

# JPS

## Jurnal Perbankan Syariah

**Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah**  
■ *Muhammad Zuhirsyah, Nurlinda Nurlinda*

**Determinan Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia Dengan Tingkat Likuiditas Sebagai Variabel *Intervening***  
■ *Sasabila Tisat Anisa, Saiful Anwar*

***Optimization Of Human Resources Management In Islamic Banking***  
■ *Fitra Azkiya Firdiansyah*

**Peran Biaya Operasional Dan Pendapatan Operasional Dalam Hubungan Pembiayaan Dengan *Return On Asset* Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia**  
■ *Linda Devy Ramadhani, Taufikur Rahman*

**Komparasi Determinan Pembiayaan Pada Bank Mandiri Dan Bank Syariah Mandiri**  
■ *Lantip Susilowati, Nita Sistiani*

**Efek Diversifikasi Pembiayaan Sektor Ekonomi Terhadap Profitabilitas Dan Risiko Bank Syariah Di Indonesia**  
■ *Muhammad Khozin Ahyar*

**Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Inflasi Terhadap *Return On Asset* Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia**  
■ *Idris Saleh*

**Determinan Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah Di Indonesia**  
■ *Dadang Husen Sobana, Ricky Hamzah, Sri Habibah*

***Financial Distress* Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia**  
■ *Martinus Robert Hutauruk, Mansyur Mansyur, Muhammad Rinaldi, Yisar Renza Situru*





# JPS

## Jurnal Perbankan Syariah

**Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi  
Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah**  
*Muhammad Zuhirsyan, Nurlinda Nurlinda*

**Determinan Profitabilitas Bank Umum Syariah  
Di Indonesia Dengan Tingkat Likuiditas Sebagai Variabel *Intervening***  
*Sasabila Tisat Anisa, Saiful Anwar*

***Optimization Of Human Resources Management In Islamic Banking***  
*Fitra Azkiya Firdiansyah*

**Peran Biaya Operasional Dan Pendapatan Operasional  
Dalam Hubungan Pembiayaan Dengan *Return On Asset* Pada  
Bank Umum Syariah Di Indonesia**  
*Linda Devy Ramadhani, Taufikur Rahman*

**Komparasi Determinan Pembiayaan  
Pada Bank Mandiri Dan Bank Syariah Mandiri**  
*Lantip Susilowati, Nita Sistiani*

**Efek Diversifikasi Pembiayaan Sektor Ekonomi  
Terhadap Profitabilitas Dan Risiko Bank Syariah Di Indonesia**  
*Muhammad Khozin Ahyar*

**Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Inflasi Terhadap  
*Return On Asset* Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia**  
*Idris Saleh*

**Determinan Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah Di Indonesia**  
*Dadang Husen Sobana, Ricky Hamzah, Sri Habibahi*

***Financial Distress* Pada Perusahaan  
Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia**  
*Martinus Robert Hutauruk, Mansyur Mansyur, Muhammad Rinaldi,  
Yisar Renza Situru*



JPS	Vol.2	No.2	Hal: 114-246	Oktober 2021	pISSN 2721-6241 eISSN 2721-7094
-----	-------	------	--------------	--------------	------------------------------------

## **EDITORIAL TEAM**

### **JPS (Jurnal Perbankan Syariah)**

#### ***Editor in Chief***

*Sri Rahmany* | Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah Bengkalis, Indonesia

#### ***Managing Editor***

*Lukman Hakim* | Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah Bengkalis, Indonesia

#### ***Associate Editor***

*Mashuri* | Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah Bengkalis, Indonesia

*Sulistyandari* | Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI), Pekanbaru, Indonesia

*Mhd Erwin Munthe* | Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah Bengkalis, Indonesia

*Decky Hendarsyah* | Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah Bengkalis, Indonesia

*Zulhelmy* | Universitas Islam Riau (UIR), Pekanbaru, Indonesia

*Iis Sutardi* | Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah Bengkalis, Indonesia

*Susilawati* | Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah Bengkalis, Indonesia

#### ***Editorial Board/Reviewers***

*Isfenti Sadalia* | Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia

*Zulfi Diane Zaini* | Universitas Bandar Lampung, Indonesia

*Hartomi Maulana* | Universitas Darussalam Gontor, Ponorogo, Indonesia

*Hamdi Agustin* | Universitas Islam Riau, Pekanbaru, Indonesia

*Alfi Maghfuriyah* | Universitas Global Jakarta, Indonesia

*Agus Zainul Arifin* | Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia

*Ika Permatasari* | Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

*Sri Yani Kusumastuti* | Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia

*Muhammad Isa Selamat* | Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah Bengkalis, Indonesia

*Binti Nur Asiyah* | Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung, Indonesia

*Irwan Misbach* | Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Indonesia

*Wardah Yuspin* | Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

*Ade Sofyan Mulazid* | Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah, Jakarta, Indonesia

*Saparuddin Siregar* | Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU), Medan, Indonesia

*Lucky Nugroho* | Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia

*Taufikur Rahman* | Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, Indonesia

*Dety Nurfadilah* | Sekolah Tinggi Manajemen IPMI, Jakarta, Indonesia

*Noor Hafidah* | Universitas Lambung Mangkurat, Banjarmasin, Indonesia

#### ***Copyediting and Layouting***

*Decky Hendarsyah* | Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah Bengkalis, Indonesia

#### **Penerbit**

LPPM Publishing & Printing

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah Bengkalis

#### **Alamat Redaksi**

Jalan Poros Sungai Alam – Selat Baru, Bengkalis 28734

Telp. +628117501025

e-mail: [lppmstiesyariahbengkalis@yahoo.com](mailto:lppmstiesyariahbengkalis@yahoo.com)

## SEKAPUR SIRIH

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunianya sehingga JPS (Jurnal Perbankan Syariah) edisi Oktober 2021 (Vol.2 No.2) bisa dirampungkan. Jurnal edisi ini merupakan gagasan Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (PPPM) STIE Syariah Bengkalis sehingga dapat diterbitkan dan layak berada dihadapan para pembaca baik tercetak maupun *online*.

Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (PPPM) STIE Syariah Bengkalis mengajak kalangan akademisi dan praktisi untuk mempublikasikan hasil penelitian, karya ilmiah dan hasil karya pengabdian kepada masyarakat baik dalam pengembangan pemikiran, keilmuan perbankan dan perbankan syariah serta keilmuan yang ada kaitannya dengan perbankan dalam mencerdaskan, membuka cakrawala dan membangun kesejahteraan umat.

Editorial team mengucapkan terima kasih kepada para dosen, peneliti dan praktisi atas kontribusinya serta tim redaksi dan semua pihak yang telah memberikan dukungan atas diterbitkannya jurnal ini.

Kami dari editorial team menyadari masih banyak terdapat kekurangan, kelemahan dalam jurnal ini dan kami akan terus berbenah diri untuk kesempurnaan terbitan jurnal berikutnya. Oleh karena itu, kami mengharapkan kritikan dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak.

*Wassalam*

*Editor in Chief*

## DAFTAR ISI

Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah <i>Muhammad Zuhirsyan, Nurlinda Nurlinda</i> .....	114-130
Determinan Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia Dengan Tingkat Likuiditas Sebagai Variabel <i>Intervening</i> <i>Sasabila Tisat Anisa, Saiful Anwar</i> .....	131-149
<i>Optimization Of Human Resources Management In Islamic Banking</i> <i>Fitra Azkiya Firdiansyah</i> .....	150-164
Peran Biaya Operasional Dan Pendapatan Operasional Dalam Hubungan Pembiayaan Dengan <i>Return On Asset</i> Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia <i>Linda Devy Ramadhani, Taufikur Rahman</i> .....	165-182
Komparasi Determinan Pembiayaan Pada Bank Mandiri Dan Bank Syariah Mandiri <i>Lantip Susilowati, Nita Sistiani</i> .....	183-196
Efek Diversifikasi Pembiayaan Sektor Ekonomi Terhadap Profitabilitas Dan Risiko Bank Syariah Di Indonesia <i>Muhammad Khozin Ahyar</i> .....	197-211
Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Inflasi Terhadap <i>Return On Asset</i> Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia <i>Idris Saleh</i> .....	212-225
Determinan Dana Pihak Ketiga Bank Umum Syariah Di Indonesia <i>Dadang Husen Sobana, Ricky Hamzah, Sri Habibah</i> .....	226-236
<i>Financial Distress</i> Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia <i>Martinus Robert Hutauruk, Mansyur Mansyur, Muhammad Rinaldi, Yisar Renza Situru</i> .....	237-246



## PENGARUH RELIGIUSITAS, PERSEPSI DAN MOTIVASI NASABAH TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PERBANKAN SYARIAH

Muhammad Zuhirsyan, Nurlinda Nurlinda ✉  
Politeknik Negeri Medan, Indonesia  
zuhirsyan@polmed.ac.id, nurlinda@polmed.ac.id

<https://doi.org/10.46367/jps.v2i2.342>

Received: May 02, 2021 Revised: Jun 24, 2021 Accepted: Jul 05, 2021 Published: Oct 14, 2021

### ABSTRACT

*This research aims to see how much influence religiosity, perception, and motivation have on choosing Islamic banking. This research is quantitative research with data collection methods using survey methods and questionnaires. Samples were selected by non-probability sampling and convenience sampling. Questionnaires were distributed to 96 CIMB Niaga Syariah Medan customers, and 61 questionnaires were returned. Data analysis using multiple regression test using SPSS tool. The study results found simultaneously that religiosity, perception, and motivation influenced the decision to choose Islamic banking. Partially, motivation has a positive effect on the decision to choose Islamic banking. In contrast, religiosity has a negative value and does not affect the decision to choose Islamic banking and perception, does not affect the decision to choose Islamic banking.*

*Keywords: Religiosity, Perception, Motivation, Choice Decision.*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh religiusitas, persepsi dan motivasi terhadap keputusan memilih perbankan syariah. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan metode survey dan kuesioner. Sampel dipilih secara *non probability sampling* dan *convenience sampling*. Kuesioner disebar kepada 96 orang nasabah CIMB Niaga Syariah Medan dan kuesioner yang kembali sebanyak 61 kuisisioner. Analisis data menggunakan uji regresi berganda menggunakan alat bantu SPSS. Hasil penelitian menemukan secara serempak bahwa religiusitas, persepsi dan motivasi mempengaruhi keputusan memilih perbankan syariah. Secara parsial motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan memilih perbankan syariah, sedangkan religiusitas memiliki nilai negatif dan tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih perbankan syariah, begitu juga dengan persepsi tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih perbankan syariah.

Kata Kunci: Religiusitas, Persepsi, Motivasi, Keputusan Memilih.



## PENDAHULUAN

Perbankan syariah saat ini berkembang pesat di Indonesia. Perbankan syariah menjadi alternatif bagi masyarakat Indonesia yang ingin melakukan transaksi keuangan sesuai dengan ajaran Islam dan jauh dari berbagai bentuk transaksi *ribawi*. Masyarakat Indonesia saat ini mulai melirik perbankan syariah, bahkan akhirnya menjadi nasabah perbankan syariah. Keinginan menjadi nasabah perbankan syariah sangat variatif bentuknya, diantaranya adalah pemahaman agama dan juga pandangan pribadi atau persepsi terhadap perbankan syariah. Setiap orang memiliki tingkatan pemahaman agama yang berbeda-beda dengan yang lainnya. Demikian juga dengan motivasi pribadi dalam memutuskan sesuatu hal. Motivasi dan persepsi konsumen memiliki peranan penting dalam menentukan suatu pilihan.

Penelitian mengenai keputusan nasabah dalam memilih perbankan syariah sudah pernah dilakukan oleh Rivai et al. (2006); Abhimantra, Maulina, and Agustianingsih 2013; Rohmadi, Nurbaiti, and Junaidi (2016) yang menyatakan bahwa faktor-faktor seperti pengetahuan, religiusitas, produk, reputasi dan pelayanan di bank syariah memiliki pengaruh positif terhadap keputusan memilih menabung di bank syariah, meskipun tidak signifikan. Kemudian Hanik and Handayani (2014) menyatakan bahwa variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih perbankan syariah adalah produk, harga, promosi, tempat, faktor sosial dan faktor personal. Selanjutnya penelitian Rohmadi, Nurbaiti, and Junaidi (2016); Zuhirsyan and Nurlinda (2018); Harahap (2020); menggunakan variabel religiusitas, persepsi sebagai variabel yang mempengaruhi keputusan memilih perbankan syariah. Selain itu variabel motivasi juga menjadi salah satu yang mempengaruhi keputusan untuk memilih bank syariah (Gampu, Kawet, and Uhing 2015; Iqbal, Hamid, and Mastura 2019). Hasil penelitian tersebut masih menunjukkan perbedaan dampak yang disebabkan salah satunya perbedaan objek penelitian tersebut. Oleh karena itu maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan pemahaman agama, persepsi dan motivasi masyarakat dalam memilih perbankan syariah. Penelitian ini juga merupakan replikasi dan pengembangan penelitian yang dilakukan oleh Rohmadi, Nurbaiti, and Junaidi (2016); Zuhirsyan and Nurlinda (2018).

Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh religiusitas, persepsi dan motivasi terhadap keputusan memilih perbankan syariah yaitu PT. CIMB Niaga Syariah Medan. Perbedaan status bank syariah yang menjadi objek penelitian kali ini akan memberikan gambaran bagaimana posisi bank syariah yang dikelola sektor swasta dengan bank syariah yang dikelola pemerintah dimata masyarakat, sehingga hal ini nantinya mampu menjadi bahan kajian bagi bank syariah tersebut dalam mengambil kebijakan terkait upaya menarik nasabah.

CIMB Niaga Syariah sebagai salah satu bank syariah yang masih berbentuk unit usaha syariah (UUS) dan belum menjadi bank umum syariah (BUS), tentu tetap layak untuk diperhitungkan dalam kegiatan operasional bank berbasis syariah di Indonesia. Adapun produk-produk bank CIMB Niaga Syariah adalah tabungan Xtra iB Niaga Syariah, tabungan iB Pendidikan, tabungan iB perencanaan, giro iB, deposito iB, tabungan iB junior, pembiayaan iB Kepemilikan rumah, Pembiayaan iB Kepemilikan Mobil dan lain sebagainya.





Perkembangan bank CIMB Niaga Syariah juga mengalami peningkatan yang signifikan, ini dapat dilihat pada Tabel 1, terkait informasi keuangan bank tahun 2016-2017 (dalam jutaan Rupiah):

**Tabel 1 Informasi Keuangan Bank CIMB Niaga Tbk.**

No.	Liabilitas	2017	2016
1	Dana simpanan <i>wadiah</i>	3.761.148	3.107.951
2	Dana investasi <i>non profit sharing</i>	16.146.810	7.520.825
3	Liabilitas kepada Bank Indonesia	-	-
4	Liabilitas kepada Bank Lain	56.903	85.973
5	Surat berharga yang diterbitkan	825.000	550.000
6	Liabilitas Lainnya	147.758	66.520
7	Dana investasi <i>profit sharing</i>	-	-
8	Dana usaha	2.215.331	1.143.085
9	Saldo Laba	489.675	305.427
<b>Total Liabilitas</b>		<b>23.642.625</b>	<b>12.779.781</b>

Sumber: Laporan Tahunan CIMB Niaga Tbk. 2017

## TELAAH LITERATUR

### Teori Perilaku Terencana

Teori perilaku merujuk pada asumsi manusia merupakan makhluk rasional yang secara sistematis menggunakan informasi-informasi yang memungkinkan bagi kepentingannya (Achmat 2010). Manusia akan berpikir dampak dari sebuah tindakan yang mereka pilih sebelum manusia melakukan atau memilih tidak melakukan sebuah tindakan tertentu. Bagaimana manusia bersikap, mematuhi norma serta menggunakan persepsi kontrolnya untuk berperilaku akan menggerakkan tindakan manusia. Perilaku manusia dalam memilih didorong pada keinginan mendapatkan yang baik dan berkah, mendapatkan keuntungan dan mematuhi norma. Teori perilaku terencana memiliki tujuan guna memperkirakan, memahami akibat dari suatu niat berperilaku, tindakan identifikasi strategi dalam rangka merubah perilaku, dan menjelaskan perilaku manusia yang nyata (Azwar 2011).

### Religiusitas

Religiusitas merupakan hubungan pribadi dengan pribadi Illahi Yang Maha Kuasa, Maha Pengasih dan Maha Penyayang (Tuhan) yang berkonsekuensi hasrat untuk berkenan kepada pribadi yang Illahi itu dengan melaksanakan kehendak-Nya dan menjauhi yang tidak dikehendakinya (larangannya) (Fauzan 2013). Hubungan inilah yang menurut Suhardiyanto (2001) memungkinkan seseorang untuk melihat kebaikan Tuhan dalam sesama, suatu sikap yang setelah tumbuh dan berkembang dalam diri seseorang akan membuahkannya cinta tidak hanya pada Tuhan saja tetapi juga pada sesama ciptaan Tuhan, baik itu manusia maupun alam dan ciptaan lainnya, sehingga dalam hidup sehari-hari sebagai buahnya, bagi manusia akan tumbuh atau muncul sikap saling menghargai, saling mencintai, dan muncul rasa sayang pada alam lingkungannya, sehingga kesejahteraan bersama, lahir batin dapat terwujud.



Keberagaman atau religiusitas adalah sesuatu yang amat penting dalam kehidupan manusia. Hal ini karena, manusia dalam berbagai aspek kehidupannya akan dipertanggungjawabkan setelah meninggal dunia. Aktifitas beragama yang erat berkaitan dengan religiusitas, bukan hanya terjadi ketika melakukan ritual (ibadah) tetapi juga aktivitas lain yang didorong kekuatan batin (Ancok and Suroso 2008, 76). Secara umum religiusitas merupakan integrasi secara universal antara pemahaman agama, perasaan dan perilaku keagamaan dalam diri seseorang. Manusia berperilaku agamis biasanya didorong oleh adanya rangsangan *funish* dan *reward* yang diyakininya serta adanya harapan menggapai ridha Tuhannya. Religiusitas tidak hanya merupakan sesuatu yang bersifat ritual saja, namun lebih luas dan dapat diwujudkan dalam berbagai macam sisi interaksi kehidupan manusia.

Sejalan dengan pandangan Islam, Syaltut (1994) mengemukakan, religiusitas dalam ajaran Islam terdiri dari tiga bagian, yaitu: akidah (kepercayaan dan keimanan), syariah (hukum-hukum agama yang meliputi ibadah dan muamalah), dan akhlak (budi pekerti). Nasoetion et al. (2001, 34) menemukan lima faktor keberagaman yaitu: (a) Iman: keyakinan dan hubungan dengan Tuhan beserta perkara ghaib dalam ajaran agama. (b) Islam: frekuensi dan intensitas pelaksanaan ibadah. (c) Ihsan: pengalaman, perasaan dan penghayatan seseorang. (d) Ilmu: pengetahuan seseorang tentang ajaran agamanya. (e) Amal: perilaku seseorang dalam kehidupan sosial. Nasrullah (2015) menyatakan, ada lima dimensi religiusitas yaitu: (a) Keyakinan/ideologi. (b) Praktik. (c) Pengalaman. (d) Dimensi pengetahuan agama. (e) Dimensi konsekuensi.

### Persepsi

Persepsi pada hakikatnya adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang di dalam memahami informasi tentang lingkungannya, baik lewat penglihatan, pendengaran, penghayatan, perasaan dan penciuman (Thoha 2010, 141-142). Jadi kunci untuk memahami persepsi terletak pada pengenalan bahwa persepsi itu merupakan suatu penafsiran yang unik terhadap situasi, dan bukannya suatu pencatatan yang benar terhadap situasi. Hal ini sesuai dengan pendapat Krech (1951) bahwa peta kognitif itu bukanlah penyajian potografik dari suatu kenyataan fisik, melainkan agak bersifat konstruksi sesuai dengan kepentingan utamanya dan dipahami menurut kebiasaannya (Thoha 2010, 138). Setiap pemahaman adalah pada tingkat tertentu bukanlah seniman yang representatif, karena lukisan gambar tentang kenyataan itu hanya menyatakan pandangan realitas individu.

Menurut Sarwono (2004, 94) persepsi dari segi psikologi adalah proses pencarian informasi untuk dipahami. Alat untuk memperoleh informasi tersebut adalah penginderaan (penglihatan, pendengaran, peradaban dan sebagainya). Persepsi merupakan suatu proses yang terjadi pada seseorang yaitu proses memahami atau memberi makna terhadap setiap informasi yang terima oleh seseorang melalui alat indera, dan selanjutnya seseorang mempersepsikan atau memahami informasi yang mereka terima. Penjelasan ini menunjukkan bahwa salah satu fungsi adalah untuk membantu orang memahami setiap informasi yang datang dari luar indera (Sarwono 2004).

Proses pembentukan persepsi merupakan pemaknaan hasil pengamatan yang diawali dengan adanya stimuli. Setelah mendapat stimuli, selanjutnya akan



terjadi seleksi yang berinteraksi dengan interpretasi (Thoha 2010). Proses seleksi terjadi pada saat seseorang memperoleh informasi, maka akan berlangsung proses penyeleksian pesan tentang yang mana pesan yang dianggap penting dan tidak penting. Hasil seleksi tersebut akan disusun menjadi satu kesatuan yang berurutan dan bermakna (Thoha 2010).

### Motivasi

Donald (1959) mengatakan bahwa “Motivasi adalah perubahan energi dalam diri (pribadi) seseorang yang ditandai dengan timbulnya perasaan dan reaksi untuk mencapai tujuan (Hamalik 2001, 158). Sunyoto (2010, 15) mengemukakan bahwa motivasi adalah kekuatan yang dinamik yang mendorong seseorang untuk berprestasi. Hamalik (2001, 158) juga memberikan batasan motivasi sebagai dorongan untuk mengurangi tekanan (*stress*) yang disebabkan oleh kebutuhan yang belum terpenuhi, apabila kebutuhan karyawan tersebut sudah terpenuhi, maka karyawan tersebut tidak termotivasi lagi melakukan kegiatan tersebut. Motivasi menurut Huriartanto, Hamid, and Shanti (2015) dikaitkan dengan konsumen dimana motivasi bisa diartikan sebagai suatu dorongan yang menggerakkan konsumen untuk memutuskan bertindak kearah pencapaian tujuan, yaitu memenuhi berbagai macam kebutuhan dan keinginan

### Bank Syariah

Berdasarkan undang-undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah pasal 1 ayat 1 bahwa bank syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah (BUS) dan bank pembiayaan rakyat syariah (BPRS). Sedangkan pada pasal 1 ayat 8 menyatakan bahwa BUS adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Jadi, bank syariah adalah bank yang berdasarkan prinsip syariah yang dalam operasional kegiatannya di negara kesatuan Republik Indonesia bersandar kepada fatwa dewan syariah nasional majelis ulama Indonesia (DSN-MUI).

### Keputusan Memilih Produk Bank Syariah

Rivai et al. (2006) menjelaskan bahwa dimensi faktor penentu perilaku konsumen dalam memilih perbankan syariah adalah lebih dominan faktor internal dibanding faktor eksternal. Hal ini dapat diartikan bahwa faktor-faktor tersebut mengindikasikan bahwa perilaku konsumen dalam memutuskan untuk menggunakan suatu produk perbankan lebih didominasi oleh internal *locus of control* (pengendalian dari dalam) (Rivai et al. 2006). Internal faktor tersebut muncul dari kesadaran (*awareness*) konsumen terhadap produk yang dikomunikasikan dan pada tingkat yang lebih tinggi, dan selanjutnya *awareness* tersebut akan memperkuat keyakinan (*belief*) konsumen (Rivai et al. 2006). Lebih lanjut dijelaskan faktor internal yang menjadi faktor penentu perilaku konsumen didalam memilih bank syariah terdiri dari: (a) Persepsi (*belief/attitudes*); (b) Biaya dan manfaat; (c) Agama/keyakinan, sedangkan faktor eksternal tidak terlepas dari faktor *personal selling* keluarga.

### Hubungan Religiusitas Dengan Keputusan Memilih Bank Syariah

Penelitian mengenai religiusitas terhadap keputusan masyarakat dalam



memilih perbankan syariah dilakukan oleh Rivai et al. (2006); Abhimantra, Maulina, and Agustianingsih 2013; Rohmadi, Nurbaiti, and Junaidi (2016); Syafarani (2016); Zuhirsyan and Nurlinda (2018); Harahap (2020) yang menyatakan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap keputusan memilih menabung di bank syariah. Sedangkan penelitian Fitria and Artanti (2020) menemukan sebaliknya, bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih perbankan syariah. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka dapat diturunkan hipotesis pertama yaitu:

H1: terdapat pengaruh positif religiusitas nasabah terhadap keputusan memilih bank syariah.

### **Hubungan Persepsi Dengan Keputusan Memilih Bank Syariah**

Penelitian mengenai persepsi terhadap keputusan masyarakat dalam memilih perbankan syariah dilakukan oleh Harahap (2020) yang menyatakan bahwa persepsi masyarakat mempengaruhi keputusan dalam memilih perbankan syariah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Gampu, Kawet, and Uhing (2015); Rohmadi, Nurbaiti, and Junaidi (2016); Zuhirsyan and Nurlinda (2018) menyatakan bahwa persepsi tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih bank syariah. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka dapat diturunkan hipotesis kedua yaitu:

H2: tidak terdapat pengaruh persepsi nasabah terhadap keputusan memilih bank syariah.

### **Hubungan Motivasi Dengan Keputusan Memilih Bank Syariah**

Penelitian mengenai motivasi terhadap keputusan masyarakat dalam memilih perbankan syariah dilakukan oleh Metawa and Almossawi (1998) menemukan motivasi nasabah dalam memilih bank syariah cenderung didasarkan kepada motif keuntungan, bukan kepada motif keagamaan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Huriartanto, Hamid, and Shanti (2015); Iqbal, Hamid, and Mastura (2019) menemukan bahwa terdapat pengaruh motivasi terhadap keputusan memilih bank syariah, namun hasil temuan berbeda diperoleh dari penelitian Gampu, Kawet, and Uhing (2015) yang menyatakan bahwa motivasi tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka dapat diturunkan hipotesis ketiga yaitu:

H3: terdapat pengaruh positif motivasi terhadap keputusan memilih bank syariah.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilaksanakan di kota Medan terhadap nasabah bank CIMB Niaga Syariah yang terletak di jalan Iskandar Muda Medan pada tahun 2019. Alasan memilih bank CIMB Niaga Syariah sebagai objek penelitian, karena merupakan salah satu bank syariah swasta di kota Medan dimana penelitian sebelumnya sudah pernah dilaksanakan yaitu di bank syariah pemerintah, kemudian untuk membandingkan fakta-fakta yang ada mengapa masyarakat memilih bank syariah.

Jenis penelitian yang dilaksanakan adalah penelitian kausal yang bertujuan untuk mengukur hubungan antara variabel atau untuk menganalisa bagaimana pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya (Umar 2008). Pendekatan



dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sedangkan metode pengumpulan data adalah metode *survey* dan kuesioner. Metode *survey* adalah pengumpulan data primer yang diperoleh langsung dari sumber asli (Ghozali 2016). Menurut Sanusi (2011, 105), pengumpulan data dapat dilakukan dengan beberapa cara seperti *survey*, observasi, kuesioner dan dokumentasi. Sugiyono (2012, 135) menyebutkan bahwa kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini, kuisisioner yang dipakai dalam bentuk pertanyaan yang disampaikan kepada para responden untuk diisi, sehingga hasil isian dari responden menjadi tanggapan dan jawaban atas pertanyaan yang diajukan mengetahui laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang mereka ketahui dan rasakan.

Dalam penelitian ini metode pembobotan data kuesioner menggunakan skala dalam bentuk skala *likert*. Nazir (2003, 271) menyebutkan bahwa seperangkat pernyataan yang ada dalam skala merupakan pernyataan logis berhubungan dengan masalah penelitian. Menurut Hadi (1991, 19-20) bahwa modifikasi dari skala *likert* dengan menghilangkan kategori jawaban tengah yaitu *undecided* (ragu-ragu) yang memiliki arti ganda merupakan hal perlu dilakukan, sehingga jika disediakan kategori tersebut maka akan menghilangkan banyak data penelitian, akhirnya dapat mengurangi informasi yang dapat dijangkau dari para responden. Indikator yang digunakan dalam pernyataan kuesioner mewakili variabel religiusitas, persepsi, motivasi dan keputusan memilih perbankan syariah menggunakan pembobotan nilai 1 sampai 5 dengan kriteria sebagai berikut: (1) STS: Sangat tidak setuju; (2) TS: Tidak setuju; (3) KS: Kurang setuju; (4). S: Setuju; (5). SS: Sangat setuju.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2012, 117). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank CIMB Niaga Syariah Kantor Cabang Iskandar Muda Medan. Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil untuk mendapatkan gambaran dari seluruh populasi (Lubis 2018, 116). Menurut Sugiyono (2012, 118) bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* karena populasi yang diteliti *Infinite*. Metode ini dipilih karena populasi yang akan diteliti jumlah serta identitas anggota populasi tidak diketahui. Selain menggunakan *non probability sampling* penelitian ini juga menggunakan *convenience sampling* yakni memilih sampel dengan prosedur mengambil responden berdasarkan cara kebetulan, artinya siapa saja yang kebetulan bertemu dapat digunakan sebagai sampel dengan syarat orang tersebut memenuhi kriteria sampel yang dibutuhkan (Sugiyono 2014, 77), sehingga didapat total sampel sebanyak 96 orang. Adapun beberapa kriteria sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah: (1) Responden berusia di atas 20 tahun dengan harapan responden sudah dapat memutuskan dan menjawab/mengisi angket dengan benar. (2) Responden tidak memiliki hubungan kekerabatan dengan peneliti. (3) Tingkat pendidikan, responden telah mengenyam pendidikan formal minimal SLTA karena tingkat pendidikan memiliki pengaruh terhadap pernyataan sikap responden.



Data dianalisis dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Persamaan regresi yang digunakan adalah menggunakan rumus sebagai berikut:  $Y = a + b_1 (X_1) + b_2 (X_2) + b_3 (X_3) + e$  (Ghozali 2016). Sebelum data diolah maka langkah awal yang dilakukan adalah uji validitas dan reliabilitas serta uji asumsi klasik sebagai syarat pengolahan data dengan regresi, kemudian dilakukan pengujian hipotesis dengan uji t. Pengolahan data menggunakan alat bantu berupa perangkat lunak SPSS.

## HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

### Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil perhitungan sampel penelitian ini adalah sebanyak 96 responden. Dari 96 kuisioner yang disebar, yang kembali hanya sebanyak 61 kuisioner. Responden merupakan nasabah yang memiliki tabungan pada bank CIMB Niaga Syariah. Tingkat pengembalian kuisioner adalah sebesar 64%, jadi jumlah kuisioner cukup rendah pengembaliannya, hal tersebut dikarenakan banyak responden kurang bersedia mengisi kuisioner. Meskipun demikian jumlah kuisioner ini sudah mampu mewakili data untuk digunakan dalam penelitian ini.

Responen penelitian ini dominan laki-laki sebanyak 48 orang (78,7%) dan perempuan sebanyak 13 orang (21,3%). Berdasarkan pendidikan nasabah, didominasi tingkat Strata I (S1) yaitu sebanyak 25 orang (41%), disusul Sekolah Menengah Atas (SMA) sebanyak 19 orang (31,1%), Strata II (S2) sebanyak 14 orang (23%), D3 sebanyak 2 orang (3,3%) dan Strata 3 (S3) sebanyak 1 orang (3,2%). Adapun rentang usia nasabah tersebar paling banyak pada dari rentang usia 31-40 tahun sebanyak 27 orang (44,26%), disusul nasabah yang berusia 19-25 tahun sebanyak 20 orang (32,79%), rentang usia 26-30 tahun sebanyak 9 orang (14,75%), dan rentang usia 40-50 tahun sebanyak 5 orang (8,20%). Sedangkan sebaran responden berdasarkan lama menabung menunjukkan bahwa lama menabung 1 tahun sebanyak 34 orang (55,74%), kemudian lama menabung 2 tahun sebanyak 20 orang (32,79%), lama menabung 3 tahun dan 5 tahun masing-masing 2 orang (3,28%), dan terakhir lama menabung 4, 6, 15 tahun masing-masing 1 orang (1,64%).

Kemudian dari 61 responden 28 orang diantaranya bekerja sebagai pegawai swasta, 13 orang berstatus pelajar/mahasiswa, 12 orang wiraswasta, dan sisanya 8 orang merupakan PNS. Jika merujuk pada besarnya penghasilan, rata-rata responden berpenghasilan ada pada kisaran Rp 1.500.000 – Rp 3.000.000 sebanyak 23 orang (37,7%). Mengenai data tentang darimana responden mendapatkan informasi terkait bank CIMB Niaga Syariah, sebanyak 33 orang (54,1%) mengetahui informasi bank dari teman, kemudian nasabah dapat informasi dari media cetak/elektronik sebesar 15 orang (24,6%) dan terakhir rekomendasi keluarga sebanyak 13 orang (21,3%). Dari data yang didapat bahwa 100% responden yang merupakan nasabah bank CIMB Niaga Syariah beragama Islam.

### Instrumen Penelitian

Tabel 2, 3, 4, dan 5 merupakan persentase hasil jawaban responden berdasarkan dimensi. Pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa variabel religiusitas dikelompokkan kedalam 5 dimensi yaitu iman, Islam, ihsan, ilmu dan amal.



Dimensi iman memiliki nilai presentase sebesar 96,83%, Islam sebesar 92,79%, ihsan sebesar 92,79%, ilmu sebesar 95,74%, dan amal sebesar 93,11%. Pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa variabel persepsi dikelompokkan kedalam 3 dimensi yaitu perhatian, organisasi dan interpretasi. Dimensi perhatian memiliki nilai persentase sebesar 81,31%, organisasi sebesar 82,38%, dan interpretasi sebesar 84,15%. Pada Tabel 4 bisa dilihat bahwa variabel motivasi dikelompokkan kedalam 3 dimensi yaitu kebutuhan, dorongan dan tujuan. Dimensi kebutuhan memiliki nilai presentase sebesar 86,67%, dorongan sebesar 85,86%, dan tujuan sebesar 87,87%. Pada Tabel 5 dapat dilihat bahwa variabel keputusan memilih dikelompokkan kedalam 2 dimensi yaitu internal dan eksternal. Dimensi internal memiliki nilai persentase sebesar 84,02% dan eksternal sebesar 84,59%.

**Tabel 2 Variabel Religiusitas**

Dimensi	Instrumen	Total Score	Standar	Persentase
Iman	3	886	915	96,83
Islam	2	566	610	92,79
Ihsan	1	283	305	92,79
Ilmu	3	876	915	95,74
Amal	1	305	1240	93,11
<b>Total</b>	<b>10</b>			

Sumber: data primer (diolah)

**Tabel 3 Variabel Persepsi**

Dimensi	Instrumen	Total Score	Standar	Persentase
Perhatian	3	744	915	81,31
Organisasi	4	10005	1220	82,38
Interpretasi	3	770	915	84,15
<b>Total</b>	<b>10</b>			

Sumber: data primer (diolah)

**Tabel 4 Variabel Motivasi**

Dimensi	Instrumen	Total Score	Standar	Persentase
Kebutuhan	3	793	915	86,67
Dorongan	3	782	915	85,86
Tujuan	4	1072	1220	87,87
<b>Total</b>	<b>10</b>			

Sumber: data primer (diolah)

**Tabel 5 Variabel Keputusan Memilih**

Dimensi	Instrumen	Total Score	Standar	Persentase
Internal	4	1025	1220	84,02
Eksternal	6	1548	1830	84,59
<b>Total</b>	<b>10</b>			

Sumber: data primer (diolah)

### Uji Validitas

Uji validitas dapat menggunakan uji signifikansi dengan cara membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* (df) = n-2 jika



$r_{hitung} > r_{tabel}$  maka data dikatakan valid sebaliknya tidak valid (Ghozali 2016). Nilai  $r_{tabel}$  didapatkan dari nilai  $df$  dan  $\alpha$ . Jumlah sampel sebanyak 61 orang, maka besarnya  $df$  diperoleh  $61-2 = 59$  dan  $\alpha$  5%. Sehingga dengan nilai  $df = 59$  dan  $\alpha$  5%, jika dilihat pada tabel distribusi  $r$  maka nilai  $r_{tabel}$  didapat sebesar 0,252. Berdasarkan hasil uji validitas didapat nilai  $r_{hitung}$  variabel religiusitas terendah 0,811 dan tertinggi 0,956, nilai variabel persepsi terendah 0,724 dan tertinggi 0,859, nilai variabel motivasi terendah 0,648 dan tertinggi 0,874, nilai variabel keputusan memilih terendah 0,800 dan tertinggi 0,935. Sehingga nilai  $r_{hitung}$  keempat variabel  $> 0,252$ , maka data dapat dikatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Uji reabilitas menggunakan uji *cronbach's alpha* dimana suatu variable dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha*  $> 0,70$  (Ghozali 2016). Tabel 6 menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki nilai *cronbach's alpha* 0,981, variabel persepsi memiliki nilai *cronbach's alpha* 0,957, variabel motivasi memiliki nilai *cronbach's alpha* 0,959, variabel keputusan memilih menunjukkan nilai *cronbach's alpha* 0,968, Sehingga nilai *cronbach's alpha* keempat variabel  $> 0,70$ , maka data dapat dikatakan reliabel.

**Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha
Religiusitas	0,981
Persepsi	0,957
Motivasi	0,959
Keputusan Memilih	0,968

Sumber: data primer (diolah)

### Uji Normalitas

Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan analisis grafik dan pengujian statistik. Pengujian dengan statistik menggunakan *non parametric test kolmogorov smirnov* (Ghozali 2016). Pengujian ini merujuk pada nilai *kolmogorov smirnov* dimana jika memiliki probabilitas lebih besar dari 0,05 maka variabel tersebut berdistribusi normal (Ghozali 2016). Kemudian berdasarkan grafik Ghozali (2016) menyatakan bahwa jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dari hasil uji *kolmogorov smirnov* didapat nilai probabilitas *kolmogorov smirnov* sebesar 0,414, berarti nilai  $0,414 > 0,05$ , sehingga data berdistribusi normal. Berdasarkan Gambar 1 dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya tidak menjauh dari garis diagonal dengan demikian dapat dikatakan bahwa model regresi sudah memenuhi asumsi normalitas.

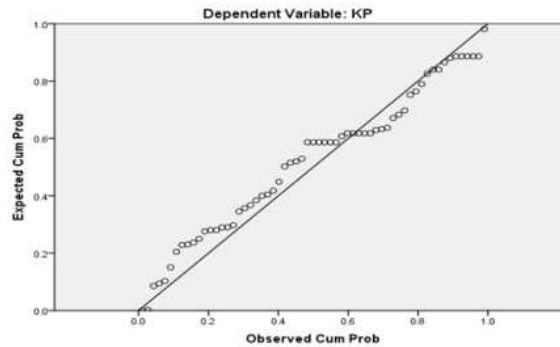
### Uji Heterokedastisitas

Pengujian heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka



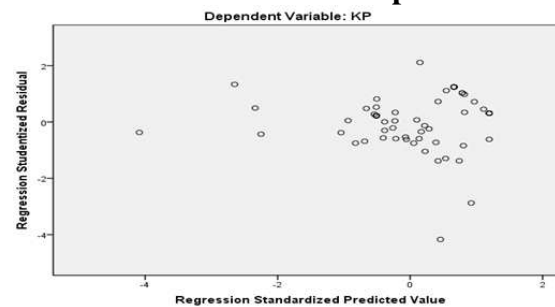
mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas (Ghozali 2016). Berdasarkan Gambar 2 dapat dilihat bahwa tidak ada suatu pola tertentu dan bersifat acak, sehingga bisa dikatakan bahwa data terbebas dari gejala heterokedastisitas.

**Gambar 1 P-Plot**



Sumber: output SPSS

**Gambar 2 Scatterplot**



Sumber: output SPSS

### Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Alat ukur yang sering digunakan untuk mengukur ada tidaknya variabel yang berkorelasi menggunakan alat uji atau deteksi *variance inflation factor (VIF)*. Dimana nilai *VIF* tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1 (Ghozali 2016). Pada Tabel 7 terlihat bahwa dari variabel independen tersebut nilai *VIF* tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* tidak kurang dari 0,1, sehingga dapat dikatakan dalam model regresi ini tidak ada masalah multikolinearitas.

**Tabel 7 Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Tolerance	VIF
Religiusitas	0,495	2,020
Persepsi	0,315	3,172
Motivasi	0,321	3,118

Sumber: data primer (diolah)

### Regresi Linear Berganda

Merujuk pada hasil perhitungan regresi pada Tabel 8, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:  $Y = a + b_1 (X_1) + b_2 (X_2) + b_3 (X_3) + e = 2,233 - 0,037 X_1 + 0,259 X_2 + 0,714 X_3 + e$ . Berdasarkan persamaan tersebut



maka diperoleh hasil nilai konstansta sebesar 2,233 Nilai konstansta ini dapat dimaknai bahwa variabel religiusitas (X1), persepsi (X2), dan motivasi (X3) tidak mempengaruhi variabel keputusan memilih (Y) jika bernilai nol, maka rata-rata keputusan memilih akan bernilai 2,233. Hasil perhitungan koefisien regresi menunjukkan variabel religiusitas (X1) menunjukkan nilai negatif, dengan demikian hasil koefisien regresi ini menyatakan terdapat hubungan yang bertolak belakang antara religiusitas dengan keputusan memilih (Y). Nilai koefisien regresi religiusitas sebesar -0,037 dapat diinterpretasikan bahwa setiap religiusitas naik 1 tingkat justru semakin menurunkan keputusan memilih bank syariah. Hasil koefisien regresi variabel persepsi (X2) bernilai positif yakni sebesar 0,259 yang berarti jika persepsi (X2) naik 1 tingkat maka keputusan memilih (Y) akan meningkat sebesar 0,259 kali. Perhitungan untuk variabel motivasi menunjukkan hasil sebesar 0,714 yang berarti bahwa jika motivasi (X3) naik 1 tingkat maka akan meningkatkan keputusan memilih (Y) sebesar 0,714 kali. Hasil perhitungan ini dapat dimaknai terdapat hubungan yang searah antara persepsi (X2), motivasi (X3) terhadap keputusan memilih (Y).

**Tabel 8 Hasil Uji Hipotesis**

<i>Model</i>	<i>B</i>	<i>Beta</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
<i>(Constant)</i>	2,233	-	0,650	0,519
Religiusitas (H1)	-0.037	-0,040	-0,427	0,671
Persepsi (H2)	0,259	0,216	1,844	0,070
Motivasi (H3)	0,714	0,712	6,123	0,000
<i>F</i>			57,940	0,000
<i>Adjusted R Square</i>			0,740	

Sumber: data primer (diolah)

### Uji Hipotesis

Pengaruh secara parsial antara variabel independen dengan variabel dependen dapat diukur menggunakan nilai  $t_{hitung}$  dan signifikansi (*sig.*). Jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  atau nilai *sig.* lebih kecil dari  $\alpha$  ( $5\% = 0,05$ ) maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis secara parsial dibutuhkan nilai  $t_{tabel}$ , dimana nilai  $n=61$ ;  $k=4$ ;  $\alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$ ;  $df = n-k = 61-4 = 57$ , jika dilihat pada distribusi tabel t didapat nilai  $t_{tabel} = 2,002$ . Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat bahwa hasil pengujian hipotesis pertama (H1) memiliki nilai  $t_{hitung} = -0,427$  dan *sig.* = 0,671, berarti nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-0,427 < 2,002$ ) dan nilai *sig.*  $> 0,05$  ( $0,671 > 0,05$ ) sehingga hipotesis pertama (H1) ditolak. Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) memiliki nilai  $t_{hitung} = 1,844$  dan *sig.* = 0,070, berarti nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1,844 < 2,002$ ) dan nilai *sig.*  $> 0,05$  ( $0,070 > 0,05$ ) sehingga hipotesis kedua (H2) diterima. Hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) memiliki nilai  $t_{hitung} = 6,123$  dan *sig.* = 0,000, berarti nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,123 > 2,002$ ) dan nilai *sig.*  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) sehingga hipotesis ketiga (H3) diterima.

Pada Tabel 8 dapat dilihat bahwa nilai signifikan (*sig.*) dari uji F sebesar 0,000, jika nilai *sig.*  $< \alpha$  ( $5\% = 0,05$ ) maka dapat dikatakan bahwa secara serempak variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali 2016). Berarti nilai *sig.*  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), dengan demikian model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi keputusan memilih nasabah kepada



CIMB berdasarkan masukan dari variabel religiusitas, persepsi dan motivasi. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa secara serempak religiusitas, persepsi dan motivasi mempengaruhi keputusan memilih nasabah untuk menabung di bank CIMB Niaga Syariah Medan. Koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai *Adjusted R Square* = 0,740 atau = 74%, sehingga kemampuan variabel religiusitas, persepsi dan motivasi dalam memprediksi keputusan memilih adalah sebesar 74% dan sisanya sebesar 26% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

### **Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah**

Variabel religiusitas dikelompokkan dalam 5 dimensi yaitu: iman, Islam, ihsan, ilmu dan amal. Pada Tabel 2 dapat dilihat bahwa semua dimensi menunjukkan persentase yang baik, berada diatas 80%. Hal ini menggambarkan bahwa semua responden memiliki tingkat religiusitas yang tinggi. Tetapi hasil hipotesis pertama (H1) yaitu ditolak, yang artinya tidak ada pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Pada Tabel 8 dapat dilihat bahwa nilai koefisien dari hipotesis adalah negatif, hal ini dapat dimaknai bahwa ketika religiusitas naik maka akan menurunkan keputusan memilih. Tingginya nilai religiusitas responden berbanding terbalik dengan keputusan memilih bank syariah. Sehingga religiusitas bukan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan memilih bank syariah karena semakin tinggi tingkat religiusitas nasabah maka akan semakin menurunkan tingkat keputusan memilih bank syariah. Keputusan memilih nasabah untuk menabung diduga karena adanya perintah pihak ketiga seperti pemberi kerja yang mensyaratkan membuka rekening pada bank CIMB Niaga Syariah Medan. Dugaan ini mengacu pada data demografi dimana hasil informasi yang didapatkan dari 33 orang (54,1%) diantaranya mengetahui tentang bank CIMB Niaga dari teman. Teman disini dimaknai tuntutan dari pemberi kerja.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Rivai et al. (2006); Abhimantra, Maulina, and Agustianingsih 2013; Rohmadi, Nurbaiti, and Junaidi (2016); Syafarani (2016); Zuhirsyan and Nurlinda (2018); Harahap (2020) yang menemukan terdapat pengaruh religiusitas terhadap keputusan memilih. Kemudian hasil penelitian ini sejalan dengan Fitria and Artanti (2020) yang menemukan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih.

### **Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah**

Dimensi yang membangun variabel persepsi terdiri dari perhatian, organisasi dan interpretasi. Dimensi perhatian merupakan kemudahan yang diberikan pihak bank serta menunjukkan kehalalan produknya tanpa unsur riba. Pada Tabel 3 dapat dilihat bahwa dari semua dimensi persepsi menunjukkan nilai presentase yang baik yaitu diatas 80%. Hal ini menggambarkan bahwa semua responden memiliki persepsi yang tinggi terhadap bank. Tetapi hasil hipotesis kedua (H2) yaitu diterima, yang berarti tidak ada pengaruh persepsi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Hal ini dapat dimaknai bahwa ketika persepsi meningkat maka tidak akan berpengaruh terhadap peningkatan keputusan memilih, sehingga persepsi bukan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan memilih bank syariah.



Persepsi merupakan pandangan nasabah terhadap bank syariah sesuai dengan pendapat yang dipikirkan. Pandangan nasabah ini meliputi perhatian, organisasi dan interpretasi yang mereka ingin dapatkan dari sebuah bank syariah. Persepsi yang nasabah miliki menjadi motif kuat bagi mereka dalam memutuskan memilih, semakin baik persepsi mereka atas suatu objek maka akan semakin kuat keinginan untuk memilih. Pada Tabel 8 nilai koefisien hipotesis menunjukkan nilai positif, artinya jika makin tinggi persepsi nasabah maka akan meningkatkan keputusan untuk memilih bank syariah. Tetapi nilai  $t_{hitung}$  berada di bawah nilai  $t_{tabel}$ , sehingga dapat dimaknai bahwa tidak terdapat pengaruh antara persepsi nasabah terhadap keputusan memilih bank syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Gampu, Kawet, and Uhing (2015); Rohmadi, Nurbaiti, and Junaidi (2016); Zuhirsyan and Nurlinda (2018) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh persepsi terhadap keputusan memilih bank syariah. Akan tetapi hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Harahap (2020) yang menyatakan bahwa persepsi berpengaruh terhadap keputusan memilih.

### **Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah**

Variabel motivasi terdiri dari dimensi kebutuhan, dorongan dan tujuan. Pada Tabel 4 dapat dilihat bahwa semua dimensi motivasi menunjukkan persentase yang baik, berada diatas 80%. Hal ini menggambarkan bahwa semua responden memiliki motivasi yang tinggi dalam memilih bank syariah. Dimana hasil hipotesis ketiga (H3) diterima, yang berarti terdapat pengaruh positif motivasi terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Dimensi kebutuhan terdiri dari indikator-indikator yang terkait dengan motivasi nasabah memilih bank CIMB Niaga Syariah seperti kebutuhan diri sendiri, pemenuhan kebutuhan dan kebutuhan dukungan. Dimensi dorongan menjadi unsur yang kuat bagi nasabah dalam memilih seperti dorongan dari teman, kerabat dan tetangga yang menggunakan produk bank CIMB Niaga Syariah serta dorongan yang berasal dari ketertarikan promosi yang ditawarkan bank CIMB Niaga Syariah, misal jenis produk yang bervariasi.

Hasil penelitian ini mendukung temuan dari Huriartanto, Hamid, and Shanti (2015); Iqbal, Hamid, and Mastura (2019) yang menyatakan bahwa motivasi merupakan variabel yang dominan dalam keputusan memilih, namun hasil temuan berbeda diperoleh dari penelitian Gampu, Kawet, and Uhing (2015) yang menyatakan bahwa motivasi tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih.

### **KESIMPULAN**

Penelitian ini menemukan bahwa religiusitas, persepsi dan motivasi secara serempak berpengaruh terhadap keputusan memilih perbankan syariah. Namun, secara parsial penelitian ini menemukan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih perbankan syariah. Selanjutnya persepsi nasabah juga tidak berpengaruh terhadap keputusan memilih perbankan syariah. Kemudian motivasi berpengaruh positif terhadap keputusan memilih perbankan syariah.

Dimensi dorongan merupakan salah satu pemicu yang menjadi motivasi nasabah dalam memilih perbankan syariah. Dorongan yang terdiri dari dorongan



dari teman, kerabat, tetangga yang menggunakan produk bank CIMB Niaga Syariah serta dorongan yang berasal dari ketertarikan dari promosi yang ditawarkan bank CIMB Niaga Syariah seperti jenis produk yang bervariasi menjadi salah satu indikator menyebabkan nasabah tertarik dalam memilih bank syariah CIMB Niaga Medan.

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan bank CIMB Niaga Syariah Medan lebih gencar lagi dalam menawarkan produk yang menarik untuk nasabah sehingga nasabah makin tertarik untuk memilih bank CIMB Niaga Syariah sebagai tempat menyimpan dananya. Disamping itu untuk menimbulkan rasa percaya nasabah terhadap bank CIMB Niaga Syariah, diharapkan bank CIMB Niaga Syariah dapat menjadi bank syariah yang mandiri bukan hanya sebatas unit usaha syariah dari bank CIMB Niaga induk. Kemudian penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel lain seperti kesehatan bank, promosi, pengetahuan dan lain-lain, karena masih ada ruang penelitian sebesar 26% yang mungkin memiliki nilai yang kuat untuk memilih bank syariah, serta membandingkan antara bank syariah yang dikelola pemerintah dengan bank syariah swasta atau asing.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abhimantra, Anangadipa, Andisa Rahmi Maulina, and Eka Agustianingsih. 2013. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah". *Jurnal Elektronik* 5, 170-177. <https://ejournal.gunadarma.ac.id/index.php/pesat/article/view/1179>.
- Achmat, Zakarija. 2010. *Theory Of Planned Behavior, Masihkah Relevan?* Universitas Muhammadiyah Malang. <https://www.academia.edu/download/33025053/Theory-of-Planned-Behavior-masihkah-relevan1.pdf>.
- Ancok, Jamaludin, and Fuad Anshari Suroso. 2008. *Psikologi Islam: Solusi Islam Atas Problema-Problema Sikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, Saifuddin. 2011. *Sikap dan Perilaku Dalam: Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Donald, Frederick J. Mc. 1959. *Educational Psychology*. Tokyo: Overseas Publications.
- Fauzan, Fauzan. 2013. "Pengaruh Religiusitas Terhadap Etika Berbisnis (Studi pada RM. Padang di Kota Malang)". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 15 (1), 53-64. <https://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/18665>.
- Fitria, Sarah, and Yessy Artanti. 2020. "Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian". *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam* 8 (1), 37-48. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i1.6732>.
- Gampu, Anggita Novita, Lotje Kawet, and Yantje Uhing. 2015. "Analisis Motivasi, Persepsi, Dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih PT. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado". *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 3 (3), 1330-1340. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/10416>.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (VIII)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.



- Hadi, Sutrisno. 1991. *Statistik dalam Basic Jilid I*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Hamalik, Oemar. 2001. *Proses Belajar Mengajar*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hanik, Siti Umi, and Jati Handayani. 2014. "Keputusan Nasabah Dalam Memilih Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri)". *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Perbankan Indonesia* 22 (2), 188-202. <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/jabpi/article/view/610>.
- Harahap, Tiara Sulaikha Rohimi. 2020. "Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Produk Gadai Emas Di PT Bank Syariah Mandiri Kcp Medan Iskandar Muda". *Al-Infraq: Jurnal Ekonomi Islam* 11(1), 1-21. <https://doi.org/10.32507/ajei.v11i1.493>
- Huriartanto, Aditya, Djahmur Hamid, and Pravissi Shanti. 2015. "Pengaruh Motivasi dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat (Survey Pada Konsumen Terminal Tiket Malang)". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 28 (1), 1-9. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1141>.
- Iqbal, Muhammad, Abdul Hamid, Mastura Mastura. 2019. "Pengaruh Motivasi Perilaku dan Pemahaman Terhadap Keputusan Masyarakat dalam Memilih Bank Syariah di Aceh Tamiang". *Jurnal Investasi Islam* 4 (2), 153-165. <https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/jii/article/view/1372>.
- Krech, David. 1951. *Cognition and Motivation in Psychological Theory*. In W. Dennis, R. Leeper, H. F. Harlow, J. J. Gibson, D. Krech, D. M. Rioch, W. S. McCulloch, H. Feigl, & Dept of Psychology, *Current trends in psychological theory* (pp. 111-139). University of Pittsburgh Press. <https://doi.org/10.1037/11318-005>.
- Lubis, Mayang Sari. 2018. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Metawa, Saad. A., and Mohammed Almosawi. 1998. "Banking Behavior of Islamic Bank Customers: Perspectives and Implications". *International of Bank Marketing* 16 (7), 299-313. <https://doi.org/10.1108/02652329810246028>.
- Nasoetion, Andi Hakim, Arief Rachman, Azyumardi Azra, Dadang Hawari, Djameluddin Ancok, Emil Salim, Fawziah Aswin Hadis, Mutahar Mutahar, Husni Rahim, Melly Budiman, Nurcholish Madjid, Utami Munandar, and Zakiah Daradjat. (2001). *Pendidikan Agama dan Akhlak Bagi Anak dan Remaja*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu.
- Nasrullah, Muhammad. 2015. "Islamic Branding, Religiusitas Dan Keputusan Konsumen Terhadap Produk". *Jurnal Hukum Islam* 13 (2), 79-87. <http://e-journal.iainpekalongan.ac.id/index.php/jhi/article/view/487>.
- Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nurlinda, Nurlinda, and Muhammad Zuhirsyan. 2020. "Mengapa Memilih Bank Syariah? (Sebuah Kajian Dari Persepsi Nasabah Non-Muslim)". *Bisma Cendikia: Jurnal Bisnis, Manajemen & Akuntansi* 1 (1), 1-14. <http://ojs.politeknikcendana.ac.id/index.php/bisma/article/view/9>.
- Rivai, Harif Amali, Niki Lukviarman, Syafrizal Syafrizal, Syukri Lukman, and Fery Andrianus. 2006. "Identifikasi Faktor Penentu Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Perbankan: Bank Syariah vs Bank Konvensional". *Kerjasama Bank Indonesia Dan Center for Banking Research Universitas Andalas* 1-17.



- [https://www.researchgate.net/publication/322213575\\_Identifikasi\\_Faktor\\_Penentu\\_Keputusan\\_Konsumen\\_Dalam\\_Memilih\\_Jasa\\_Perbankan\\_Bank\\_Syariah\\_VS\\_Bank\\_Konvensional](https://www.researchgate.net/publication/322213575_Identifikasi_Faktor_Penentu_Keputusan_Konsumen_Dalam_Memilih_Jasa_Perbankan_Bank_Syariah_VS_Bank_Konvensional).
- Rohmadi, Rohmadi, Nurbaiti Nurbaiti, and Junaidi Junaidi. 2016. “Analisi Faktor Penentu Keputusan Nasabah dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional di Kota Bengkulu”. *MUNHAJ: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 4 (3), 283-290. <https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/manhaj/article/view/192>.
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarwono, Sarlito Wirawan. 2004. *Psikologi Remaja*. Jakarta: CV Rajawali.
- Sugiyono, Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugioyono, Sugioyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suhardiyanto, HJ. SJ. 2001. Pendidikan Religiositas sebagai Ganti Pendidikan Agama (Usaha Terobosan Pendidikan Humaniora). Yogyakarta: LPKP Puskat.
- Sunyoto, Agus. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: IPWI.
- Syafarani, Yoiz Shofwa. 2016. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto”. *el-JIZYA: Jurnal Ekonomi Islam* 4 (1), 189-217. <https://doi.org/10.24090/ej.v4i1.2016.pp189-215>.
- Syaltut, Mahmud. 1994. *Akidah dan Syari’ah Islam*, Terjemahan Fachruddin HS. Jakarta: Bumi Aksara.
- Thoha, Miftah. 2010. *Perilaku Organisasi, Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Umar, Husein. 2008. *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Zuhirsyan, Muhammad, and Nurlinda Nurlinda. 2018. “Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah”. *AL-AMWAL: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah* 10 (1), 48-62. <https://dx.doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2812>.

