0.05). Dan nilai t-tabel sebesar 1,96. Dalam penelitian ini H_a diterima apabila nilai p-value < 0,05 dan nilai t-statistik > dari t-tabel yaitu 1,96. Adapun hasil pengujian intervening di dalam penelitian ini disajikan dalam tabel 4.2.6 sebagai berikut:

Tabel 4.2.6
Penjelasan Uji Pengaruh *Intervening* Hipotesis Penelitian

Hipotesis	Sampel original (O)	T-Statistics	P-Value	Keterangan
X1=>Z=> Y	0,430	2,160	0,033	Positif dan signifikan
X2=>Z=> Y	0,551	2,317	0,023	Positif dan signifikan
X3=>Z=> Y	-0,070	0,233	0,816	Negative tidak signifikan

Sumber data diolah Pada tahun 2023

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.2.6 diketahui terdapat pengaruh intervening dari variabel religiusitas terhadap hubungan variabel pengetahuan (X1) dan perilaku nasabah (Y) pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang. Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai p-value sebesar 0,033 atau <0,05 dengan nilai T-statistik $2.160 > 1,96$. Artinya semakin besar pengetahuan seseorang yang dipengaruhi religiusitas maka semakin meningkat perilaku nasabah pada Bank Aceh Syariah.

Begitu pula religiusitas dapat mengintervening (memperkuat) pengaruh

persepsi terhadap perilaku nasabah di Bank Aceh Syariah Kab. Aceh Tamiang. Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai $p\text{-value} = 0,023$ atau $< 0,05$ dengan nilai $T\text{-tabel}$ sebesar $2.317 > 1,96$. Akan tetapi pada variabel Preferensi, religiusitas tidak dapat mengintervening variabel tersebut terhadap perilaku nasabah di Bank Aceh Syariah Kab. Aceh Tamiang. Hal ini terbukti dari hasil $P\text{-value}$ preferensi sebesar $0.816 > 0.05$ dengan nilai $T\text{-tabel}$ sebesar $0.233 < 1,96$. Artinya ada penolakan dari hipotesis yang di ajukan.

4.3. Intepretasi data

4.3.1 Pengaruh Pengetahuan terhadap Media Religiusitas

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan dengan metode *bootstrapping* menunjukkan bahwa pengetahuan (X1) terhadap media religiusitas (Z) mempunyai nilai koefisien jalur sebesar 0.430 yang berarti terdapat pengaruh positif sebesar 43%. Kemudian nilai $p\text{-value}$ lebih kecil dari 0.05 yaitu sebesar 0.033, lalu nilai $t\text{-statistic}$ 2.160 yang artinya lebih besar dari $t\text{-tabel}$ dalam penelitian ini, yaitu 1,96, sehingga pengaruh yang diberikan oleh variabel pengetahuan (X1) terhadap media religiusitas (Z) terbukti signifikan. Hal ini menunjukkan pengetahuan (X1) memiliki pengaruh dan signifikan terhadap media religiusitas (Z).

Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Kristiyadi & Hartiyah menyatakan bahwa religius mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengetahuan nasabah di Koperasi Jasa Keuangan Syariah (Studi Kasus Pada BMT TAMZIS Wonosobo).

4.3.2 Pengaruh Persepsi terhadap Media Religiusitas

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan dengan metode *bootstrapping* menunjukkan bahwa persepsi (X2) terhadap media religiusitas (Z) mempunyai nilai koefisien jalur sebesar 0.551 yang berarti terdapat pengaruh positif sebesar 55,1%. Kemudian nilai p-value lebih kecil dari 0.05 yaitu sebesar 0.023, lalu nilai t-statistic 2.317 yang artinya lebih besar dari t-tabel dalam penelitian ini, yaitu 1,96, sehingga pengaruh yang diberikan oleh variabel persepsi (X2) terhadap media religiusitas (Z) terbukti signifikan. Hal ini menunjukkan persepsi (X2) memiliki pengaruh dan signifikan terhadap media religiusitas (Z).

Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan Ajzein ini sesuai dengan *Theory of Planned behavior*, Persepsi kontrol Perilaku dengan penilaian yang positif terhadap perilaku masyarakat untuk menabung di Bank Syariah. Perasaan seseorang tentang kapasitas mereka untuk terlibat dalam tindakan tertentu disebut sebagai kontrol perilaku. Hasil penelitian oleh Damayanti menyatakan bahwa persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap religiusitas Bank Aceh Syariah Mandiri. Senada juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Indi menyatakan bahwa variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap religiusitas Bank Syariah.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa religiusitas bank syariah yang dihadirkan dapat mempengaruhi perilaku seseorang dan menarik calon nasabah. Semakin baik persepsi seseorang terhadap religiusitas bank Aceh syariah maka semakin baik persepsi yang dihadirkan.

4.3.3 Pengaruh Preferensi terhadap Media Religiusitas

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel preferensi (X3) tidak berpengaruh terhadap media religiusitas (Z). Hal ini terbukti dari hasil P-value preferensi sebesar $0.816 > 0.05$ dengan nilai T-Statistik sebesar $0.233 < 1.96$. Artinya ada penolakan dari hipotesis yang diajukan.

Hasil penelitian penelitian Assyifa Nuril Hidayati (2017) menyatakan bahwa religiusitas tidak memiliki pengaruh positif terhadap preferensi nasabah pada Bank Syariah Mandiri. Penelitian yang dilakukan oleh Azzahra (2016) juga mengungkapkan bahwa religiusitas sebagai variabel moderasi terbukti tidak dapat memperkuat pengaruh preferensi dan *disposable income* terhadap perilaku menabung Bank Syariah.

4.3.4 Pengaruh Pengetahuan terhadap Perilaku Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan dengan metode *bootstrapping* menunjukkan bahwa pengetahuan (X1) terhadap perilaku nasabah (Y) mempunyai nilai *Original Sample* sebesar 0.442 yang berarti terdapat pengaruh positif sebesar 44,2%. Kemudian nilai p-value lebih kecil dari 0.05 yaitu sebesar 0.002, lalu nilai t-statistic 3.258 yang artinya lebih besar dari t-tabel dalam penelitian ini, yaitu 1,96, sehingga pengaruh yang diberikan oleh variabel pengetahuan (X1) terhadap media religiusitas (Y) terbukti signifikan. Hal ini menunjukkan pengetahuan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah (Y) pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang.

Hasil penelitian ini mendukung beberapa penelitian terdahulu yang menyatakan pengetahuan berpengaruh secara positif dan signifikan

terhadap perilaku menabung di Bank Syariah. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Fatia Dewi (2016) yang menyatakan pengetahuan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku menjadi nasabah pada Bank Muamalat KCP Magelang .

4.3.5. Pengaruh Persepsi terhadap Perilaku Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel Persepsi (X3) tidak berpengaruh terhadap Perilaku Nasabah (Y). Hal ini terbukti dari hasil P-value persepsi sebesar $0.395 > 0.05$ dengan nilai T-Statistik sebesar $0.854 < 1,96$. Artinya ada penolakan dari hipotesis yang di ajukan.

Hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan beberapa penelitian lainnya, (Umah, Supriyatna, and Hubeis n.d.) menyatakan bahwa persepsi nasabah tentang Bank Syariah memiliki pengaruh nyata dan positif terhadap minat mahasiswa FEBI menabung di Bank Syariah dan penelitian lainnya oleh (Syahriyal2018) menyatakan bahwa persepsi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah di Bank Syariah.

4.3.6 Pengaruh Preferensi Terhadap Perilaku Nasabah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel preferensi (X3) tidak berpengaruh terhadap perilaku nasabah (Y). Hal ini terbukti dari *sample original* adalah 0.073 maka arah hubungannya adalah positif. Namun, jika dilihat dari nilai pada kolom *t-Statistics* sebesar $0.263 \leq 1,96$, maka arah hubungannya adalah tidak signifikan.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh Anggita (2020) menunjukkan bahwa preferensi berpengaruh positif terhadap perilaku nasabah mengambil keputusan memilih produk di bank Aceh Syariah kota Langsa.

4.3.7 Pengaruh Media Religiusitas terhadap Perilaku Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa media religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah, hal ini terbukti dari nilai kolom *original sample* adalah 0.215, dengan nilai T Statistic sebesar 2.365 >1,96. maka arah hubungannya adalah positif dan signifikan.

Hal ini sejalan dengan Khairul Anwar (2017) hasil penelitian menunjukkan tingkat religiusitas mempengaruhi nasabah Bireun dalam memilih produk di perbankan syariah.

4.3.8 Pengaruh Pengetahuan terhadap Perilaku Nasabah melalui Media Religiusitas sebagai Variabel *Intervening*

Berdasarkan hasil penelitian ini menyatakan bahwa peran religiusitas dapat mengintervening pengetahuan terhadap perilaku nasabah. Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai p-value sebesar 0,033 atau <0,05 dengan nilai T-statistik 2.160 >1,96. Oleh karena itu tinggi tingkat religiusitas seseorang tidak dapat menunjang pengetahuan seseorang terhadap perilaku nasabah.

Hasil penelitian yang sejalan dilakukan oleh (Muhyidin2018) yang menyatakan bahwa pengetahuan produk bank setelah diintervening oleh religiusitas berpengaruh terhadap terhadap perilaku nasabah. Penelitian lain juga menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh terhadap perilaku nasabah menabung di Bank Syariah (Nurkhin, Mukhibad, and Aprilia 2020). Bahwa banyaknya

masyarakat pasca Ekonomi Syariah menggunakan jasa bank konvensional daripada bank syariah. Berarti masih banyak masyarakat yang belum memahami, pengetahuan masih dianggap menguatkan untuk bertindak dan berperilaku dalam melakukan sesuatu.

4.3.9 Pengaruh Persepsi terhadap Perilaku Nasabah dengan Religiusitas sebagai Variabel Intervening

Hasil pengujian menunjukkan bahwa religiusitas mampu mengintervening persepsi terhadap perilaku nasabah untuk menabung di Bank Aceh Syariah. Hasil tersebut dibuktikan dengan nilai $p\text{-value} = 0.023$ atau < 0.05 dengan nilai T-Statistik sebesar $2.317 > 1,96$.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori perilaku konsumen dan sharia *enterprise theory* yang menyatakan bahwa tingkat pemahaman agama seseorang atau religiusitas seseorang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku nasabah pada Bank Syariah.

4.3.10 Pengaruh Preferensi terhadap Perilaku Nasabah dengan Religiusitas sebagai Variabel Intervening

Berdasarkan hasil penelitian ini menyatakan bahwa peran religiusitas tidak dapat mengintervening terhadap perilaku nasabah. Hal ini terbukti dari hasil P-value preferensi sebesar $0.816 > 0.05$ dengan nilai T-Statistik sebesar $0.233 < 1,96$. Artinya ada penolakan dari hipotesis yang di ajukan. Oleh karena itu tinggi rendahnya tingkat religiusitas seseorang tidak dapat menunjang preferensi seseorang terhadap perilaku nasabah. Hasil tersebut dibuktikan oleh hasil analisis deskriptif yang memiliki nilai rata-rata terendah pada point indikator toleransi,

sehingga rendahnya toleransi yang dimiliki oleh nasabah.

Hasil penelitian yang sejalan dilakukan oleh (Muhyidin2018) yang menyatakan bahwa pengetahuan produk bank setelah diintervening oleh religiusitas tidak berpengaruh terhadap perilaku nasabah. Penelitian lain juga menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap perilaku nasabah diBank Syariah (Nurkhin, Mukhibad, and Aprilia 2020). Bahwa banyaknya mahasiswa pasca Ekonomi Syariah menggunakan jasa bank konvensional daripada bank syariah. Berarti masih banyak mahasiswa yang belum berpengalaman dan masih dianggap kurang menguatkan untuk bertindak dan berperilaku dalam melakukan sesuatu.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa:

1. Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap media religiusitas nasabah pada Bank Aceh Syariah Kab.Aceh Tamiang. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah mengetahui dan memahami rinci tentang bank syariah seperti keuntungan menggunakan bank syariah, pengetahuan tentang produk, pengetahuan tentang operasional perbankan syariah, pengetahuan tentang bagi hasil, dan pengetahuan tentang akad perbankan syariah.
2. Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Religiusitas nasabah pada Bank Aceh Syariah Kab.Aceh Tamiang. Persepsi terhadap religiusitas bank syariah yang dihadirkan dapat mempengaruhi seseorang dan menarik calon nasabah. Semakin baik persepsi seseorang terhadap religiusitas bank Aceh syariah maka semakin baik persepsi yang dihadirkan.
3. Preferensi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap religiusitas. Artinya keyakinan nasabah terhadap kesesuaian antaran dalil al-quran dengan akad perbankan masih diragukan, masih banyak yang menganggap perbankan syariah sama seperti perbankan konvensional.
4. Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah pada Bank Aceh Syariah Kab.Aceh Tamiang. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah sudah menguasai apa itu Bank Syariah dan manfaat menggunakan Bank Syariah secara efektif di Lembaga Perbankan.

5. Persepsi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku nasabah pada Bank Aceh Syariah Kab.Aceh Tamiang. Menurut hasil uji analisis data, hal ini juga dapat menunjukkan ketika nasabah berpendapat atau berpersepsi bahwa bank syariah merupakan bank yang beroperasi belum sesuai dengan prinsip syariah Islam dan bebas riba,maka akan mempengaruhi perilaku nasabah.
6. Preferensi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku nasabah pada Bank Aceh Syariah Kab.Aceh Tamiang. Hal ini dapat menunjukkan preferensi nasabah tidak dapat mempengaruhi perilaku nasabah.
7. Media religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku nasabah. Artinya semakin banyak nilai-nilai agama yang diterapkan maka semakin mempengaruhi perilaku nasabah pada Bank Aceh Syariah Kab.Aceh Tamiang.
8. Religiusitas mampu mengintervening hubungan antara pengetahuan dan perilaku nasabah Bank Aceh Syariah Kab.Aceh Tamiang.
9. Religiusitas memiliki kemampuan untuk mengintervening hubungan antara persepsi dan perilaku nasabah Bank Aceh Syariah Kab.Aceh Tamiang.
10. Religiusitas tidak memiliki kemampuan untuk mengintervening hubungan antara preferensi dan perilaku nasabah Bank Aceh Syariah Kab.Aceh Tamiang.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan dalam penelitian ini maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- a. Untuk peneliti yang akan datang diharapkan dapat mengembangkan variabel-variabel lain yang terkait dengan perilaku nasabah.
- b. Untuk Bank Aceh Syariah supaya dapat mempertahankan religiusitas dan memperkuatnya, agar masyarakat dapat lebih yakin untuk menabung pada bank Syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Miftah, Ambok Pangluk, dkk. *Pemberdayaan Ekonomi dan Bisnis Muslim Jambi dalam Presfektif Wirausaha*, (Malang: Ahlimedia Press, 2020).
- Abuddin Nata. *Metodologi Studi Islam*, Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada, 2018.
- Agus Triyatna, *Hukum Perbankan Syariah Regulasi, Implementasi dan Formulasi Kepatuhan terhadap Prinsip-Prinsip Islam*, Malang: Setara Press, 2016.
- Andi Harahap, 2019. Diakses melalui : <https://id.wikipedia.org/wiki/preferensi>, diunduh pada tanggal 5 februari 2021, Pukul 6.51 WIB.
- Ananda Sabil Husein, *Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Square Smart PLS 3.0*, (Yogyakarta: Brawijaya, 2015
- Andi Tenri Ola, *Persepsi Nasabah Terhadap Mini Market (Studi Kasus Pasar Atapange Kecamatan Majauleng Kabupaten Wajo)* Makassar, 2016.
- Andi Thahir, *Psikologi Belajar* Bandar Lampung: Pustaka Setia, 2014.
- Any Meilani, *Persepsi Santri terhadap Bank Syariah*, Jurnal. Jakarta : Universitas Terbuka, 2017.
- Arif Hoetoro, *Ekonomi Mkro Islam Pendekatan Integratif*,.Malang: UB Press, 2018.
- Bank Aceh, *Sejarah Singkat Bank Aceh*, Banda Aceh: Bank Aceh, 2018.
- Bimo Walgito, *Pengantar Psikologi Umum*, Edisi Revisi Jakarta: Andi Offest, 2019.
- Danang sunyoto. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. (Yogyakarta : Center Academic Publishing Service, 2015.
- Dita Amnestini Tahari “*Pengaruh Nilai-Nilai Islami Terhadap Preferensi Konsumen dalam Menggunakan Produk Kosmetik Wardah (studi pada Masyarakat Muslimah di Pulau Jawa*” Jurnal Ilmiah. Desember 2019.
- Ferdinand, “*Metode Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Desertasi Ilmu Manajemen*”, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro 2002.

- Firnanda, Skripsi : “*Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah Dan Promosi Kalangan Siswa Jurusan Perbankan Syariah Smk Muhammadiyah 4 Sragen Terhadap Perilaku nasabah Di Bank Syariahi*”, Surakarta : IAIN Surakarta, 2018.
- Hafid Nur Yudha and Jaka Isgiyarta, “*Analisis Pegaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap Internet Banking Adoption (Studi Pada Nasabah Perbankan Yang Menggunakan Internet Banking Di Kota Surakarta,*” *Journal of Accounting* 4, no. 4, 2015.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program Smasrt PLS SEM* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Kamsir, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2018.
- Kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) daring, (<https://kbbi.web.id/pengetahuan.html>) diakses pada tanggal 25 januari pukul 19.00 WIB
- Mansur, “*Preferensi Konsumsi Keluarga Presfektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Kelurahan Wates,Ngaliyan Kota Semarang*” *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*. Vol 11, No 2 Desember 2017.
- Muhammad Abdul Aziz, Lutfia Nuril Arafah *Preferensi Dan Perilaku Nasabah Pedesaan Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus Di Desa Luwunggede, Mundu Dan Karangreja)*, *Journal of Islamic Economics and Philanthropy (JIEP)*. E-ISSN : 2655-335X, VOL. 04, No. 01, Februari, 2021.
- Musrifah, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Preferensi dan Presepsi Nasabah Terhadap Pembiayaan Murabahah*, skripsi, (Bogor:Institut Pertanian, Fakultas Ilmu Ekonomi dan Managemen, 2016.
- Nugroho, J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta, Kencana Prenada Meida Group, 2013.
- Panca Setiasih, *Analisis Prefensi, Perilaku nasabah dan Perilaku Dosen Terhadap Perbankan Syariah*, Studi Kasus Pada Dosen Syariah IAIN Semarang, 2016.
- Peter J. Paul, Jerry C. Olson, “*Consumer Behavior : Perilaku Kosumen dan Strategi Pemasaran*”, (Jakarta : Erlangga, 2013.
- Philip kotler, Gari Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia,jilud 2, (Jakarta:Prengalindo,2013.
- Resmawa, Ira Ningrum,*pengaruh brand image dan product knowledge terhadap purchase intention dengan green price sebagai moderating variable*, *jurnal*

aplikasi manajemen, Ekonomi dan Bisnis, 2017 Vol:105-110. Diakses 16 Desember 2019

Rusdianto, H., & Ibrahim, C. *Pengaruh Produk Bank Syariah Terhadap Perilaku nasabah Dengan Persepsi Nasabah Sebagai Variabel Moderating Di Pati. Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah, 2017.*

Sri Indah Cahyani, Skripsi : “*Pengaruh Sosialisasi, Pengetahuan, Dan Persepsi Santri Tentang Bank Syariah Terhadap Perilaku nasabah Di Bank Syariah Studi Kasus Santri Pondok Pesantren Darul Falah Besongo Semarang Tahun 2018*”, Semarang: UIN Wali Songo Semarang, 2019.

Stephan P. Robbins, Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi Edisi 16*, Jakarta:Salemba Empat,2015.

Sugeng Nugroho Hadi, *Peran Mediasi Perilaku nasabah pada Pengaruh Edukasi dan Religiusitas terhadap Keputusan Menabung Nasabah, At-Tauzi’ :Jurnal Ekonomi Islam, Vol 19 No 1 : Juni 2019*

Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.

Syahriyal, “*Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Perilaku nasabah Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh*”, Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam. Vol. 4 Nomor 1, Maret 2018.

Syahriyal, “*Pengaruh Persepsi Nilai Dan Pengetahuan Nasabah Terhadap Perilaku nasabah Serta Dampaknya Kepada Keputusan Menabung Pada Perbankan Syariah Di Banda Aceh*”, Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam. Vol. 4 Nomor 1, Maret 2018.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama Lengkap : Lisa Marzelia
2. Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 29 Maret 2002
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Status : Belum Kawin
5. Agama : Islam
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Dusun Sosial, Desa Pandan Sari, Kec:
Manyak Payed, Kab: Aceh Tamiang
8. No Hp : 082260816402
9. Nama orang tua
 - a. Ayah : Tusam
 - b. Ibu : Nurlis
10. Riwayat Pendidikan
 - a. SDN Bukit Rata Tahun 2007-2013
 - b. SMPN 10 Langsa Tahun 2013 - 2016
 - c. Man 1 Langsa Tahun 2016-2019
 - d. IAIN Langsa Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Tahun 2019- sekarang

Langsa, 09 Juli 2023
Penulis

Lisa Marzelia
Nim.4012019020

Lampiran 1 Kuisisioner

p1	p2	p3	p4	pe1	pe2	pe3	pre1	pre2	pre3	y1	y2	y3	z1	z2	z3
3	2	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2
2	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3
3	3	3	2	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	2	3
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3
3	2	4	4	3	5	3	3	3	5	3	3	3	4	3	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	1	4
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	2	3	3	2	3	3	4	2	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	2	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	2	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	2	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	2	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	2	4

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	2	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	2	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	2	3	2	3	3	3	1	3	2	3	3	2	3

No. Responden:

KUESIONER PENELITIAN

Judul Penelitian : Pengaruh Pengetahuan, Persepsi dan Preferensi Terhadap Perilaku Nasabah melalui Media Religiusitas sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang).

Nama Responden :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pendidikan Terakhir :

Pekerjaan :

Bobot Skala Likert

Berilah tanda (√) pada tempat yang telah tersedia dengan jawaban Anda. penilaian dilakukan berdasarkan skala berikut:

1. Sangat tidak setuju (STS) diberi Skor 1
2. Tidak setuju (TS) diberi Skor 2
3. Ragu-ragu (RR) diberi Skor 3
4. Setuju (S) diberi Skor 4
5. Sangat setuju (SS) diberi Skor 5

Kuesioner Pengetahuan

No	Pengetahuan	Frekuensi Jawab Responden				
		SS	S	RR	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Bank Aceh Syariah adalah Bank yang menurut hukum Al-Qur'an, As Sunnah, Fatwa Ulama dan pemerintah					
2	Saya tertarik untuk mengetahui produk-produk yang ada pada Bank Aceh Syariah					
3	Saya mengetahui tata cara menabung pada Bank Aceh Syariah					
4	Produk yang ditawarkan membuat saya tertarik, karena sudah sesuai dengan Syariah					

Kuesioner Persepsi

No	Persepsi	Frekuensi Jawab Responden				
		SS	S	RR	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Konsep Perbankan bebas bunga akan mendorong saya untuk memilih produk dan layanan pada Bank Aceh Syariah					
2	Saya menganggap sistem bagi hasil dan jasa yang ditawarkan Bank Aceh Syariah sudah sesuai dengan prinsip syariah					
3	Sistem operasioanal secara syariah menjadi faktor utama saya menggunakan jasa perbankan syariah					

Kuesioner Preferensi

No	Preferensi	Frekuensi Jawab Responden				
		SS	S	RR	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya telah meyakini pelayanan Bank Aceh Syariah sudah sesuai dengan Syariat Islam					
2	Menurut saya Bank Aceh Syariah sama saja dengan Bank Konvensional					
3	Saya mendapat pelayanan yang berkesinambungan pada Bank Aceh Syariah					

Kuesioner Media Religiusitas

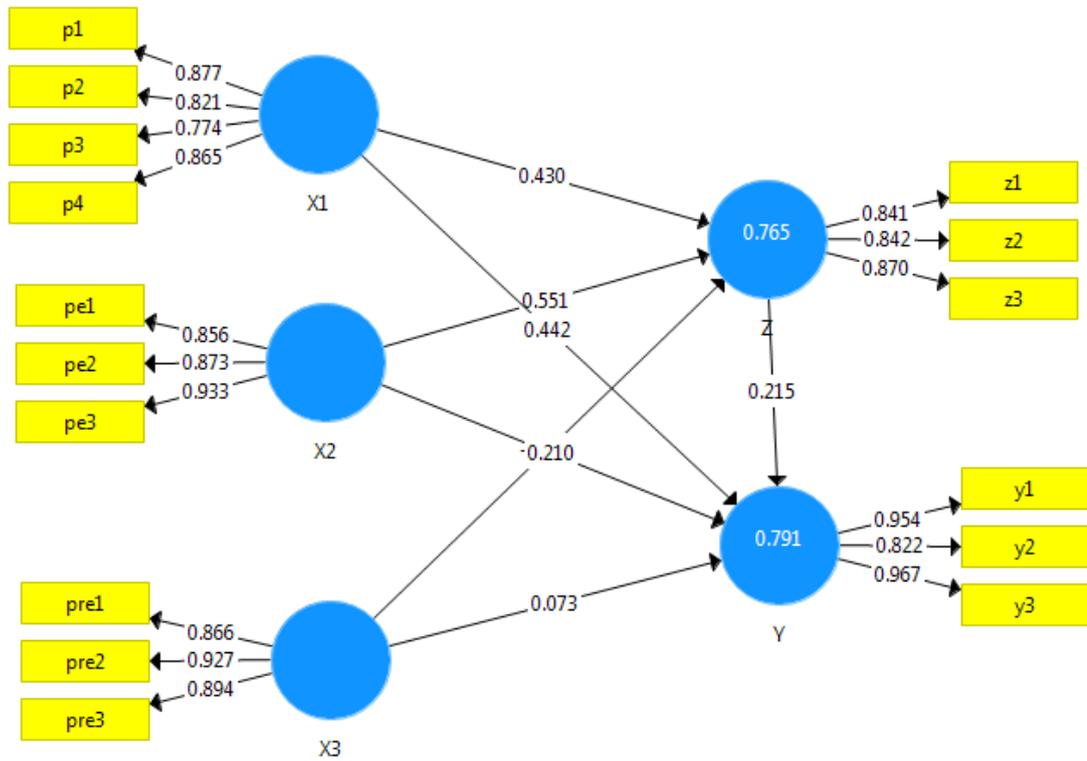
No	Media Religiusitas	Frekuensi Jawab Responden				
		SS	S	RR	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya percaya penggunaan Bank Aceh Syariah adalah perintah Allah					
2	Saya tidak akan menilai negatif mereka yang memilih Bank lain					
3	Saya mencoba mencari tahu hukum sistem perbankan dalam Al-Qur'an					

Kuesioner Perilaku Nasabah

No	Perilaku Nasabah	Frekuensi Jawab Responden				
		SS	S	RR	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Informasi yang diberikan Bank Aceh Syariah mengenai produk yang ditawarkan membuat saya tertarik untuk menabung					
2	Saya selalu akan menggunakan produk dan jasa Bank Aceh Syariah					
3	Keputusan saya menabung pada Bank Aceh Syariah dipengaruhi oleh orang lain					

Lampiran 3. Gambar

Gambar 4.2.1 Hasil Uji Model Penelitian



Lampiran 4. Tabel Uji Smart PLS

Tabel 4.2.1 Konvergen Validity

Outer Loadings

	X1	X2	X3	Y	Z
p1	0.877				
p2	0.821				
p3	0.774				
p4	0.865				
pe1		0.856			
pe2		0.873			
pe3		0.933			
pre1			0.866		
pre2			0.927		
pre3			0.894		
y1				0.954	
y2				0.822	
y3				0.967	
z1					0.841
z2					0.842
z3					0.870

Tabel 4.2.2 Discriminant Validity**Discriminant Validity**

	X1	X2	X3	Y	Z
p1	0.877	0.690	0.699	0.792	0.734
p2	0.821	0.771	0.833	0.676	0.699
p3	0.774	0.618	0.635	0.505	0.536
p4	0.865	0.715	0.752	0.836	0.767
pe1	0.765	0.856	0.825	0.857	0.710
pe2	0.641	0.873	0.786	0.626	0.726
pe3	0.812	0.933	0.914	0.713	0.811
pre1	0.790	0.852	0.866	0.866	0.698
pre2	0.799	0.869	0.927	0.724	0.761
pre3	0.761	0.832	0.894	0.648	0.775
y1	0.801	0.800	0.814	0.954	0.790
y2	0.662	0.692	0.688	0.822	0.600
y3	0.884	0.789	0.796	0.967	0.842
z1	0.528	0.625	0.598	0.517	0.841
z2	0.754	0.660	0.622	0.848	0.842
z3	0.792	0.851	0.876	0.677	0.870

Tabel 4.2.3 Reliabilitas**Construct Reliability and Validity**

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted ...	Copy to
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	
X1	0.856	0.874	0.902	0.698	
X2	0.865	0.869	0.918	0.788	
X3	0.877	0.878	0.925	0.804	
Y	0.903	0.923	0.940	0.841	
Z	0.813	0.827	0.888	0.725	

Tabel 4.2.4 Tabel R Square**R Square**

Matrix	R Square	R Square Adjusted
	R Square	R Square Adjusted
Y	0.791	0.781
Z	0.765	0.757

Tabel 4.2.5 Path Coefesien**Path Coefficients**

Mean, STDEV, T-Values, P-Va...	Confidence Intervals	Confidence Intervals Bias C...	Samples	Copy to Clipboard	
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation...	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 -> Y	0.442	0.477	0.136	3.258	0.002
X1 -> Z	0.430	0.397	0.199	2.160	0.033
X2 -> Y	0.210	0.195	0.245	0.854	0.395
X2 -> Z	0.551	0.598	0.238	2.317	0.023
X3 -> Y	0.073	0.040	0.278	0.263	0.793
X3 -> Z	-0.070	-0.083	0.302	0.233	0.816
Z -> Y	0.215	0.226	0.091	2.365	0.020



KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
NOMOR 201 TAHUN 2023
TENTANG
PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA,

- Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran penyusunan skripsi mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa maka dipandang perlu untuk menetapkan Dosen Pembimbing skripsi;
- b. bahwa personil yang namanya tersebut dalam Lampiran Surat Keputusan ini dianggap memenuhi syarat dan mampu untuk ditetapkan sebagai Dosen Pembimbing Skripsi sebagaimana dimaksud;
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa tentang Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Peraturan Pemerintah Nomor 376 Tahun 2009 tentang Dosen;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2010 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 146 Tahun 2014 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Zawiyah Cot Kala Langsa menjadi Institut Agama Islam Negeri Langsa;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/17201, tanggal 24 April 2019, tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
8. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 140 Tahun 2019, tanggal 09 Mei 2019, tentang Pengangkatan Dekan dan Wakil Dekan pada Institut Agama Islam Negeri Langsa Masa Jabatan Tahun 2019-2023;
- Memperhatikan: Hasil Seminar Proposal Skripsi Mahasiswa Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tanggal 05 April 2023;
- MEMUTUSKAN :
- Menetapkan : KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA TENTANG PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA PRODI PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
- Kesatu : Menetapkan **Dr. Amiruddin, S.Pd.I., MA, NIP 19750909 200801 1 013** sebagai Pembimbing I dan **Alfian, M.E, NIP 19920616 202012 1 009** sebagai Pembimbing II untuk penulisan skripsi mahasiswa atas nama **Lisa Marzelia NIM 4012019020** dengan judul skripsi **“Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, dan Preferensi terhadap Perilaku Nasabah melalui Media Religiusitas sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Nasabah pada Bank Aceh Syariah Kabupaten Aceh Tamiang)”**;
- Kedua : Masa pembimbingan dilakukan maksimal selama enam bulan, dengan ketentuan :
1. setiap bimbingan harus mengisi Lembar Konsultasi yang tersedia;
2. perubahan judul skripsi tidak diperkenankan kecuali atas persetujuan Ketua Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa;
3. selama melaksanakan tugas ini kepada Pembimbing I dan Pembimbing II diberikan honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku pada IAIN Langsa;
- Ketiga : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan akan diperbaiki sebagaimana mestinya apabila terdapat kekeliruan dalam penetapan ini;

Ditetapkan di Langsa
Pada tanggal 17 April 2023 M
26 Ramadhan 1444 H



- Tembusan :
1. Ketua Program Studi Perbankan Syariah FEBI IAIN Langsa;
 2. Pembimbing I dan II;
 3. Mahasiswa yang bersangkutan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Meurandeh – Kota Langsa – Aceh, Telepon 0641) 22619 – 23129; Faksimili(0641) 425139;
Website: www.febi.iainlangsa.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B/974/In.24/LAB/PP.00.9.07/2023

Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

NAMA : LISA MARZELIA
NIM : 4012019020
PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PENGETAHUAN, PERSEPSI, DAN PREFERENSI TERHADAP PERILAKU NASABAH MELALUI MEDIA RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS NASABAH PADA BANK ACEH SYARIAH KABUPATEN ACEH TAMIANG)

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi kurang dari 25% pada naskah skripsi yang disusun. Surat Keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk mengikuti sidang *munaqasyah*.

Langsa, 26 Juli 2023
a.n.Kepala Laboratorium FEBI


Agustinar, M.E.I
NIDN 2025088903