



IKHTISAR JURNAL PENGETAHUAN ISLAM

<http://ojs.iaisumbar.ac.id/index.php/ikhtisar/index>

Vol. 1, No.1, April 2021, pp.25-38



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MASYARAKAT DALAM BERTRANSAKSI DENGAN BANK SYARIAH MANDIRI PARIAMAN

Syamsurizal,¹ Abdur Rahim A,² Anisa Marseli,³ dan Desi Suwarni⁴

^{1,2,3,4}Institut Agama Islam Sumatera Barat (IAI SUMBAR) Pariaman

¹syamsurizal.tandikek@gmail.com, ²rahimabdul22a@gmail.com,

³icaanisa29@gmail.com dan ⁴suwarnidesi8@gmail.com

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima: 26 Maret 2021

Direvisi: 1 April 2021

Dipublikasikan: 30 April 2021

Keyword:

The Influence of Service Quality and Religiosity, the Community in Transactions and Bank Syariah Mandiri Pariaman.

Pengaruh, Kualitas Pelayanan, Religiusitas, Bank Syariah Mandiri Pariaman.

Abstract

This study supports the three alternative hypotheses developed that prove that service quality and religiosity simultaneously (together) have a significant effect on people's decisions about making transactions at Bank Syariah Mandiri, Pariaman Branch. This study aims to determine the factors that influence public decisions to transact at Bank Mandiri Syariah Pariaman, which is limited to the quality of service and religiosity. The population in this study were customers of Bank Syariah Mandiri Pariaman with a total sample size of 60 respondents. Where the sampling technique used is accidental sampling. In order to test the hypothesis, the t, f and r tests were carried out. The results showed that the factors of service quality and religiosity have an effect on people's decisions in making transactions at Bank Syariah Mandiri Pariaman. The contribution of the influence of service quality and religiosity variables on people's decisions to transact at Bank Syariah Mandiri Pariaman is 33.4%, while the rest (100% -33.4% = 66.6%) is the influenced by other variables that are not included in this research model.

Abstrak

Penelitian ini mendukung ketiga hipotesis alternatif yang dikembangkan membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan religiusitas secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Cabang Pariaman. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat bertransaksi pada Bank Mandiri Syariah Pariaman, yang dibatasi pada kualitas pelayanan dan religiusitasnya. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri Pariaman dengan jumlah sampel yang dibutuhkan dalam analisis berjumlah 60 responden. Dimana teknik pengambilan sampel yang dipakai adalah accidental sampling. Dalam rangka pengujian hipotesis, dilakukan uji t, f dan r. hasil penelitian didapat bahwa faktor kualitas pelayanan dan religiusitas berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam bertransaksi pada Bank Syariah Mandiri Pariaman. Sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap keputusan masyarakat bertransaksi pada Bank Syariah Mandiri Pariaman sebesar 33,4%, sedangkan sisanya (100%-33,4% = 66,6%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

PENDAHULUAN

Bank syariah merupakan bank yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah, dengan sumber utama Alquran dan Hadist yang ditafsirkan oleh ulama (Ifham,2015:1-2). Usman Rachmadi (2015:120-121) memaparkan bahwa tujuan perbankan syariah tersebut sesuai dengan prinsip ekonomi syariah yang menekankan kesatuan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kebebasan (*freewill*) dan tanggungjawab (*responsibility*). Berbeda dengan bank konvensional yang mengejar keuntungan melalui sistem bunga dan tidak mempunyai fungsi sosial, bank syariah memiliki dwifungsi dimasyarakat yaitu menjalankan fungsi menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat, tetapi bank syariah juga memiliki fungsi sosial. Selain itu meskipun bank syariah berjalan sesuai syariat islam, hal tersebut tidak lantas membatasi agama non islam dalam bertransaksi maupun bekerja dalam lembaga yang menganut dasar-dasar islamini. System ekonomi dan keuangan ini tidak terikat pada keyakinan (akidah) dan ibadah kepada Tuhan Yang Maha Esa.

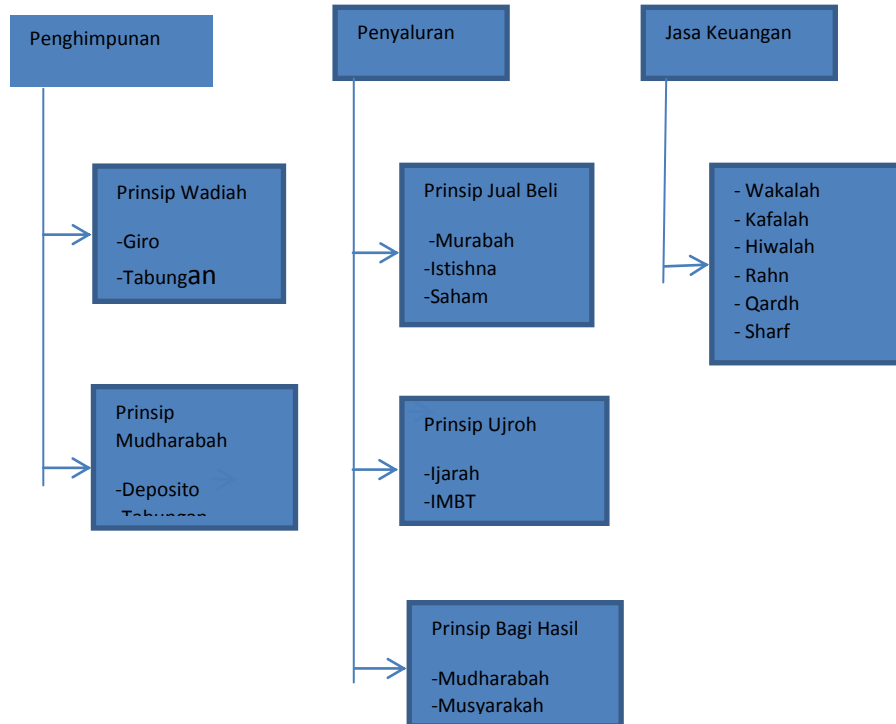
Bank syariah adalah sistem yang dapat dijalankan siapapun apalagi dari sisi nasabah sehingga seseorang dengan agama apapun dapat menjadi nasabah atau pegawai asalkan mengikutip prosedur yang berlaku di Bank Syariah (Ifham2015:10-11).

Bank Syariah lahir sebagai salah satu alternatif terhadap persoalan bunga Bank, karena Bank Syariah merupakan lembaga keuangan perbankan yang beroperasi dan produknya dengan prinsip dasar tanpa menggunakan sistem bunga dengan menawarkan system lain yang sesuai dengan syariah Islam.

Bagi Bank Konvensional bunga merupakan hal penting untuk menarik para investor menginvestasikan modalnya pada suatu Bank. Semakin tinggi tingkat bunganya semakin tertarik para investor menabung. Tingkat suku bunga merupakan unsur penting dalam sistem perbankan konvensional. Bank Syariah yang bekerja menggunakan sistem non bunga melalui transaksi dengan menggunakan sistem misalnya *profitandloss sharing* yaitu bagi hasil. Keuntungan dan kerugian yang terjadi ditanggung oleh kedua belah pihak yaitu *mudharib* dan *shahib al-maal*.

Hadirnya Bank Syariah dewasa ini menunjukkan kecenderungan semakin membaik. Produk-produk yang dikeluarkan Bank Syariah cukup variatif, sehingga mampu memberikan pilihan atau alternative bagi calon nasabah untuk memanfaatkannya. Dari survei yang pernah dilakukan, kebanyakan Bank Syariah masih mengedepankan produk dengan akad jual beli, diantaranya adalah *Murabahah* dan *Al-Bai'u Bithaman Ajil*. Padahal sebenarnya Bank Syariah memiliki produk unggulan yang merupakan produk khas dari Bank Syariah yaitu *al-Musyarakah* dan *al-Mudharabah*. Berikut ini produk dan jasa perbankan syariah yang ditawarkan oleh perbankan di Indonesia.

Gambar 1.1



Keputusan merupakan salah satu hal yang penting bagi perusahaan. Keputusan adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa, berarti keputusan merupakan pilihan yaitu pilihan dari dua atau lebih kemungkinan. Didalam dunia perbankan sendiri keputusan nasabah juga merupakan hal yang penting. Keputusan nasabah adalah hal sesuatu yang diputuskan konsumen untuk memutuskan pilihan atas tindakan pembelian barang atau jasa atau suatu keputusan setelah melalui beberapa proses yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi dan melakukan evaluasi alternatif yang menyebabkan timbulnya keputusan.

Menurut Lestari (2015: 8) Religiusitas merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu didalam hati. Maka religiusitas digambarkan dalam dalam berbagai aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimanapun cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan baik didunia maupun diakhirat. Keberagamaan atau *religiusitas* seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya. Bukan hanya berkaitan dengan kegiatan yang tampak dan dapat dilihat dengan mata, tetapi juga aktivitas yang tidak tampak dan terjadi pada diri seseorang (Sahlan,2011: 41). Berdasarkan sikap ini maka manusia dalam melakukan suatu aktivitas sesuai dengan ketentuan agama, sesuai dengan perintah Tuhannya dengan tujuan mendapat keridhaan-Nya.

Salah satu perusahaan perbangkan syariah di Kota Pariaman yaitu Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Pariaman yang berdiri pada tanggal 22 Juni 2009 yang operasionalnya berdasarkan Rencana Kerja Anggaran Perusahaan (RKAP) tahun 2008-2009 tentang penambahan outlet jaringan.

Berdasarkan pengamatan peneliti, Bank Syariah Mandiri di Kota Pariaman selalu sepi kunjungan dari nasabah. Peneliti berkesimpulan bahwa karena pelayanan produk yang diberikan kepada nasabah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional yang ada di kota Pariaman, sehingga nasabah di Kota Pariaman banyak yang memilih bank konvensional (sumber dari wawancara nasabah Bank Mandiri Syariah). Hal ini berbanding terbalik dengan data yang diperoleh penulis mengenai jumlah nasahan yang tercatat pada Bank Mandiri Syariah pada tabel dibawah ini.

Tabel 1
Perkembangan Jumlah Nasabah Bank Syariah Mandiri Pariaman

Produk	2014	2015	2016	2017	2018
Tabungan	13.094	14.549	16.166	17.963	19.959
Giro	75	83	92	103	115
Deposito	73	81	90	100	111
Total	13.242	14.713	16.348	18.166	20.185

Pada tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan sebesar 11% jumlah nasabah Bank Syariah Mandiri dari tahun 2014-2018 yang menandakan bahwa terjadi perkembangan yang cukup baik pada jumlah nasabah.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri Pariaman dengan jumlah sampel yang dibutuhkan dalam analisis berjumlah 60 responden. Dimana teknik pengambilan sampel yang dipakai adalah accidental sampling. Dalam rangka pengujian hipotesis, dilakukan uji t, f dan r. metode pengumpulan sampel yang digunakan sensus artinya dalam hal ini peneliti melakukan observasi secara langsung ke lapangan dan menyebarkan angket dalam memperoleh informasi dari seluruh responden yang menjadi target sampel. Penelitian ini dilaksanakan di Bank Syariah Mandiri Cabang Pariaman, Jalan Hos Cokroaminoto, Simpang Paluang Kota Pariaman, mayoritasberagama Islam dan merupakan sebuah potensi besar dalam pengembangan lembaga Keuangan Syariah selain hal ini system pemerintahan juga sangat mendukung adanya sistem Keuangan Syariah yang ada di Kota Pariaman yang mana letak geografisnya sangat mendukung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Lahirnya Bank Syariah Pertama di Indonesia

Di Indonesia pelopor Perbankan Syariah adalah Bank Muamalat Indonesia. Berdiri tahun 1991, Bank ini diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan

pemerintah serta dukungan dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan beberapa Pengusaha Muslim. Pada saat pertama didirikan terkumpul komitmen pembelian saham sebesar Rp 84 Miliar dan pada tanggal 3 Nopember 1991 dalam acara silaturahmi Presiden di Istana Bogor, dapat dipenuhi dengan total komitmen modal disetor awal sebesar Rp 106.126.382.000. Dengan modal awal tersebut, pada tanggal 01 Mei 1992, BMI mulai beroperasi, namun masih menggunakan UU No. 7 tahun 1992, dimana pembahasan perbankan dengan sistem bagi hasil diuraikan hanya sebatas lalu. BMI sampai September 1999, telah memiliki lebih 45 outlet yang tersebar di Jakarta, Bandung, Semarang, Balikpapan dan Makasar.

Bank ini sempat terimbas oleh krisis moneter pada akhir tahun 90-an sehingga ekuitasnya hanya tersisa sepertiga dari modal awal. IDB kemudian memberikan suntikan dana kepada Bank ini dan pada periode 1999-2002 akhirnya dapat bangkit dan menghasilkan laba. Saat ini keberadaan Bank Syariah di Indonesia telah diatur dalam Undang-undang yaitu UU No. 10 tahun 1998 tentang Perubahan UU No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan.

Dan akhirnya, pada tahun 2008, keluarlah UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang melengkapi minimnya regulasi perbankan syariah selamaini. Undang-Undang ini mengatur beberapa ketentuan baru di bidang perbankan syariah, antara lain otoritas fatwa dan komite Perbankan Syariah, Pembinaan dan Pengawasan Syariah, pemilihan dewan pengawas syariah (DPS), masalah pajak, penyelesaian sengketa perbankan, dan konversi Unit Usaha Syariah (UUS) menjadi Bank Umum Syariah (BUS). Lalu Undang-undang ini memberikan keleluasaan dalam pengembangan perbankan syariah sehingga memberi peluang besar ke depannya. Keleluasaan itu antar lain adalah :

1. Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) tidak bisa dikonversi menjadi Bank Umum. Sedangkan Bank Umum dapat dikonversi menjadi Bank Syariah (Pasal 5 ayat 7).
2. Bila terjadi penggabungan (merger) atau peleburan (akuisisi) antara Bank Syariah dengan Bank Non Syariah wajib menjadi Bank Syariah (Pasal 17 ayat 2).
3. Bank umum-umum yang memiliki Unit Usaha Syariah (UUS) harus melakukan pemisahan (*spin off*) apabila (Pasal 68 ayat 1), UUS mencapai aset paling sedikit 50 persen dari total nilai aset bank induknya; atau 15 tahun sejak berlakunya UU Perbankan Syariah.

Lalu banyak kegiatan usaha yang tidak dapat dilakukan oleh bank umum namun dapat dilakukan oleh BUS. Di antaranya, bank syariah bisa menjamin penerbitan surat berharga, penitipan untuk kepentingan orang lain, menjadi wali amanat, penyertaan modal, bertindak sebagai pendiri dan pengurus dana pensiun juga menerbitkan, menawarkan serta memperdagangkan surat berharga jangka panjang syariah.

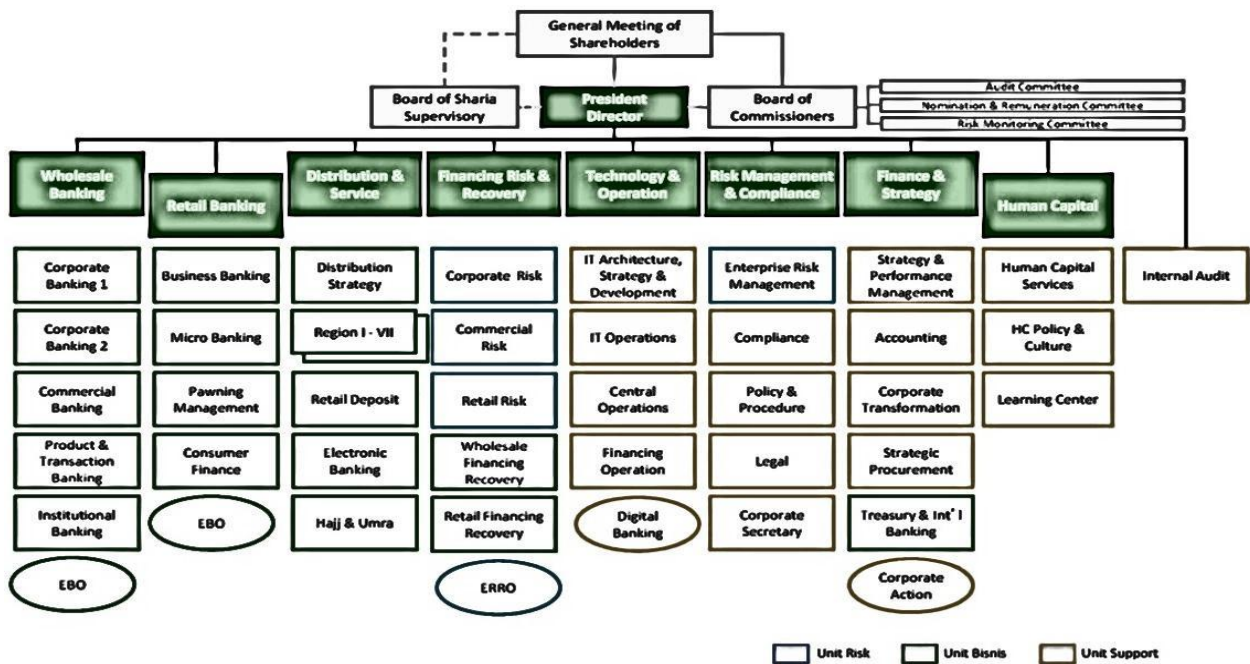
Dan kemudian perbankan syariah dapat menjalankan layanan yang sifatnya sosial. Misalnya menyelenggarakan lembaga baitul mal yang bergerak menerima dan menyalurkan dana zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya kemudian menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat.

Visi dan Misi Bank Mandiri Syariah

Visi Bank Mandiri Syariah adalah “Menjadi Bank Syariah Terpercaya Pilihan Mitra Usaha”. Untuk mencapai keberhasilan visinya PT Bank Mandiri Syariah membangun visi sebagai berikut : 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan yang berkesinambungan, 2) mengutamakan penghimpunan dana consumer dan penyaluran pembiayaan pada segmen UMKM, 3) merekrut dan mengembangkan pegawai profesional dalam lingkungan kerja sehat, 4) mengembangkan nilai-nilai syariah universal, menyelenggarakan operasional bank sesuai standar perbankan yang sehat.

Struktur Organisasi Bank Mandiri Syariah

Struktur organisasi Bank Mandiri Syariah dapat dijelaskan digambarkan sebagai berikut”



Gambar 4.1 Struktur Organisasi BSM

Uji Signifikansi Simultan (Uji –F)

Pertama, Uji F dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan F statistik dengan F tabel dan perbandingan nilai signifikan dalam uji F dengan nilai signifikansi 5%. Dikatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen dan cocok/fit jika nilai F hitung > F tabel dan nilai signifikansi dalam uji F yakni P < 5% Ghozali(2011).

Tabel 2
Hasil Uji F (*Goodness of Fit*)
ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	694.250	4	173.562	6.890	.000 ^a
Residual	1385.484	55	25.191		
Total	2079.733	59			

Berdasarkan Tabel 2 diperoleh nilai F hitung sebesar 6.890 dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Masyarakat melakukan transaksi keuangan di Bank Syariah Mandiri Cabang Pariaman, maka model persamaan regresi masuk dalam kriteria cocok atau *fit*. Untuk Hasil koefisien determinasi (R^2) pada model ini dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3
Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.578 ^a	.334	.285	5.01903

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai *R square* sebesar 0,334. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Religiusitas dapat menjelaskan variasi dari variabel Keputusan Masyarakat melakukan transaksi keuangan di Bank Syariah Mandiri Cabang Pariaman sebesar 33,4%, sedangkan sisanya ($100\% - 33,4\% = 66,6\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian.

Jadi, Dari hasil uji statistic inferensial menggunakan multiple linear regression didapat regresi seperti pada table berikut:

Tabel 4
Hasil Persamaan Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	52.226	14.066		3.713	.000
Kualitas Pelayanan	.330	.126	.316	2.626	.011
Religiusitas	.392	.191	.345	2.052	.045

Dari hasil regresi linear berganda menunjukkan pengaruh Pengetahuan Responden Tentang Bank Syariah, sistem bagi hasil, Kualitas Pelayanan, dan Religiusitas dapat menjelaskan variasi dari variabel Keputusan Masyarakat melakukan transaksi keuangan di Bank Syariah Mandiri Cabang Pariaman yang dapat dirumuskan pada formulasi regresi berikut:

$$Y = 52.226 + 0.330 X_1 + 0.392 X_2 + e$$

Berdasarkan model formulasi regresi di atas dapat diinterpretasikan hasil penelitian ini, bahwa Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_1) = 0.330, ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan masyarakat bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Cabang Pariaman. menunjukkan hubungan positif dengan arti bahwa setiap ada kenaikan satu-satuan variabel kualitas pelayanan maka frekuensi keputusan masyarakat bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Cabang Pariaman akan naik sebesar 0.330 satuan. Sebaliknya setiap ada penurunan satu-satuan sistem bagi hasil maka frekuensi keputusan masyarakat bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Cabang Pariama juga turun sebesar 0.330 satuan dengan anggapan faktor lain konstan. sedangkan Koefisien regresi

variabel religiusitas respondennya (X_2) = 0.392, ini menunjukkan besarnya pengaruh variabel religiusitas responden terhadap keputusan masyarakat bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Cabang Pariaman. menunjukkan hubungan positif dengan arti bahwa setiap ada kenaikan satu-satuan variabel religiusitas responden maka frekuensi keputusan masyarakat bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Cabang Pariaman akan naik sebesar 0.392 satuan. Sebaliknya setiap ada penurunan satu-satuan religiusitas responden maka frekuensi keputusan masyarakat bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Cabang Pariama juga turun sebesar 0.392 satuan dengan anggapan faktor lain konstan.

Kedua, Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian yang merupakan analisis statistik inferensial yang berguna untuk mengetahui apakah variabel bebas menunjukkan pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat sehingga dapat ditarik kesimpulan apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak. Adapun hasil analisis regresi berganda uji t didapatkan sebagai berikut :

Tabel 11
Hasil Uji Hipotesis (uji t)

Model		
	T	Sig.
1 (Constant)	3.713	.000
Kualitas Pelayanan	2.626	.011
Religiusitas	2.052	.045

Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2020

Dari hasil pengolahan data di atas diperoleh nilai t-hitung dengan nilai signifikan < 0,05 untuk variabel bebas adalah pengetahuan responden tentang bank syariah, kualitas pelayanan dan religiusitas, yang artinya ketiga variabel ini memperlihatkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan masyarakat bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Cabang Pariaman dimana nilai signifikan dari ketiga variabel tersebut adalah kecil dari 0.05 yaitu masing-masingnya adalah 0.003, 0.011 dan 0,045. Sedangkan untuk variabel sistem bagi hasil tidak menunjukkan adanya pengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat

bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Cabang Pariaman karena nilai signifikannya lebih besar dari 0.05 yaitu 0.156.

Dari hasil penelitian ini menghasilkan beberapa hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis Pertama

Dari hasil uji t ($\alpha = 0,05$) didapat variabel kualitas pelayanan = 0.011 artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan yang diberikan BSM terhadap keputusan masyarakat bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Cabang Pariaman dimana nilai signifikan kecil dari 0.05 yaitu 0.011.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan Pertiwi (2010) menyatakan daya tanggap yang tinggi mempengaruhi minat nasabah bertransaksi dan Barna (2009) mengatakan bahwa kecepatan dan kesabaran pegawai bank saat melayani mempengaruhi minat nasabah bertransaksi dan Penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fauzi (2010), Efendi (2009), dan Hutabarat (2012) yang menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi di bank syariah.

Hal ini disebabkan karena dengan kualitas pelayanan perbankan yang handal, berkualitas dan cepat tanggap akan meningkatkan keinginan masyarakat untuk memilih bertransaksi di BSM Cabang Pariaman.. Meningkatkan kualitas pelayanan perbankan oleh BSM ini tentu dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk semakin berminat bergabung dengan BSM Cabang Pariaman.

Hipotesis Kedua

Dari hasil uji t ($\alpha = 0,05$) didapat variabel religiusitas responden = 0.045 artinya terdapat pengaruh positif dan cukup signifikan antara religiusitas terhadap keputusan masyarakat bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Cabang Pariaman dimana nilai signifikan kecil dari 0.05 yaitu 0.045. Hal ini disebabkan karena pengetahuan masyarakat tentang Bank Syariah yang cukup baik, didukung pula oleh kualitas pelayanan perbankan yang handal, berkualitas dan cepat tanggap akan meningkatkan keinginan masyarakat untuk memilih bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Cabang Pariaman.

Hipotesis Ketiga

Hipotesis yang ketiga menguji apakah kualitas pelayanan dan religiusitas secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Cabang Pariaman dimana nilai signifikan pada uji F kecil dari 0.05 yaitu 0.000.

Hasil penelitian yang mendukung ketiga hipotesis alternatif yang dikembangkan membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan religiusitas secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Cabang Pariaman walaupun secara parsial sistem bagi hasil tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan masyarakat bertransaksi di Bank Syariah Mandiri. Penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wirapradnyana (2014), Muchlis (2013), Fauzi (2010), dan Barna (2010).

Pengaruh kedua variabel independen ini terhadap variabel dependen tidak begitu kuat dimana hasil uji koefisien determinasi, didapat nilai R^2 sebesar 0,334 yang berarti bahwa kualitas pelayanan dan religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat bertransaksi di Bank Syariah Mandiri dan yang memberikan sumbangan pengaruh sebesar 33,4% atau ($Y = 0,334 \times 100\% = 33,4\%$). Ini menunjukkan bahwa untuk mempengaruhi keputusan masyarakat bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Cabang pariaman perlu mempertimbangkan faktor lainnya selain dua faktor yang diuji dalam penelitian ini seperti faktor produk, periklanan, penawaran kerjasama dan kepuasan nasabah terhadap kinerja Bank Syariah Mandiri Cabang Pariaman. .

Sedangkan sisanya sebesar 66,6% menunjukkan bahwa keputusan masyarakat bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Cabang Pariaman, juga dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini. Oleh karena itu untuk mendorong minat masyarakat pariaman agar tinggi intensitas pengambilan keputusan mereka untuk bergabung dengan Bank Syariah Mandiri cabang pariaman, maka PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pariaman perlu mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti seperti, faktor kepemimpinan, gaya kepemimpinan, faktor produk, faktor periklanan, faktor bagi hasil, faktor pengetahuan nasabah, faktor penawaran kerjasama dan faktor kepuasan nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisa dan pembahasan hasil pengujian hipotesis, maka dapat disimpulkan yang menjadi hasil dari permasalahan yang diajukan pada penelitian ini, yaitu:

1. Hasil uji korelasi juga menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai probabilitas 0,011 yang mana nilai ini lebih kecil dari 0,05 , kualitas pelayanan berpengaruh terhadap terhadap keputusan masyarakat bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Cabang Pariaman.
2. Hasil uji korelasi variabel religiusitas atau keagamaan responden juga memiliki nilai probabilitas 0,045 yang mana nilai ini lebih kecil dari 0,05, religiusitas atau ketaan responden terhadap ajaran agama Islam berpengaruh terhadap keputusan masyarakat bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Cabang Pariaman.
3. Secara bersama-sama variabel pengetahuan tentang bank syariah, sistem bagi hasil, kualitas pelayanan dan religiusitas berpengaruh terhadap terhadap keputusan masyarakat bertransaksi di Bank Syariah Mandiri Cabang Pariaman, dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05, yang artinya secara simultan keempat variabel yang diuji berpegaruh signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Mal An. 2010. *Corporate Governance Perbankan Syariah diIndonesia*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media
- Anangga dipa, Andisa & Eka. 2013. Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Nasabah (Mahasiswa) dalam Memilih Menabung pada Bank Syariah. *Proceeding PESAT*. (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)
- Ancok, Djameludin & Fuat Nasori Suroso. Cetakan VII. 2008. *PsikologiIslami: Solusi Islamatas Problem-Problem Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Anggita , Lotje & Yantje. 2015. Analisis Motivasi, Persepsidan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Memilih PT. Bank Sulut go Cabang Utama Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.3No. 3
- Astrila & Putranto. 2014. Pengaruh Tingkat Pengetahuan Tentang Pesan Halal Terhadap Tingkat Kepercayaan Pada Produk Koametik. *Jurnal FISIP*. UAJ Yogyakarta
- Bawono, Anton. 2006. *Multivariate Analysis Dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Bisri, Mohammad. 2013. *Statistik*. Penerbit:ISBN.
- Darmawan, Indra. *Pengantar Uang dan Perbankan*, Dilengkapi UU No.7 Tahun 1992, (Jakarta: Rineka Cipta, 1999)

- Daulay, Raihanah.2010.Analisis Pelayanan dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah DiKota Medan.*Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol.10 No. 1
- Elfia,Arisma.2015.Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Jasa Pembiayaan pada Bank BPR Syariah GajahTongga Koto piliang Silungkang Kota Sawahlunto. *Jurnal Manajemen*. Fakultas Ekonomi Universitas Tamansiswa Padang
- Fahmi, Irham. 2013. *Manajemen Pengambilan Keputusan*. Bandung :Alfabeta
- Ghozali,Imam.2013.*Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Progam SPSS*. Badan Penerbitan UDIP Semarang.
- Halik,Abdul.2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa, Kualitas Pelayanan Dan Nilai Religiusitas Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Implikasinya Pada Komitmen Bank Umum Syariah Di Wilayah Gerbang KetasusilaJawa Timur. *Jurnal Hasil Penelitian UNTAG Surabaya*. Vol.01 No. 01
- Idris&Hakim.2017.Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruh Kepercayaan Konsumen Serta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian (StudiKasus pada Go-Ride di Kota Bandung). *Diponegoro Journal Of Management*. Vol.6 No 1
- Iskamto & Yulihardi. 2017. Analisis Peranan Religiusitas Terhadap Kepercayaan Kepada Perbankan Syariah. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*. Vol. 2 No2
- Iskandar, Dibyo. 2012. PengaruhKualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Nasabah Sebagai Variabe IIntervening (StudiEmpiris Nasabah PD.Bank Perkreditan Rakyat BKK BoyolaliKota). *E-Journal STIE ABA*. Vol. 20No.23
- Jalaludidin. 2011. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Junaidi. 2015. Persepsi Masyarakat Untuk Memilih Dan Tidak Memilih Bank Syariah (StudiKotaPalopo). *Jurnal Fokus Bisnis*. Vol. 14 No. 02
- Kasmir. 2004.*Pemasaran Bank*. Jakarta: Prenada Media
- Keller, Philip Kotler &KevinL. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:Erlangga.
2006. *Manajemen Pemasaran*.Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang
- Kusuma & Untarini. 2014. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Niat Beli Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol2 No 4
- Kusmayadi, Tatang.. 2007. Pengaruh Relationship Quality terhadap Nasabah Tabungan. *Skripsi*.STIESTAN Indonesia Mandiri
- Leonardo&Sutadi.2017. Pengaruh Suku Bunga, Kualitas Pelayanan,Lokasi Terhadap Kepercayaan Yang Berimplikasi Kepada Loyalitas Nasabah Di BPR Nusamba Cepiring Ungaran *Jurnal Manajemen*. Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran

- Lestari, AlfiMulikhah. 2015. Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomidan Bisnis Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Ilmiah*. Mahasiswa Fakultas Ekonomidan Bisnis Universitas Brawijaya, Vol.3 No.1
- Luh&I.2016. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BankOCBC NISP Di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 5 No.1
- Ma'arif & Trisnawati. 2016. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri Cabang Boyolali). *Publikasi Ilmiah*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Progam Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Mochlasin. 2017. Peran Fatwa Haram Bunga Bank terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Nasabah Muslim Bank Syariah. *Disertasi*. Pasca Sarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Murti&I Wayan. 2016. Pengaruh Kepercayaan Nasabah, Bauran Produk Dan Bauran Lokasi Terhadap Transaksi Nasabah. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol5 No 1
- Shofwa, Yoiz. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 4 No.1
- Steven & Yohanes. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia– Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 2 No. 1