FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK DAN JASA PADA BANK SYARIAH INDONESIA CABANG LANGSA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

FARHAN ANATAMI
NIM. 4012018102

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
2025

PERSETUJUAN

Skripsi berjudul:

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK DAN JASA PADA BANK SYARIAH INDONESIA CABANG LANGSA

Oleh:
Farhan Anatami
Nim. 4012018102

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

Langsa, 11 Juli 2024

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr.Muhammad Amin, S.TH, M.A	**Nurjanah, M.E**
Nip. 19820205 200710 1 001	**NIP. 19880626 201908 2 001**

Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

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

PENGESAHAN

Skripsi berjudul "**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK DAN JASA PADA BANK SYARIAH INDONESIA CABANG LANGSA**" an. Farhan Anatami, NIM 4012018102 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 28 Agustus 2025. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah.

Langsa, 28 Agustus 2025
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Perbankan Syariah IAIN Langsa

Ketua / Penguji I	Sekretaris / Penguji II
Taijul Ula, S.E., M.Si,	**Nurjanah, M.E**
NIP. 19931208 202012 1 015	**NIP. 19880626 201908 2 001**
Anggota / Penguji III	Anggota / Penguji IV
Chahayu Astina, S.E, M. Si	**Ridwan, S. Pd, M.A**
NIP. 19841123 201903 2 007	**NIP. 19720225 200710 1 002**

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
IAIN Langsa

Dr. Muhammad Amin, M. A
NIP. 19820205 200710 1 001

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Farhan Anatami
Nim	: 4012018102
Tempat/tgl. Lahir	: Sungai Iyu, 11 Agustus 1999
Pekerjaan	: Pelajar/Mahasiswa
Alamat	: Desa Gampong Jawa Kec. Langsa Kota, Kota Langsa.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul "**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK DAN JASA PADA BANK SYARIAH INDONESIA CABANG LANGSA"** Benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 28 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan

Farhan Anatami

ABSTRAK

Bank Syariah Indonesia memiliki pangsa pasar yang besar di Aceh, hal ini didukung oleh Qanun Aceh no. 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah. Karena mayoritas penduduknya beragama Islam, Bank Syariah Indonesia lebih mudah diterima sehingga sektor keuangan berkembang pesat berdasarkan ajaran Islam. Namun karena adanya peralihan dari perbankan konvensional ke syariah di Langsa, masyarakat kurang memiliki kendali atas keuangannya karena layanan perbankan hanya mengandalkan Bank Syariah Indonesia. Pesatnya pertumbuhan jumlah nasabah menimbulkan pertanyaan mengenai apa yang menjadi faktor nasabah dalam memilih Bank Syariah Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi, sosial dan religiusitas terhadap keputusan nasabah. Data yang digunakan dalam penelitian metode analisis data uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan faktor pribadi, sosial dan religiusitas bepengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dengan signifikan 0,000. Secara parsial faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai sig. 0,013, faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai sig. 0,000 dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dengan nilai sig. 0,003. Model penelitian ini mampu menjelaskan 54,92% hubungan antara variabel faktor pribadi, sosial dan religiusitas terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Langsa.

Kata Kunci: Faktor Pribadi, Sosial, Religiusitas, Keputusan Nasabah, Bank Syariah Indonesia.

ABSTRACT

Bank Syariah Indonesia has a large market share in Aceh, this is supported by Aceh Qanun no. 11 of 2018 concerning Sharia Financial Institutions. Because the majority of the population is Muslim, Bank Syariah Indonesia is more easily accepted so that the financial sector develops rapidly based on Islamic teachings. However, due to the transition from conventional to sharia banking in Langsa, people have less control over their finances because banking services only rely on Bank Syariah Indonesia. The rapid growth in the number of customers raises questions about what factors are customers in choosing Bank Syariah Indonesia. The aim of this research is to determine the influence of personal, social and religiosity factors on customer decisions. The data used in this research multiple linear regression test data analysis methods. The research results show that simultaneously personal, social and religiosity factors have a significant positive influence on customer decisions with a significance of 0.000. Partially, personal factors have a positive and significant influence on customer decisions with a sig value. 0.013, social factors have a positive and significant effect on customer decisions with a sig. 0.000 and religiosity has a positive and significant effect on customer decisions with a sig value. 0.003. This research model is able to explain 54.92% of the relationship between personal, social and religiosity factors on customer decisions at Bank Syariah Indonesia Langsa Branch.

Keywords: Personal Factors, Social, Religiosity, Customer Decisions, Bank Syariah Indonesia.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada para sahabatnya dan *tabi'i.* semoga kita senantiasa mengikuti semua ajarannya dan kelak semoga kita mendapat syafaatnya di hari penantian.

Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada program studi Perbankan Syariah Institut Agama Islam Negeri Langsa, maka dengan itu penulis menulis skripsi yang berjudul **"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK DAN JASA PADA BANK SYARIAH INDONESIA CABANG LANGSA".** Upaya penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik moral maupun materil. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ismail Fahmi Arrauf Nasution, MA, selaku rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa.
2. Bapak Dr. Muhammad Amin, M.A, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa.
3. Bapak Zefri Maulana, M. Si, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Langsa.
4. Bapak Dr. Muhammad Amin, M.A, Ma selaku Pembimbing I yang telah sabar dan banyak membantu penulis dalam penyelesaian skripsi. Terimakasih saya

ucapkan atas waktunya, bimbingan, arahan dan masukan serta kesabaran Bapak. Semoga Allah SWT selalu memberikan perlindungan dan membalas kebaikan Bapak.

5. Ibu Nurjanah, M.E, selaku Pembimbing II yang telah dengan tulus membantu dan membimbing penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan, semoga Allah SWT senantiasa memberikan perlindungan dan karunianya kepada Ibu sekeluarga.
6. Dosen Institut Agama Islam Negeri Langsa beserta dosen dan staf dalam lingkungan IAIN khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu penulis dari awal memasuki perkuliahan hingga sekarang ini.
7. Kedua Orangtua saya tercinta yang tiada hentinya memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Terima Kasih kepada seluruh teman Perbankan Syariah angkatan 2018 yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu untuk waktu kebersamaan kita selama menempuh studi di IAIN Langsa.

Semoga bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis mendapatan ganjaran yang terbaik dari Allah SWT.Selain itu, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik yang membangun serta saran-saran yang bermanfaat sangat penulis harapkan.

***Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*.**

Langsa, 28 Agustus 2025

Farhan Anatami
Nim. 4012018102

TRANSLITERASI

1. Konsonan

Beberapa fonem konsonan bahasa Arab dapat diterjemahkan dalam tulisan dengan huruf, tanda, atau kombinasi keduanya dalam transliterasi. Berikut adalah daftar huruf Arab beserta transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ś	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah
ط	Ta	D	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We

ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal.

Vokal dalam bahasa Arab mirip dengan vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Simbol untuk vokal tunggal dalam bahasa Arab adalah tanda atau simbol, dan transliterasinya dapat dilihat di bawah ini:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَـ	Fathah	A	A
ـِـ	Kasrah	I	L
ـُـ	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Rentetan suara dalam bahasa Arab yang dilambangkan dengan kombinasi antara vokal dan konsonan, ditransliterasikan sebagai kombinasi huruf, yaitu;

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ـَـ ي	Fathah dan ya	Ai	a dan i
ـَـ و	Fathah dan waw	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang dinyatakan dengan lambang huruf, sedangkan transliterasinya menggunakan huruf dan tanda:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ـَـا	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ـِـي	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
ـُـو	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

d. Ta marbutah.

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

1) ta marbutah hidup

Ta marbūtah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, tranliterasinya adalah /t/.

2) ta marbūtah mati

Ta marbūtah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata ituterpisah, maka ta marbūtah itu di transliterasikan dengan ha (h).

e. Syaddah (Tasydid)

Tanda syahdah atau tasydid dalam huruf Arab ditunjukkan dengan tanda, baik tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah itu dinyatakan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diisyaratkan dengan tanda syaddah itu.

f. Kata Sandang.

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1) Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang lanagsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu..

Contoh:

- Ar-rajulu : الرجل
- As-sayyidatu: السيدة
- Al-qalamu : القلم

g. Hamzah

Diungkapkan sebelumnya bahwa hamzah ditulis dengan menggunakan tanda apostrof. Akan tetapi, hal ini hanya berlaku untuk hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Apabila hamzah berada pada kata awal, ia tidak ditulis, karena dalam huruf Arab ia ditunjukkan menggunakan huruf alif.

Contoh :

- Ta’khuzuna : تاخذن
- An-nau’ : النوء
- Syai’un : شيئ

h. Penulisan Kata

Pada prinsipnya, setiap kata, apakah itu *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda), atau *harf,* akan ditulis terpisah. Hanya beberapa kata yang biasanya ditulis dengan huruf Arab dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau karakter yang dihilangkan, sehingga dalam transliterasi kata tersebut juga dirangkaikan dengan kata berikutnya:

Contoh :

- Wainnallāhalahuakhairar-rāziqīn : وان الله اهو خير الر ازقين
- Wainnallāhalahuakhairurrāziqīn : وان الله اهو خير الر ازقين
- Faaufū al-kailawa al-mīzāna : فاوفو الكيل والميزان
- Faaufū al-kailawal-mīzāna : فاوفو الكيل والميزان
- Ibrāhīm al-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Ibrāhīmul-Khalīl : ابراهيم الخليل
- Bismillāhimajrehāwamursāhā : بسم الله مجر اها ومر سها
- Walillāhi 'alan-nāsihijju al-baiti : والله على الناس حخ البيت

i. Huruf Kapital

Walaupun tidak ada huruf kapital dalam sistem penulisan Arab, dalam transliterasi huruf kapital ini tetap digunakan. Penggunaan huruf kapital dalam EYD termasuk penggunaan untuk kata sandang, dengan aturan bahwa huruf kapital tetap digunakan untuk huruf awal nama diri, bukan kata sandang.

Contoh:

- Wamā Muhammadunillārasūl
- Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubin

Penggunaan huruf besar untuk Allah hanya berlaku jika dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan jika penulisannya digabung dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf besar tidak digunakan.

Contoh:

- Nasrunminallāhiwafathunqarib.
- Lillāhi al-amrujami'an.

j. Tajwid

Bagi orang-orang yang ingin meningkatkan kemampuan membaca dengan lancar, panduan transliterasi ini merupakan bagian penting dalam ilmu tajwid. Oleh karena itu, pengesahan aturan transliterasi ini harus memiliki pengetahuan tajwid yang memadai.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
PERSETUJUAN ..... **ii**
PENGESAHAN ..... **iii**
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIASI ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
TRANSLITERASI ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **xv**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR GRAFIK ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**

BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2. Identifikasi Masalah 7
1.3. Batasan Masalah 8
1.4. Perumusan Masalah 8
1.5. Tujuan Dan Manfaat Penelitian 9
1.6. Penjelasan Istilah 10
1.7. Sistematika Pembahasan 11

BAB II LANDASAN TEORI **12**
2.1. Keputusan Nasabah 12
2.1.1. Pengertian Keputusan Nasabah 12
2.1.2. Tahapan Pengambilan Keputusan 14
2.1.3. Indikator Keputusan Nasabah 15
2.1.4. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah 15
2.2. Bank Syariah Indonesia 20
2.2.1. Sejarah Bank Syariah Indonesia 20
2.2.2. Dasar Hukum Bank Syariah 21
2.2.3. Produk Dan Jasa Bank Syariah Indonesia 21
2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian 26
2.3.1. Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Nasabah 26

2.3.2. Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Nasabah 27
2.3.3. Pengaruh Faktor Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah 28
2.4. Penelitian Terdahulu 29
2.5. Kerangka Pemikiran..... 32
2.6. Hipotesis Penelitian 33

BAB III METODE PENELITIAN 35
3.1. Pendekatan Penelitian 35
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian 35
3.3. Populasi dan Sampel..... 35
3.4. Sumber Data Penelitian..... 37
3.5. Instrumen Pengumpulan Data..... 37
3.6. Definisi Operasional Variabel..... 38
3.7. Teknik Analisis Data..... 40

BAB IV HASIL PENELITIAN..... 45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 45
4.2 Deskripsi Data Penelitian..... 47
4.3. Hasil Uji Analisis Data 51
4.3.1. Uji Instrumen Penelitian 51
4.3.2. Uji Asumsi Klasik..... 53
4.4. Analisis Regresi Linear Berganda 56
4.5. Uji Hipotesis 58
4.5.1 Uji t (Parsial)..... 58
4.5.2 Uji f (Simultan) 60
4.6. Uji Koefisien Determinasi 61
4.7. Interpretasi Hasil Penelitian..... 61
4.7.1. Pengaruh Pribadi Terhadap Keputusan Nasabah 61
4.6.2. Pengaruh Sosial Terhadap Keputusan Nasabah..... 62
4.6.3. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah..... 63
4.6.4. Pengaruh Variabel Pribadi, Sosial Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah..... 64

BAB IV PENUTUP 65
5.1. Kesimpulan 65
5.2. Saran 66

DAFTAR PUSTAKA..... 67
DAFTAR LAMPIRAN..... 70
DAFTAR RIWAYAT HIDUP 88

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 29
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel 39
Tabel 4. 1 Persentase Penduduk Berdasarkan Lapangan Usaha 47
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin 48
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 48
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 50
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 50
Tabel 4. 6 Uji Validitas 100 Sampel 51
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas 100 Sampel 52
Tabel 4. 8 Uji Kolmogorov Smirnov 54
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolonieritas 55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda 57
Tabel 4. 12 Hasil Uji t 58
Tabel 4. 13 Hasil Uji f 60
Tabel 4. 11 Uji Koefisien Determinasi 61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran 32

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal 49
Grafik 4. 2 Grafik Normal P Plot 53
Grafik 4. 3 Grafik Scatterplot 56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuisioner Skripsi 70
Lampiran 1. 2 Biodata Responden 73
Lampiran 1. 3 Tabulasi Data Responden 78
Lampiran 1. 4 Uji Validitas Reliabilitas 79
Lampiran 1. 5 Uji Asumsi Klasik 79
Lampiran 1. 6 Uji Regresi Linear Berganda 81
Lampiran 1. 7 Tabel Frekuensi 82
Lampiran 1. 8 Dokumentasi 87

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah telah memainkan peran penting dalam pertumbuhan lembaga keuangan Indonesia. Peran ini terlihat dari partisipasi masyarakat dalam menggunakan bank syariah untuk mengembangkan usahanya.[1] Bank syariah diciptakan untuk menggalang kesatuan dalam pengelolaan risiko usaha dan berbagai produk usaha di antara para penabung (*shahibul mal*) yang menyimpan uangnya di bank. Bank berperan sebagai pengelola dana bagi masyarakat yang membutuhkan pembiayaan, baik pengguna bank maupun pemilik usaha (*mudharib*).[2]

Bank syariah kini berkembang pesat dalam kehidupan masyarakat dan memegang peranan penting dalam masyarakat, karena bank syariah merupakan tempat yang aman dari ancaman krisis keuangan. Menurut Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), sebanyak 241,7 juta orang Indonesia beragama Islam pada akhir tahun 2022, atau sekitar 87,2% dari total penduduk. Hal ini merupakan peluang penting bagi sektor keuangan syariah di Indonesia untuk terus tumbuh dan berkembang.[3]

Upaya pengembangan bank syariah salah satunya dapat dilihat di Aceh melalui Qanun Aceh no. 11 Tahun 2018. Pada tahun 2018, Pemerintah Provinsi Aceh mengeluarkan Qanun Aceh no. 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah (Qanun LKS) yang mengatur tentang lembaga keuangan syariah. Lembaga keuangan

---

[1] Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. (Medan: Kencana Prenada Media Group, 2009), h. 34.

[2] Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek,* (Jakarta: Gema Insani Press, 2010), h. 21.

[3] Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Deskripsi dan Ilustrasi,* (Yogyakarta: Ekonisia, 2013), h. 54.

termasuk bank yang beroperasi di provinsi Aceh harus dilaksanakan sesuai dengan prinsip syariah. Qanun LKS ini mulai berlaku pada tanggal 4 Januari 2019, dan seluruh lembaga keuangan yang beroperasi di Provinsi Aceh wajib melaksanakan ketentuan Qanun LKS ini setelah 3 (tiga) tahun sejak berlakunya Qanun LKS. Untuk memenuhi Qanun LKS, seluruh bank di Pemerintah Aceh telah melakukan konversi seluruh cabang konvensionalnya menjadi cabang syariah.[4]

Perbankan Indonesia menorehkan sejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang resmi lahir pada 1 Februari 2021 19 Jumadil Akhir 1442 H. BSI merupakan bank yang dibentuk melalui merger antara PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah.[5] Penggabungan tersebut menyatukan keunggulan tiga bank syariah yang memberikan layanan end-to-end, jangkauan luas, dan peningkatan kapasitas permodalan. Hingga akhir Desember 2023 jumlah nasabah BSI sebanyak 19,65 juta jiwa, tumbuh 10,53% per tahun (year-on-year). Jumlah tersebut menjadikan BSI sebagai bank dengan basis nasabah terbesar kelima di Indonesia.[6]

Bank Syariah Indonesia memiliki beberapa cabang di Aceh, termasuk di Langsa. BSI memiliki pangsa pasar yang besar di Aceh, BSI telah mencatatkan aset di provinsi Aceh sekitar Rp 18,3 triliun pada tahun 2022. BSI juga telah menyalurkan dana sekitar Rp 17 triliun di provinsi Aceh. Dari sisi pembiayaan, BSI menghimpun dana pihak

---

[4] Pejabat Pengelola Informasi Dan Dokumentasi Provinsi Aceh, https://ppid.acehprov.go.id/inpub/download/iwQLKGTF diunduh pada 20 September 2023.

[5] *Ibid*.

[6] CNBC Indonesia, Milad Ketiga, BSI Hadir ke Pelosok Negeri, Nasabah Nyaris 20 Juta, https://www.cnbcindonesia.com/market/20240201115748-17-510860/milad-ketiga-bsi-hadir-ke-pelosok-negeri-nasabah-nyaris-20-juta, diunduh pada 20 Maret 2024.

ketiga (DPK) di Aceh mencapai 16 triliun pada tahun 2022, jumlah nasabah mencapai 2 ,9 juta akun.[7]

Dengan mayoritas penduduknya beragama Islam, Bank Syariah Indonesia menjadi lebih mudah diterima, sehingga pertumbuhan kegiatan keuangan berdasarkan ajaran Islam berkembang pesat. Namun, karena peralihan dari perbankan konvensional ke perbankan syariah di Langsa, masyarakat memiliki sedikit kendali atas keuangan mereka karena mereka bergantung pada BSI, Bank Pembangunan Daerah (BPD) dan beberapa BPRS untuk layanan perbankan. Akibatnya, BSI banyak mengalami gangguan layanan jaringan yang berdampak pada aktivitas perekonomian warga Langsa dan menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap BSI.[8]

Jumlah nasabah Bank Syariah Indonesia semakin bertambah. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah untuk menginvestasikan uangnya di Bank Syariah Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya. Pertumbuhan yang sangat besar ini menimbulkan pertanyaan mengenai apa yang menjadi nilai nasabah dalam memilih Bank Syariah Indonesia. Terdapat banyak faktor internal yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk dan jasa pada perbankan syariah berupa karakteristik pribadi, sosial dan religiusitas masyarakat di lingkungan nasabah.[9]

Faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah faktor pribadi. Masyarakat dapat menjadi variabel yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku

---

[7] Finansial.Bisnis, Error BSI (BRIS) Berdampak Besar Bagi Warga Aceh, Kok Bisa?, https://finansial.bisnis.com/read/20230512/90/1655452/error-bsi-bris-berdampak-besar-bagi-warga-aceh-kok-bisa, diunduh pada 20 Maret 2024.

[8] CNN Indonesia, Nasabah Aceh Tuding BSI Bermasalah Sejak Awal Berdiri, Sering Eror, https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230512155330-78-948842/nasabah-aceh-tuding-bsi-bermasalah-sejak-awal-berdiri-sering-eror, diunduh pada 20 Maret 2024.

[9] Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: Pren Hallindo, 2009), h. 213.

konsumen.[10] Karakteristik pribadi tersebut meliputi pendidikan, usia, pekerjaan, status ekonomi, gaya hidup dan kepribadian. Situasi setiap orang berbeda-beda, sehingga ketika memutuskan untuk memilih bank sebagai tempat menyimpan atau mengelola uang, orang mengambil keputusan yang berbeda-beda berdasarkan kebutuhan dan pendapatnya, serta berdasarkan pengalamannya.[11]

Permasalahan utama bank syariah indonesia adalah bagaimana cara menarik nasabah dan mempertahankannya agar bank dapat bertahan dan berkembang. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu nasabah BSI, terdapat permasalahan pada rendahnya kesadaran masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan syariah.[12] Masyarakat yang belum familiar dengan produk dan layanan keuangan syariah enggan menggunakan layanan keuangan syariah karena menganggap akses terhadap layanan dukungan yang diberikan terlalu sulit. Bagaimana masyarakat memandang bank syariah tergantung pada apa yang mereka ketahui. Jika kesadaran terhadap perbankan syariah sedikit, maka minat membeli bank syariah pun akan sangat sedikit.[13]

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah faktor sosial. Manusia adalah manusia yang hidup berkelompok dan saling membutuhkan. Orang-orang disekitarnya merupakan lingkungan sosial nasabah.[14] Konsumen yang berinteraksi saling mempengaruhi dalam bentuk perilaku, norma, sikap, keyakinan dan

---

[10] *Ibid*, h. 233.

[11] Herry Sutanto, Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah,* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h. 37.

[12] Wawancara dengan Bapak Rizal, Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Langsa pada 18 Maret 2024.

[13] Herry Sutanto, Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah,* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h. 42.

[14] Aprizal, *Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing* (Jakarta: Celebes Media Perkasa, 2018), h. 23

nilai-nilai yang dianggap penting. Hubungan keluarga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan suatu produk atau jasa.[15] Berdasarkan wawancara dengan berbagai sumber, ketika ingin menjadi nasabah di bank syariah indonesia, mereka terlebih dahulu berbicara dengan keluarga atau temannya di tempat kerja yang sama, sehingga terlihat bahwa semakin tinggi semakin banyak hubungan antara teman, keluarga dan kerabat, semakin tinggi keputusan konsumen dalam menggunakan produk atau jasa tersebut.[16]

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah faktor religiusitas Iman merupakan salah satu bentuk agama yang tertanam dalam hati manusia. Agama berarti banyak langkah yang harus diikuti dan petunjuk bagaimana hidup yang benar agar seseorang bisa bahagia, di dunia dan di akhirat. Iman dapat ditemukan dalam berbagai aspek kehidupan, khususnya ekonomi. Di zaman modern ini, kegiatan perekonomian tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya lembaga keuangan. Lembaga keuangan ini telah mematuhi aturan syariah mengenai kegiatan muamalah.[17]

Di Aceh yang memiliki budaya Islam yang kuat, konversi bank konvensional menjadi bank syariah memegang peranan penting dan didukung oleh Qanun Aceh no. 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah (Qanun LKS). Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu nasabah BSI Kota Langsa, terdapat permasalahan bahwa sebagian nasabah merupakan "nasabah mengambang" yaitu kelompok nasabah yang mempunyai rekening di bank syariah dan bank konvensional. Hanya nasabah setia

---

[15] Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integred Marketing Communication* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), h. 91

[16] Wawancara dengan Bapak Hendri, Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Langsa pada 18 Maret 2024.

[17] Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami,* (Jakarta: Gema Insani Pers, 2012), h. 166.

yang memiliki rekening di bank syariah karena alasan agama. Lainnya karena tekanan, seperti kepatuhan terhadap peraturan kampus atau tempat kerja yang bekerja sama dengan bank syariah.[18]

Bank Syariah Indonesia (BSI) berupaya memenuhi kebutuhan masyarakat secara luas dan komprehensif. Pada umumnya konsumen mempunyai preferensi tersendiri yang digunakan untuk mengambil keputusan menabung, meminjam atau pembiayaan. Faktor-faktor tersebut antara lain faktor pribadi, sosial, dan religiusitas yang secara signifikan mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam memilih produk dan jasa keuangan.[19]

Telah banyak penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk dan jasa di bank syariah, diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Fitriani Sinaga dengan judul "Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan jasa keuangan syariah (studi kasus Bank Mandiri Syariah) memperoleh hasil bahwa faktor psikologi dan pemasaran berpengaruh terhadap keputusan nasabah.[20] Dengan demikian, penelitian yang dilakukan oleh Sufitrayati dan Fanny Nailufar yang berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah di Banda Aceh" memberikan hasil bahwa faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis mempunyai peranan yang signifikan dalam pengambilan keputusan

[18] Wawancara dengan Putra, Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Langsa pada 18 Maret 2024.

[19] Tatik Suryani, *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global* (Jakarta: Prenada Media Group, 2017), h. 84.

[20] Fitriani Sinaga, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah", (Skripsi: Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta, 2019).

konsumen.[21] Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, peneliti ingin menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih jasa dan produk pada bank syariah dengan judul **"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH MEMILIH PRODUK DAN JASA PADA BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG LANGSA DARUSSALAM"**.

1.2. Identifikasi Masalah

Adapun masalah yang dapat diidentifikasi berdasarkan latar belakang penelitian yaitu:

1. Berdasarkan variabel pribadi, hasil observasi menunjukkan adanya permasalahan berupa rendahnya kesadaran masyarakat terhadap produk dan jasa keuangan syariah. Bagaimana masyarakat memandang bank syariah tergantung pada apa yang mereka ketahui. Jika pengetahuan tentang perbankan syariah sedikit, maka minat membeli bank syariah pun akan sangat sedikit. Hal ini merujuk pada permasalahan dari indikator kepribadian dan pengetahuan.
2. Berdasarkan variabel sosial, temuan menunjukkan bahwa ketika individu ingin menjadi nasabah di bank syariah indonesia, mereka terlebih dahulu berdiskusi pada keluarga atau teman di tempat kerja sehingga diketahui bahwa semakin tinggi hubungan teman, keluarga dan orang tua, maka semakin tinggi keputusan nasabah untuk menggunakan suatu produk atau jasa. Hal ini merujuk pada permasalahan dari indikator kelompok referensi.

[21] Sufitrayati Dan Fanny Nailufar, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kota Banda Aceh, *Jurnal Ihtiyath* Vol. 2 No. 1 September 2018.

3. Berdasarkan faktor religiusitas, hasil observasi menunjukkan bahwa konversi bank konvensional ke bank syariah memberikan peluang yang besar di Aceh, namun permasalahan yang muncul hanya sedikit nasabah setia yang menyimpan rekeningnya di bank syariah karena alasan agama. Lainnya karena aturan seperti kepatuhan terhadap aturan kampus, tempat kerja yang bekerja sama dengan bank syariah. Hal ini merujuk pada permasalahan dari indikator praktik agama dan konsekuensi.

1.3. Batasan Masalah

Pada penelitian ini batasan penelitian ialah aspek pribadi, sosial dan religiusitas terhadap keputusan nasabah memilih produk dan jasa pada Bank syariah Indonesia Kantor Cabang Langsa.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah faktor pribadi mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk dan jasa pada Bank syariah Indonesia Cabang Langsa?
2. Apakah faktor sosial mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk dan jasa pada Bank syariah Indonesia Cabang Langsa?
3. Apakah faktor religiusitas mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk dan jasa pada Bank syariah Indonesia Cabang Langsa?
4. Apakah faktor pribadi, sosial dan religiusitas mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk dan jasa pada Bank syariah Indonesia Cabang Langsa?

1.5. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pribadi terhadap keputusan nasabah memilih produk dan jasa pada Bank syariah Indonesia Cabang Langsa.
2. Untuk mengetahui pengaruh sosial terhadap keputusan nasabah memilih produk dan jasa pada Bank syariah Indonesia Cabang Langsa.
3. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah memilih produk dan jasa pada Bank syariah Indonesia Cabang Langsa.
4. Untuk mengetahui pengaruh pribadi, sosial dan religiusitas terhadap keputusan nasabah memilih produk dan jasa pada Bank syariah Indonesia Cabang Langsa.

Penelitian ini diharapakan dapat bermanfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

   Sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Langsa.

2. Secara Praktis

   Sebagai bahan masukan bagi BSI Kantor Cabang Langsa dalam menentukan kebijakan-kebijakan yang perlu diambil untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan kepercayaan masyarakat.

3. Sebagai bahan pertimbangan bagi masyarakat untuk menjadi nasabah Bank syariah Indonesia (BSI).
4. Sebagai sumber referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti permasalahan yang sama.

1.6. Penjelasan Istilah

1. Bank syariah adalah bank yang menjalankan usahanya berdasarkan fatwa syariah dan prinsip syariah serta menyelenggarakan jasa pembayaran dalam kegiatannya.[22]
2. PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) merupakan bank hasil penggabungan PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah yang resmi lahir pada tanggal 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H.[23]
3. Faktor pribadi merupakan faktor utama yang mempengaruhi keputusan konsumen, karena kebiasaan masyarakat dipengaruhi oleh prioritas keluarga dan kehidupan pribadi. Ini termasuk usia, pekerjaan, status ekonomi, gaya hidup dan kepribadian.[24]
4. Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang mempunyai kemampuan mempengaruhi perilaku masyarakat agar bertindak sesuai norma.[25]
5. Faktor religiusitas adalah kecenderungan seseorang untuk beriman, namun lebih dalam lagi adalah sikap dan perilaku seseorang terhadap agama atau golongan yang dianutnya.[26]
6. Keputusan nasabah adalah proses pemecahan masalah yang meliputi pemahaman suatu masalah, pencarian informasi, evaluasi beberapa pilihan,

---

[22] Ismail, *Manajemen Perbankan Dari Teori Menuju Aplikasi*, (Jakarta : Kencana, 2017) , h. 33.

[23] Bank Syariah Indonesia, https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami, diunduh pada 10 September 2023.

[24] Aprizal, *Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing* (Jakarta: Celebes Media Perkasa, 2018), h. 23.

[25] *Ibid*, h. 24.

[26] Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami,* (Jakarta: Gema Insani Pers, 2012), h. 165.

pengambilan keputusan pembelian, dan penelusuran perilaku konsumen setelah pembelian.[27]

1.7. Sistematika Pembahasan

Pada subbagian ini teknik penulisan merupakan urutan atau urutan penulisan dari bab pembuka hingga bab terakhir. Penjelasan bab tersebut adalah sebagai berikut:

1) Bab I berisi pendahuluan yang menguraikan latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, keterbatasan penelitian, tujuan penelitian dan kelebihan penulisan penelitian.
2) Bab II menjelaskan bagaimana mengkaji keterkaitan teori dengan permasalahan yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini, seperti personal, sosial, budaya, dan kemudahan bertransaksi dalam pengambilan keputusan nasabah dalam memilih produk dan layanan Bank Syariah Indonesia Cabang Langsa Darussalam.
3) Pada Bab III yang berisi tentang metode penelitian, penulis menjelaskan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan, jenis alat yang digunakan, dan analisis data menjawab berbagai permasalahan penelitian ini.
4) Bab IV berisi tentang hasil penelitian, meliputi uraian data penelitian, hasil pengolahan data penelitian, dan analisis hasil penelitian.
5) Bab V berisi hasil penelitian dan saran peneliti.

---

[27] Meithiana Indasari, *Pemasaran dan Kepuasaan pelanggan,* (Jawa timur: Unitomo Press, 2019), h. 18.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Kota Langsa

Langsa adalah sebuah kota di Provinsi Aceh, Indonesia. Kota Langsa terletak 400 kilometer dari kota Banda Aceh. Pada tahun 2022, Kota Langsa berpenduduk 192.630 jiwa dengan kepadatan 707 jiwa/km2. Awalnya Langsa merupakan ibu kota Kabupaten Aceh Timur dan berstatus kota administratif berdasarkan Undang-Undang Pemerintahan No. 64 Tahun 1991 tentang Pembentukan Kota Administratif Langsa. Pasca pemekaran kabupaten Aceh Timur, status kota administratif Langsa diperbarui menjadi Kota Langsa berdasarkan Undang-Undang No. 3 pada 21 Juni 2001. Hari lahir Langsa diadakan pada tanggal 17 Oktober 2001. Langsa dikenal sebagai kota pendidikan, kota belanja, kota kuliner, dan kota wisata.[83]

Kota Langsa mempunyai 5 kelurahan yaitu Langsa Barat, Kota Langsa, Langsa Lama, Langsa Baro dan Langsa Timur. Langsa Barat terbagi menjadi 13 desa Kota Langsa terbagi menjadi 10 desa. Langsa Lama terbagi menjadi 15 desa Langsa Baro terbagi menjadi 16 desa. Mayoritas penduduk Langsa adalah suku Aceh, disusul Melayu, Jawa, Tionghoa, Gayo, Batak, Alas, dan Karo.

---

[83] Badan Pusat Statistik, Jumlah Penduduk dan Rumah tangga Kota Langsa (Jiwa), 2020-2022, https://langsakota.bps.go.id/indicator/12/94/1/jumlah-penduduk-dan-rumah-tangga-kota-langsa-.html, diunduh pada 25 Mei 2024.

Bahasa yang digunakan oleh masyarakat Langsa adalah Melayu dan Aceh, bahasa utama yang digunakan masyarakat Langsa, namun bahasa utama adalah bahasa Indonesia.[84] Islam merupakan agama mayoritas masyarakat Langsa dan masyarakat Aceh pada umumnya. Hukum Syariat Islam merupakan hukum dasar dalam kehidupan masyarakat Langsa. Kota Langsa merupakan kota dengan keberagaman etnis dan penduduknya selalu hidup rukun dan memiliki keimanan yang kuat.

2. Lapangan Usaha Penduduk Kota Langsa

Secara umum struktur perekonomian Kota Langsa terdiri dari tiga kategori utama yaitu data dan ritel, jasa, jasa, pertanian, kehutanan dan perikanan, konstruksi, transportasi, pergudangan dan jasa pendukung. Dalam beberapa tahun terakhir, struktur ekonomi telah berkembang. Kontribusi sektor pertanian tidak dominan terhadap perekonomian Kota Langsa. Oleh karena itu, sektor manufaktur serta sektor transportasi dan penyimpanan memainkan peran utama dalam perekonomian. Kondisi perkotaan seperti di Langsa membuat perekonomian lebih terfokus pada sektor non pertanian.[85]

[84] Sistem Informasi Gampong, Sejarah Kota Langsa, https://langsa.sigapaceh.id/dashboard/sejarah/, diunduh pada 25 Mei 2024.

[85] Badan Pusat Statistik, Distribusi PDRB Kota Langsa Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (Persen), 2020-2022, https://langsakota.bps.go.id/indicator/52/76/1/distribusi-pdrb-kota-langsa-atas-dasar-harga-berlaku-menurut-lapangan-usaha.html, diunduh pada 25 Mei 2024.

Tabel 4. 1

Persentase Penduduk Berdasarkan Lapangan Usaha

No	Kategori Lapangan Usaha	Persentase Penduduk 15 Tahun Ke Atas Yang Bekerja Berdasarkan Lapangan Usaha Pekerjaan Utama (Persen)		
		2020	2021	2022
1	Pertanian, perkebunan, kehutanan dan perikanan	9,57%	10,29%	9,72%
2	Pertambangan dan penggalian	0,10%	0,06%	0,00%
3	Industri pengolahan	10,76%	10,23%	8,69%
4	Listrik, gas dan air minum	2,23%	1,78%	1,18%
5	Konstruksi	6,25%	8,41%	7,69%
6	Perdagangan, rumah makan dan jasa akomodasi	28,45%	27,81%	30,81%
7	Transportasi, pergudangan dan komunikasi	4,49%	3,88%	6,32%
8	Lembaga keuangan, properti, usaha persewaan dan jasa perusahaan	3,46%	3,20%	2,63%
9	Jasa kemasyarakatan, sosial dan perseorangan	34,68%	34,34%	32,97%
Total		**100%**	**100%**	**100%**

Sumber: Badan Pusat Statistik 2022.

4.2 Deskripsi Data Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dari responden dengan menyebarkan kuesioner dan diperoleh 100 responden nasabah Bank Syariah Indonesia cabang Langsa. Peneliti memutuskan untuk menyajikan informasi mengenai data responden melalui informasi mengenai jenis kelamin, usia, pendidikan tertinggi dan pekerjaan. Data yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut adalah data responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4. 2

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Total (%)
1	Laki-laki	49	49%
2	Perempuan	51	51%
Total		**100 Orang**	**100%**

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui sebagian besar pelanggan yang diwawancara adalah laki-laki yaitu sebanyak 49 orang dan 51 perempuan.

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Berikut adalah data responden berdasarkan umur:

Tabel 4. 3

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah
1	17-20 tahun	0
2	21-25 tahun	25
3	26-30 tahun	51
4	31- 35 tahun	16
5	36 - 40 tahun	4
6	>41 tahun	4
Total		**100**

Sumber: Data primer diolah (2024)

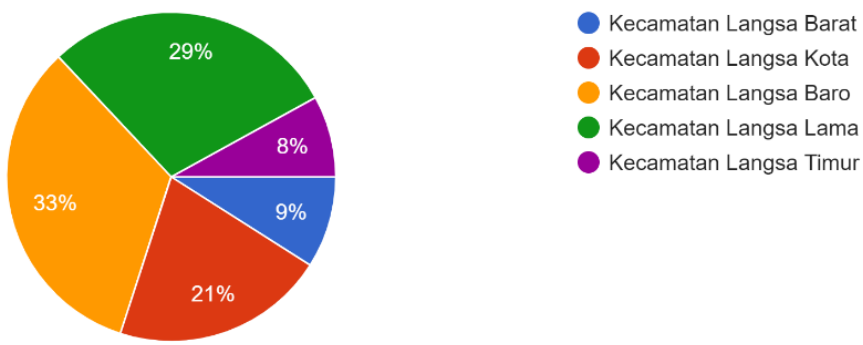
Tabel 4.3 menunjukkan bahwa usia responden yang mengisi pertanyaan ini sangat berbeda. 25 responden berusia 21 hingga 25 tahun, 51 responden berusia 26 hingga 30 tahun. Enam belas orang berusia 31 hingga 35 tahun. Selanjutnya, responden berusia

di atas 41 tahun berjumlah empat orang. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berusia antara 26 hingga 30 tahun.

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat

Berikut adalah data responden berdasarkan alamat:

Grafik 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Tempat Tinggal



Sumber: Data primer diolah (2024)

Dari gambar 4.1 diketahui alamat responden mayoritas berada di Kecamatan Langsa Baro sebanyak 33 orang atau 33%, paling sedikit di Kecamatan Langsa Timur sebanyak 8 orang atau 8%.

4) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Berikut adalah data responden berdasarkan pendidikan:

Tabel 4. 4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah
1	Diploma/Sarjana	66
2	SMA/SMK	34
Total		**100**

Sumber: Data primer diolah (2024)

Dari Tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden survei adalah pembeli studi sarjana/sarjana, yaitu66 responden. Sementara itu, 33 orang berpendidikan menengah dan satu orang berpendidikan profesi.

5) Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berikut adalah data responden berdasarkan pekerjaan:

Tabel 4. 5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah
1	Wirausaha	57
2	Mahasiswa/i	33
3	Ibu Rumah tangga	5
4	TNI/Polri	2
5	PNS	1
6	Pengacara	1
7	Wiraswasta	1
Total		**100**

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4.5, jumlah nasabah yang diwawancarai terbanyak adalah 57 orang yang bekerja sebagai kontraktor. Saat itu, responden yang bekerja sebagai

pelajar sebanyak 33 orang, ibu rumah tangga sebanyak 5 orang, TNI/Polri sebanyak 2 orang, dan PNS serta pengacara sebanyak 1 orang.

4.3. Hasil Uji Analisis Data

4.3.1. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk memeriksa apakah setiap pertanyaan atau pernyataan dalam suatu kuesioner benar atau salah. Setelah peneliti melakukan uji validasi, hasil pengujian menunjukkan bahwa instrumen penelitian valid, hasil pengujian tertera pada tabel 4.5:

Tabel 4. 6

Uji Validitas 100 Sampel

Variabel	Butir Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Ket.
Pribadi (X1)	X1.1	0,437	0,1996	Valid
	X1.2	0,613	0,1996	Valid
	X1.3	0,681	0,1996	Valid
	X1.4	0,637	0,1996	Valid
	X1.5	0,559	0,1996	Valid
Sosial (X2)	X2.1	0,611	0,1996	Valid
	X2.2	0,786	0,1996	Valid
	X2.3	0,752	0,1996	Valid
Religiusitas (X3)	X3.1	0,576	0,1996	Valid
	X3.2	0,644	0,1996	Valid
	X3.3	0,666	0,1996	Valid
	X3.4	0,690	0,1996	Valid
	X3.5	0,655	0,1996	Valid
Keputusan Nasabah (Y)	Y.1	0,630	0,1996	Valid
	Y.2	0,827	0,1996	Valid
	Y.3	0,805	0,1996	Valid
	Y.4	0,688	0,1996	Valid

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4.6 pengujian terhadap 100 responden menunjukkan bahwa nilai setiap item informasi sudah benar karena nilai setiap r hitung lebih besar dari nilai

pada tabel (0,1966). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengujian suatu pertanyaan atau pertanyaan pada 100 pelanggan yang disurvei adalah benar, karena setiap elemen pernyataan (r angka) mempunyai nilai yang lebih besar dari r tabel.

2. Uji Reliabilitas

Tes reliabilitas adalah instrumen yang digunakan untuk mengukur suatu pertanyaan yang membuktikan suatu variabel atau konsep. Suatu pertanyaan dianggap dapat diandalkan atau benar jika jawaban orang terhadap pertanyaan tersebut konsisten atau konsisten dari waktu ke waktu. Ukuran reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis SPSS *(Statistical Package for Social Science*) versi 19 yaitu melihat hasil perhitungan *alpha Cronbach* > 0,60.

Tabel 4. 7

Uji Reliabilitas 100 Sampel

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	65.69	39.671	.235	.856
X1.2	65.52	37.484	.477	.845
X1.3	65.29	37.966	.405	.849
X1.4	65.29	37.299	.500	.844
X1.5	65.26	37.507	.417	.849
X2.1	65.43	39.217	.287	.854
X2.2	65.61	36.422	.503	.844
X2.3	65.40	36.303	.505	.844
X3.1	65.24	37.619	.501	.845
X3.2	65.00	38.263	.432	.848
X3.3	65.13	38.397	.406	.849
X3.4	65.19	37.388	.494	.845
X3.5	65.10	37.768	.453	.847
Y.1	65.30	38.232	.438	.847
Y.2	65.38	34.925	.646	.836
Y.3	65.17	35.819	.626	.838
Y.4	65.08	36.983	.564	.842

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji reliabel diatas diketahui bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas tiga variabel bebas (X) dan 1 variabel terikat (Y) dengan 17 butir pernyataan mempunyai nilai *Cronbach's Alpha if Item Deleted* > 0,60 dan sesuai dasar pengambilan keputusan tersebut maka seluruh item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

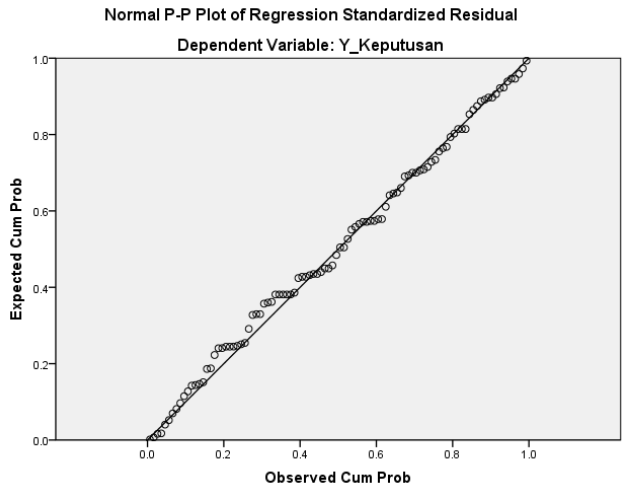
4.3.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu metode untuk menguji apakah suatu model regresi mempunyai distribusi normal variabel acak atau variabel residu. Berdasarkan hasil uji SPSS, maka dapat dipertimbangkan uji normal penelitian ini sebagai berikut:

a) Analisis Grafik

Grafik 4. 2
Grafik Normal P Plot



Sumber: Data primer diolah (2024)

Gambar 4.2 menunjukkan bahwa luas plot plot regresi standar menunjukkan pola plot normal. Hal ini terlihat dari titik-titik yang tersebar disekitar garis lurus atau

diagonal, dan distribusinya mengikuti arah diagonal, menunjukkan bahwa reduksi dapat digunakan.

b) Uji Kolmogorov Smirnov

Tabel 4. 8

Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.41508740
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.040
	Negative	-.057
Kolmogorov-Smirnov Z		.571
Asymp. Sig. (2-tailed)		.900

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer diolah (2024)

Dari tabel 4.8 di atas menunjukkan nilai signifikansi variabel penelitian lebih besar dari 0,05 (0,05>0,900), maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Uji Multikolonieritas

Gejala multikolonearitas dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Apabila *Tolerance Value* > 0,1 atau VIF < 10, maka tidak terjadi multikolonearitas. Hasil pengujian terhadap multikolonearitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 9

Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients[a]

Model		t	Sig.	Collinearity Statistics	
				Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.223	.824		
	X1_Pribadi	2.538	.013	.517	1.932
	X2_Sosial	5.077	.000	.761	1.314
	X3_Religiusitas	3.009	.003	.553	1.807

a. Dependent Variable: Y_Keputusan

Sumber: Data primer diolah (2024)

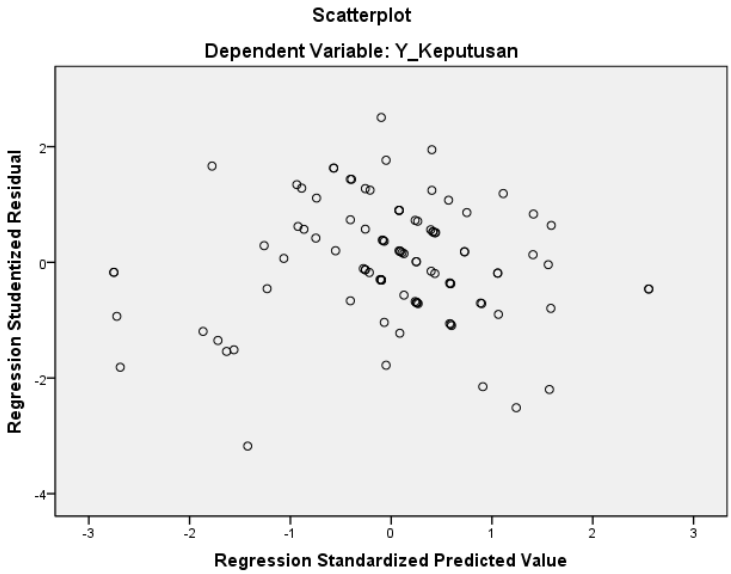
Berdasarkan tabel 4.9, diketahui bahwa nilai VIF dan nilai toleransi masing-masing variabel yaitu untuk variabel pribadi (X1) nilai VIF sebesar 1.932<10, untuk variabel sosial (X2) nilai VIF sebesar 1.314 dan variabel religiusitas (X3) nilai VIF sebesar 1.807. kemudian diketahui nilai *tolerance value* setiap variabel lebih besar dari 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas dalam penelitian ini.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan scatterplot. Jika ingin melihat apakah terjadi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan scatter plot. Model regresi yang baik adalah model yang homoskedastis atau model yang tidak mengalami heteroskedastisitas. Yang jelas, dengan titik di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y, tidak terjadi heteroskedastisitas.

Grafik 4. 3

Grafik Scatterplot



Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan Gambar 4. Pada Gambar 3 terlihat titik-titik tidak membentuk pola tertentu, titik-titik tersebut tersebar di atas dan di bawah titik 0 pada sumbu Y, sehingga dari gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada data tersebut.

4.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan nasabah sedangkan yang menjadi variabel independen adalah faktor pribadi, sosial dan religiusitas. Analisis data dilakukan dengan *SPSS version 19:*

Tabel 4. 10

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.362	1.623		-.223	.824
	X1_Pribadi	.251	.099	.240	2.538	.013
	X2_Sosial	.514	.101	.396	5.077	.000
	X3_Religiusitas	.280	.093	.275	3.009	.003

a. Dependent Variable: Y_Keputusan

Sumber: Data primer diolah (2024)

Pada tabel 4.10 di atas, dapat diketahui hasil dari analisis regresi diperoleh persamaan regresi yaitu:

$$\mathbf{Y = -0.362 + 0.251 + 0.514 + 0.280}$$

1) Dalam persamaan regresi pada tabel 4.10 nilai konstanta (α) sebesar -0.362 yang berarti jika faktor pribadi, sosial dan religiusitas mempunyai nilai tetap sebesar 1% maka keputusan nasabah menurun sebesar 36,2% dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.
2) Nilai koefisien pribadi (X1) sebesar 0.251 menyatakan nilai positif yang berarti jika variabel pribadi mempunyai nilai tetap sebesar 1% maka keputusan nasabah meningkat sebesar 25,1 % dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.
3) Nilai koefisien sosial (X2) sebesar 0.514 menyatakan nilai positif yang berarti jika variabel sosial mempunyai nilai tetap sebesar 1% maka keputusan nasabah meningkat sebesar 54,1% dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.
4) Nilai koefisien religiusitas (X3) sebesar 0.280 menyatakan nilai positif yang berarti jika variabel religiusitas mempunyai nilai tetap sebesar 1% maka

keputusan nasabah meningkat sebesar 28% dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.

4.5. Uji Hipotesis

4.5.1 Uji t (Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen (pribadi, sosial dan religiusitas) terhadap variabel dependen (Keputusan nasabah) secara terpisah atau parsial. Signifikan dapat dilihat dengan cara sig < 0,05 atau ttabel dan thitung ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dengan perhitungan (df= n-k = 100-4= 96). Pada penelitian ini diperoleh nilai t tabel yaitu 1,66088. Berikut hasil uji t pada penelitian ini:

Tabel 4. 11
Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.362	1.623		-.223	.824
	X1_Pribadi	.251	.099	.240	2.538	.013
	X2_Sosial	.514	.101	.396	5.077	.000
	X3_Religiusitas	.280	.093	.275	3.009	.003

a. Dependent Variable: Y_Keputusan

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan tabel koefisien regresi yang diperoleh dari analisis regresi pada tabel maka dapat disusun persamaan regresi linear sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = -0.362 + 0,251 + 0,514 + 0.280 + e}$$

1) Dari hasil uji t statistik variabel pribadi (X1) sebesar 2.538 yang lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,66088 dengan nilai signifikan 0,013<0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Diketahui jika faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan nasabah tinggi maka nasabah tidak ragu-ragu untuk menggunakan produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia Cabang Langsa. Dengan demikian H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak.
2) Dari hasil uji t statistik variabel sosial (X2) sebesar 5.077 yang lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,66088 dengan nilai signifikan 0,000<0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Diketahui jika semakin tinggi hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua, maka semakin tinggi keputusan nasabah untuk menggunakan produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia Cabang Langsa. Dengan demikian H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak.
3) Dari hasil uji t statistik variabel religiusitas (X3) sebesar 3.009 yang lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,66088 dengan nilai signifikan 0,003<0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Diketahui jika semakin seseorang taat dalam menjalankan ajaran agamanya maka individu tersebut memiliki kontrol diri yang baik di dalam dirinya untuk menggunakan sesuatu yang halal. Dengan demikian H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak.

4.5.2 Uji f (Simultan)

Pengaruh hipotesis secara simultan dilakukan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas yaitu faktor pribadi, sosial dan religiusitas terhadap tingkat keputusan nasabah sebagai variabel terikatnya. Signifikan dapat dilihat dengan cara sig < 0,05 atau f tabel dan f hitung ($f_{hitung} > f_{tabel}$) dengan perhitungan (df1= k-1 = 4-1= 3/ df2= n-k = 100-4 = 96). Pada penelitian ini diperoleh nilai f tabel yaitu 1,76131. Berikut hasil uji f pada penelitian ini:

Tabel 4. 12

Hasil Uji f

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1000.731	3	333.577	111.123	.000[a]
	Residual	288.179	96	3.002		
	Total	1288.910	99			

a. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

b. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Data primer diolah (2024)

Dari tabel uji F maka dapat disimpulkan bahwa faktor pribadi, sosial dan religiusitas sangat berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan nasabah secara bersama-sama karena nilai F_{hitung} sebesar 111.123 yang lebih besar dari F_{tabel} sebesar 1,76131. Kemudian nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan bahwa variabel faktor pribadi, sosial dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Langsa. Dengan demikian H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak.

4.6. Uji Koefisien Determinasi

Adapun hasil dari uji koefisien determinasi penelitian ini yakni sebagai berikut:

Tabel 4. 13

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745[a]	.556	.542	1.437

a. Predictors: (Constant), X3_Religiusitas, X2_Sosial, X1_Pribadi

b. Dependent Variable: Y_Keputusan

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji yang terlihat pada tabel 4.10 bahwa nilai *Adjusted R Square* yaitu 0.542. Dapat diartikan bahwa persentase variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 54,2%. Variabel independen yakni faktor pribadi, sosial dan religiusitas dalam model penelitian ini mampu menjelaskan 54,2% terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah, sedangkan sisanya 45,8% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.7. Interpretasi Hasil Penelitian

4.7.1. Pengaruh Pribadi Terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama diketahui bahwa Ha1 yang diajukan dapat diterima. Hasil penelitian yang dilakukan diperoleh nilai thitung variabel faktor pribadi sebesar 2.538 yang lebih besar dari ttabel yaitu 1,66088 dengan nilai signifikan 0,013<0,05, sehingga dalam penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pribadi terhadap keputusan nasabah.

Perilaku manusia dalam menggunakan suatu produk dipengaruhi oleh karakteristik kepribadian masing-masing konsumen. Karakteristik pribadi merupakan kombinasi keadaan mental dan pengaruh lingkungan. Semakin tinggi jabatan seseorang dalam pekerjaan maka semakin kuat perekonomian dan gaya hidupnya, sehingga semakin tinggi pula keputusannya dalam menggunakan suatu produk atau jasa khususnya di bidang keuangan.[86] Hal ini terlihat dari keterangan responden dengan rentang usia 26 hingga 30 tahun, sebanyak 51 orang dalam kategori dewasa sehingga telah matang pemikirannya dan memperkuat pendapatnya.

Wilayah Kota Langsa dengan fungsi industri, permukiman, perdagangan dan jasa, tambak, rekreasi dan pergudangan membuat masyarakat memiliki berbagai macam pekerjaan, penghasilan dan gaya hidup. Perkembangan ekonomi ini membuat masyarakat memiliki preferensinya sendiri dalam memilih layanan keuangan. Setiap orang memiliki latar belakang dan pandangan berbeda mengenai keuangan Islam. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Rahmawati.[87]

4.6.2. Pengaruh Sosial Terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan pengujian hipotesis kedua diketahui bahwa Ha2 yang diajukan dapat diterima. Hasil penelitian yang dilakukan diperoleh nilai thitung variabel faktor sosial sebesar 5.077 yang lebih besar dari ttabel yaitu 1,66088 dengan nilai signifikan 0,000<0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

---

[86] Ismail, *Perbankan Syariah,* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), h.105.

[87] Rahmawati, "Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Untuk Memilih Pembiayaan Di Pt. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Bima Soetta 1", (Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Mataram, Mataram, 2022).

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang mempunyai kemampuan mempengaruhi perilaku masyarakat agar bertindak sesuai norma. Faktor sosial tersebut meliputi kelompok referensi, keluarga, peran dan status. Kelompok referensi adalah kelompok yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat. Anggota keluarga juga dapat sangat mempengaruhi pengambilan keputusan. Kedudukan seseorang dalam setiap kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan statusnya. Setiap aktivitas mempengaruhi perilaku pembelian seseorang.[88]

Faktor sosial tercermin dalam hubungan dengan teman, keluarga, dan orang tua serta memengaruhi keputusan mengenai penggunaan produk dan layanan keuangan. Semakin tinggi hubungan dengan teman, keluarga dan kerabat, semakin besar kemungkinan nasabah untuk menggunakan produk dan jasa keuangan. Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian yang dilakukan Fitria Sinaga.[89]

4.6.3. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan pengujian hipotesis ketiga diketahui bahwa Ha3 yang diajukan dapat diterima. Hasil penelitian yang dilakukan diperoleh nilai thitung variabel faktor religiusitas sebesar 3.009 yang lebih besar dari ttabel yaitu 1,66088 dengan nilai signifikan 0,003<0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah.

Religiusitas adalah sikap seseorang terhadap agama secara umum, bukan mengenai situasi atau tempat ibadah tertentu, melainkan tentang bagaimana seseorang

---

[88] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Ofiset, 2014), h. 138.

[89] Fitriani Sinaga, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus Bank Mandiri Syariah Kantor Cabang Pembantu Cirendeu)", (Skripsi: Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta, 2019).

bersikap ketika menyatakan atau menunjukkan kemampuannya sebagai orang yang beriman. Keimanan berasal dari kesetiaan atau ketaatan terhadap agama yang dianutnya, dalam hal ini kecenderungan seseorang untuk beriman secara umum dibandingkan pada situasi atau tempat tertentu. Religiusitas dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan produk dan jasa keuangan syariah. Semakin tinggi keyakinan seseorang maka nasabah akan semakin memilih menggunakan produk dan jasa perbankan syariah karena masyarakat meyakini bahwa menggunakan jasa perbankan syariah sejalan dengan mendengarkan perintah Allah.[90] Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Desian.[91]

4.6.4. Pengaruh Variabel Pribadi, Sosial Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah

Berdasarkan uji F maka diketahui faktor pribadi, sosial dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan nasabah secara bersama-sama karena nilai F_{hitung} sebesar 111.123 yang lebih besar dari F_{tabel} sebesar 1,76131. Kemudian nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Dengan demikian H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak. Kemudian diketahui persentase variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 54,2%. Variabel independen yakni faktor pribadi, sosial dan religiusitas dalam model penelitian ini mampu menjelaskan 54,2% terhadap variabel dependen yaitu keputusan nasabah, sedangkan sisanya 45,8% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

---

[90] Nurul Huda dan Mohamad Heykal*, Lembaga Keuangan Islam, tinjauan teoritis dan praktis*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 72.

[91] Desiana, Dewi Susilowati, Negina Kencono Putri, Analisis Perkembangan Usaha Mikro Dan Kecil Setelah Memperoleh Pembiayaan Dari Baitul Mal Wat Tamwil Di Kota Surakarta Tahun 2015, *Jurnal Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi* Volume 11 (1), 2018.

BAB IV
PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk dan jasa pada bank syariah indonesia cabang langsa, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1) Variabel pribadi memiliki nilai signifikan 0,013 < 0,05, sehingga diketahui terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor pribadi terhadap keputusan nasabah. Semakin tinggi pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan nasabah maka nasabah tidak ragu-ragu untuk menggunakan produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia Cabang Langsa.
2) Variabel sosial memiliki nilai signifikan 0,000 < 0,05, sehingga diketahui terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor sosial terhadap keputusan nasabah. Semakin tinggi hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua, maka semakin tinggi keputusan nasabah untuk menggunakan produk dan jasa pada Bank Syariah Indonesia Cabang Langsa.
3) Variabel religiusitas memiliki nilai signifikan 0,003 < 0,05, sehingga diketahui terdapat pengaruh yang signifikan antara religiusitas terhadap keputusan nasabah. Semakin seseorang taat dalam menjalankan ajaran agamanya Maka individu tersebut memiliki kontrol diri yang baik di dalam dirinya untuk menggunakan sesuatu yang halal.

5.2. Saran

Beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan analisis yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

   Penelitian selanjutnya mungkin dapat menambahkan variabel lain yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan layanan perbankan syariah, selain variabel yang digunakan untuk mengidentifikasinya dengan lebih baik.

2. Secara Praktis

   Bagi BSI Cabang Langsa, kualitas pelayanan dan produk serta layanan yang ditawarkan perlu ditingkatkan agar masyarakat dapat menjadikan BSI Cabang Langsa sebagai pilihan terbaik dalam bertransaksi.