

**PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, KUALITAS
PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH
(Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2018 UIN
Raden Mas Said Surakarta)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh:
ANGGITA NURROHMAH
NIM : 18.52.31.264**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
2022**

**PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, KUALITAS
PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH
(Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2018 UIN
Raden Mas Said Surakarta)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah**

Oleh:

**Anggita Nurrohmah
NIM: 18.52.31.264**

Surakarta, 25 Maret 2021

**Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi**



**Dr. Waluyo, Lc., M.A
NIP. 19790910 201101 1 005**

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Yangbertandatangandi bawahini:

NAMA : ANGGITA NURROHMAH
NIM : 18.52.31.264
JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul "PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2018 UIN Raden Mas Said Surakarta)".

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

Surakarta, 25Agustus2022



AnggitaNurrohmah

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Yangbertandatangandi bawahini:

NAMA : ANGGITA NURROHMAH
NIM : 18.52.31.264
JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul “PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2018 UIN Raden Mas Said Surakarta)”.

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data dari Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta Prodi Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2018. Apabila di kemudian hari bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikumWr. Wb

Surakarta, 25 Agustus 2022



Anggita Nurrohmah

Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdr : Anggita Nurrohmah

Kepada Yang Terhormat

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Anggita Nurrohmah NIM : 18.52.31.264 yang berjudul:

“PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH (Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2018 UIN Raden Mas Said Surakarta)”.

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah.

Oleh karena itu kami memohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkanya permohonan ini disampaikan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 25 Agustus 2022
Dosen Pembimbing Skripsi



Dr. Waluyo, Lc., M.A
NIP. 19790910 201101 1 005

PENGESAHAN

**PENGARUH PENGETAHUAN, RELIGIUSITAS, KUALITAS
PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN
MENGUNAKAN PRODUK BANK SYARIAH
(Studi Kasus Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2018 UIN
Raden Mas Said Surakarta)**

Oleh :

ANGGITA NURROHMAH
NIM. 18.52.31.264

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqasah
pada hari Senin 10 Oktober 2022 M / 13 Rabiul Awal 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji:

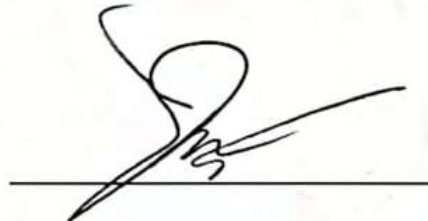
Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Taufiq Wijaya, S.H.I., M.S.I
NIP. 19721218 200901 1 010



Penguji II
Mokhammad Zainal Anwar, S.H.I., M.S.I
NIP.19801130 21503 1 003



Penguji III
Dr. Agung Abullah, M.M
NIP. 1985030 1201403 1 003



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta




M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

inna ma'al usri yusra “Sesungguhnya, sesudah kesulitan itu ada kemudahan“

(QS Al insyirah : 6)

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya...

(QS Al-Baqarah: 286)

Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka
mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri

(QS Ar-rad: 11)

Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apapun, niscaya dia akan melihat
(balasan) nya

(QS Al-Zalzalah: 7)

Janganlah menunda pekerjaanmu dan menunggu deadline tiba, karena kamu bisa
menunda satu pekerjaan, namun kamu tidak bisa menunda waktu yang terus
berjalan

-Eng

Tentang masa depan, tak usah ragu tak usah risau, penentunya bukan dari asal
usul mu tapi penentunya dari setiap usaha dan doa-doa mu

-Eng

ABSTRAK

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui keputusan nasabah dalam menggunakan produk di Bank Syariah dengan melihat pengaruh pengetahuan, religiusitas, kualitas pelayanan dan lokasi. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan didukung oleh data primer. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang diambil dari mahasiswa perbankan syariah angkatan tahun 2018. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non Probability Sampling* melalui metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuisioner melalui *google form*. Teknik analisis data diolah dengan menggunakan *SPSS For Windows* versi 23.

Hasil penelitian ini pada hasil uji parsial (Uji T) menunjukkan bahwa pengetahuan, religiusitas, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan mahasiswa Perbankan Syariah angkatan 2018 Universitas Raden Mas Said Surakarta dalam menggunakan produk di Bank Syariah.

Kata kunci: pengetahuan, religiusitas, kualitas pelayanan, lokasi dan keputusan.

ABSTRACT

This research was employed to find out the customer's decision in using the product of Shariah Bank by looking at the influence of knowledge, religiosity, service quality, and location. This research employed quantitative method supported by primary data. The samples in this research were 100 respondents selected from sharian banking students academic year 2018. The technique of samples selection was non probability sampling and the data collection techniques was by spreading questionnaire through google form. The technique of data anlysis was SPSS for Windows version 23.

The result of this research in partial test result (T-Test) showed that knowledge, religiosity, service quality, and location significantly influence the decision of shariah banking students academic year 2018 University of Raden Mas Said Surakarta in using the product of Shariah Bank.

Keywords: Knowledge, religiosity, service quality, location and decision.

KATA PENGANTAR

Assalaamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Bank Syariah Angkatan Tahun 2018 UIN Raden Mas Said Surakarta)”.

Skripsi ini disusun guna sebagai syarat untuk menyelesaikan Studi jenjang strata 1 (S1) Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, dalam penulisan skripsi ini telah mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Mudhofir S. Ag., M. Pd. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E, M. Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Dr. Waluyo, Lc., M.A, selaku dosen pembimbing yang memberikan ilmunya dalam menyelesaikan skripsi ini
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Responden yang sudah membantu mengisi kuisisioner yang merupakan mahasiswa Perbankan Syariah angkatan 2018 Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
6. Bapak Ibu tercinta, terimakasih doa dan kasih sayang yang telah dicurahkan.
7. Sahabatku Ine Yulianti yang selalu mendukung dan memberikan motivasi dalam menyelesaikan skripsi dan sahabatku satu kelas yaitu Trisna Arum

Puspandari yang selalu mendukung satu sama lain dan sangat membantu selama proses penyusunan skripsi.

8. Teman-teman Perbankan Syariah kelas G angkatan 2018 yang telah menjadi keluarga serta memberikan kebahagiaan dan semangat selama penulis menempuh studi di Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebut satu-persatu, terima kasih telah turut serta dalam menyelesaikan skripsi ini.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 25 Agustus 2022

Penulis

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa

Karya yang sederhana ini untuk :

Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan kesehatan untuk
menyelesaikan karya ini

Kedua orang tua tercinta (Bapak Wagiman dan Ibu Suprpti)

Kakak tersayang (Dwi Kristanto selaku pengawal saat menjadi mahasiswa baru,

Marso yang selalu memberikan motivasi dan menjadi support sistem)

Sahabat-sahabat ku sedari kecil (Purwati, Tri, Nurjanah, Zaizan, Puput, Yuni,
Annisa, Alindo)

Sahabatku SMA (Ine yulianti)

Sahabatku Trisna Arum Puspandari, yang selalu membantu Eng

Squad Bebek Ngorek (Giri, Mila, Niken, Sarah)

Teman seperjuangan Skripsi dan pihak terkait

Teman-teman PBS G 2018

Almamater UIN Raden Mas Said Surakarta

yang selalu memberikan doa, semangat dan kasih sayang

yang tulus memberikan dan tiada ternilai besarnya

Terimakasih

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
PENGESAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	x
PERSEMBAHAN.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah.....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
1.7 Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Konsep Bank Syariah.....	11
1. Pengertian Bank.....	11
2. Perbankan Syariah	11
2.1.2 Keputusan	18
1. Pengertian Keputusan	18
2. Proses Pengambilan Keputusan	20
2.1.3 Pengetahuan	21
1. Pengertian Pengetahuan.....	21

2.	Pembagian Pengetahuan Konsumen.....	22
2.1.4	Religiusitas.....	23
1.	Pengertian Religiusitas	23
2.	Dimensi-dimensi Religiusitas.....	24
2.1.5	Kualitas Pelayanan.....	25
1.	Pengertian Kualitas Pelayanan	25
2.	Dimensi <i>Service Quality</i> (Dimensi Kualitas Pelayanan	26
2.1.6	Lokasi.....	28
1.	Pengertian Lokasi	28
2.	Pertimbangan Penentuann Lokasi.....	30
3.	Pertimbangan Penentuan <i>Layout</i> Gedung dan Ruangan.....	30
2.2	Tinjauan Pustaka.....	31
2.3	Kerangka Pemikiran	31
2.4	Hipotesis	32
BAB III	METODE PENELITIAN.....	33
3.1	Waktu dan Wilayah Penelitian	33
3.2	Jenis Penelitian	33
3.3	Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel	34
3.4	Data dan Sumber Data.....	35
3.5	Teknik Pengumpulan Data	35
3.6	Variabel Penelitian	35
3.7	Definisi Operasional Variabel	36
3.8	Teknik Analisis Data	37
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1	Analisis Data dan Hasil Analisis Data.....	43
4.1.1	Hasil Uji Kualitas Data.....	43
4.1.2	Hasil Uji Asumsi Klasik	47
4.1.3	Analisis Regresi Linier Berganda	50
4.1.4	Uji Hipotesis	52
4.1.5	Koefisien Determinasi (R^2).....	55
4.2	Pembahasan dan Hasil Analisis Data	56
BAB V	PENUTUP.....	60

5.1	Kesimpulan.....	60
5.2	Keterbatasan Penelitian	60
5.3	Saran	61
	LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan	43
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas	44
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	44
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	45
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan	45
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	50
Tabel 4. 11 Hasil Signifikansi Simultan (Uji F)	53
Tabel 4. 12 Hasil Uji Parsial (Uji T)	54
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	31
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Jadwal Penelitian	66
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian	67
Lampiran 3. Rekapitan Data Penelitian.....	70
Lampiran 4. Hasil Output SPSS.....	82
Lampiran 5. Hasil Cek Plagiasi.....	89
Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup.....	90

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan kata lain, keputusan adalah tindakan yang diambil dengan sengaja dan dimotivasi oleh nilai dan tujuan sendiri. Saat membuat pilihan, penting untuk memiliki semua fakta, sehingga kebanyakan orang secara aktif mencarinya. Sederhananya, agen konsumen berkontribusi pada penyelesaian masalah yang dihadapi. Dalam hal ini, itu ada hubungannya dengan mereka membeli sesuatu untuk mengisi kekosongan. Pengetahuan, religiusitas, kualitas layanan, dan lokasi merupakan pertimbangan penting ketika memutuskan apakah akan menggunakan produk Bank Syariah ataupun tidak.

Semakin banyak orang yang menggunakan bank syariah adalah tanda keberhasilan dan ekspansi mereka. Bank syariah lebih populer karena transaksinya diatur oleh hukum Islam dan tunduk pada pengawasan ketat dari Majelis Ulama Indonesia dan pemerintah. Karena bunga pinjaman bank dianggap riba dan oleh karena itu dilarang oleh hukum Islam, bank syariah tidak berpartisipasi dalam sistem bunga. Namun, metode bank syariah dalam membagi keuntungan terbuka untuk pengawasan publik.

Terdapat sejumlah faktor yang bisa pengaruhi seberapa sering nasabah menggunakan produk perbankan syariah. Menurut teori Reber, yang menekankan pentingnya konteks budaya, pengetahuan didefinisikan sebagai kumpulan informasi yang dimiliki oleh individu, komunitas, atau masyarakat tertentu. Mengetahui apa yang diketahui konsumen tentang suatu produk atau layanan, dan segala hal lain yang mereka ketahui tentangnya, dikenal sebagai "pengetahuan

konsumen". Pengetahuan nasabah dapat mempengaruhi keputusan dalam pembelian atau pemilihan produk. Jika nasabah memiliki banyak pengetahuan, maka harus lebih tepat dan juga efisien dalam mengelola informasi (Ujang Sumarwan, 2003).

Pilihan menjadi nasabah di PT Bank Syariah Cabang Bandung terbukti dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh tingkat kesadaran konsumen, menurut penelitian sebelumnya yang dimuat dalam jurnal Abimantra (Abhimantra, 2015). Dampak positif dan substansial serupa dari pemahaman nasabah terhadap pilihan menabung di bank syariah juga ditemukan dalam penelitian sebelumnya yang diterbitkan dalam jurnal Yuliawan. Yuliawan (2016).

Bersamaan dengan pertimbangan-pertimbangan lain tersebut, keyakinan agama juga berperan dalam proses pengambilan keputusan. Hal ini sesuai dengan tesis Delener, yang menyatakan bahwa agama adalah salah satu variabel utama yang memotivasi dan mempengaruhi perilaku konsumen (Muhammad Nasrullah, 2015). Menjadi religius berarti setia pada cita-cita dan ketaatan beragama (Utami, 2015). Religiusitas seseorang dapat dipahami sebagai seperangkat keyakinan dan praktik yang didasarkan pada keyakinan tersebut. Perbuatan pelanggan harus sejalan dengan ketakwaan seorang muslim yang taat kepada Allah SWT. Harus bertakwa kepada Allah, memilih jalan yang Dia anjurkan, dan menghindari segala sesuatu yang Dia larang, seperti makan makanan yang tidak suci, menimbun kekayaan, dan kikir, untuk memastikan keberadaan yang aman di dunia ini dan di akhirat.

Bersumberkan penelitian yang diadakan oleh Sangen, religiusitas nasabah memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap tabungannya di bank syariah (Utami, 2015), serta menurut pengamatan Bawono, keputusan mahasiswa IAIN menjadi nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga ialah signifikan dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan mereka tentang keuangan Islam (Bawono, 2016).

Demikian pula, standar layanan yang diberikan oleh bank syariah merupakan pertimbangan penting bagi calon pelanggan ketika memutuskan apakah akan menggunakan penawaran bank atau tidak. Menurut teori Nirwana, yang berpandangan bahwa pelayanan berkualitas tinggi sangat penting di era modern (Nirwana, 23). Kualitas suatu perusahaan adalah derajat baik buruknya, sedangkan pelayanan adalah caranya memberikan kebaikan atau keburukan itu (KBBI, 2020). Singkatnya, kualitas layanan mengacu pada setiap dan semua aspek layanan yang diberikan oleh karyawan atau penyedia perusahaan yang lebih unggul dari norma dan dirancang untuk lebih memenuhi tuntutan audiens target. Dapat diasumsikan bahwa kualitas produk baik dan memuaskan jika sesuai dengan harapan pelanggan.

Kualitas layanan perusahaan diukur dengan seberapa baik ia memenuhi kebutuhan pelanggannya. Layanan pelanggan yang lebih baik dari bank syariah akan mengarah pada penyerapan yang lebih besar dari layanan perbankan syariah. Peningkatan kualitas pelayanan kepada pelanggan diperlukan karena mereka berperan penting dalam menjaga reputasi perusahaan di mata masyarakat. Menurut penelitian yang diterbitkan dalam jurnalnya, Sumantri menemukan bahwa nasabah lebih cenderung tertarik pada bank syariah jika mereka

menawarkan pilihan pembiayaan yang menarik (Sumantri, 2016), dan Astuti menemukan bahwa nasabah lebih mungkin tertarik untuk menabung di bank syariah jika mereka menyediakan layanan berkualitas tinggi (Astuti, 2016).

Lokasi bank syariah merupakan faktor lain yang mempengaruhi pilihan nasabah. Teori Kasmir menunjukkan bahwa lokasi fisik bank merupakan faktor kunci dalam strategi secara keseluruhan (Kasmir, 2005). Untuk mengadakan suatu acara, sebuah bisnis harus terlebih dahulu menemukan lokasi yang cocok untuk menyelenggarakannya (Tyas, 2012). Lokasi bank Syariah sangat penting untuk keberhasilannya; pelanggan akan lebih cenderung menggunakannya jika berada di area yang nyaman, dan ini akan benar terutama jika banknya juga besar dan ramah, memiliki banyak tempat parkir, menyediakan layanan yang sangat baik, dan memiliki rencana yang matang untuk ekspansi masa depannya.

Keputusan di mana untuk mendirikan perusahaan ialah satu hal yang diharuskan dibangun dengan sangat hati-hati. Karena kemampuan perusahaan untuk menarik pelanggan sebagian besar tergantung di mana ia memilih untuk mendirikan toko. Orang yang tinggal di kota lebih cenderung menggunakan layanan Bank Islam karena waktu perjalanan yang singkat dan biaya yang rendah, sementara mereka yang tinggal di daerah pedesaan lebih suka menyimpan uang mereka di rumah untuk menghindari pengeluaran ini. Hal ini karena tidak ada cabang Bank Syariah di daerah pedesaan.

Berdasarkan penelitian dalam jurnalnya, Tyas menyimpulkan bahwasanya lokasi memiliki pengaruh positif serta signifikan pada keputusan menabung di BMT Sumber Mulia Tuntang (Tyas, 2012), dan penelitian jurnal Umiyati juga

mengungkapkan bahwasanya lokasi memiliki pengaruh signifikan pada keputusan nasabah (Umiyati, 2018).

Mahasiswa Universitas dengan berbasis Islam berpotensi untuk menjadi nasabah Bank Syariah. Karena sudah semestinya dalam universitas tersebut diajarkan dasar-dasar agama serta tentang ekonomi Islam. Hal ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa berpotensi besar dalam menggunakan produk Bank Syariah karena sudah lebih mengetahui pengetahuan agama yang lebih dan ekonomi Islam, sehingga seharusnya ada kesadaran untuk menjauhi riba dan menggunakan produk bank yang berbasis syariah.

Kajian Alfi Mulikhah Iestari tahun 2015 dengan judul “Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Layanan terhadap Preferensi Tabungan di Perbankan Syariah” merupakan studi kasus mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Menurut analisis faktor penelitian, keyakinan agama adalah satu-satunya prediktor terpenting dari kecenderungan klien untuk menabung di lembaga keuangan Islam. Bank syariah menempatkan premi pada tabungan sesuai dengan keyakinan agama seseorang. Preferensi untuk menabung di bank syariah dipengaruhi oleh informasi dan layanan; khususnya, pengetahuan ilmiah mempengaruhi kebiasaan menabung masyarakat, sedangkan penggunaan fasilitas yang nyaman mempengaruhi preferensi layanan masyarakat.

Bagja Sumantri (2014) menulis dalam artikel berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Produk Pembiayaan terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Umum Syariah” bahwa terdapat hubungan yang positif dan substansial

antara kualitas layanan, produk pembiayaan, dan niat untuk menjadi pelanggan. efek, seperti dalam memutuskan untuk menjadi pelanggan yang membayar. Kepuasan nasabah dalam menabung di BMT Sumber Mulia dipengaruhi oleh karakteristik geografis dan kualitas pelayanan, menurut penelitian Rizqa Ramadhani Tyas (2012) berjudul Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan di BMT Sumber Mulia Tuntang. tantangan.

Berdasarkan kajiannya, “Pengaruh Keyakinan, Pengetahuan, dan Lokasi Keagamaan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Umum Syariah (Studi Kasus Warga Kota Tangerang Selatan)”, Rahma (2017) menyimpulkan bahwa keempat faktor tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat. dalam menyimpan uang di bank syariah.

Berdasarkan dari paparan latar belakang diatas, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dan membahas tentang **“Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan dalam Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN RMS Surakarta Perbankan Syariah Angkatan Tahun 2018)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Pengetahuan mahasiswa mengenai produk Bank Syariah yang tinggi sehingga tertarik untuk menjadi nasabah Bank Syariah.
2. Tingkat religiusitas mahasiswa yang baik sehingga tertarik menjadi nasabah Bank Syariah.

3. Nilai tambah oleh layanan dikomunikasikan ke basis klien sampai memenuhi kebutuhan mereka. Memiliki layanan berkualitas tinggi adalah cara yang bagus untuk mendapatkan banyak klien.
4. Lokasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan produk Bank Syariah, dikarenakan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau sehingga membuat nasabah menjadi nyaman.

1.3 Batasan Masalah

Isu telah diidentifikasi, dan berdasarkan itu diperlukan pembatasan ruang masalah yang akan dieksplorasi oleh penelitian ini. Keputusan untuk memanfaatkan barang yang ditawarkan oleh bank syariah menjadi topik penelitian ini.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap keputusan dalam menggunakan produk Bank Syariah?
2. Bagaimana pengaruh religiusitas terhadap keputusan dalam menggunakan produk Bank Syariah?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan dalam menggunakan produk Bank Syariah?
4. Bagaimana pengaruh lokasi Bank Syariah terhadap keputusan dalam menggunakan produk Bank Syariah?

5. Bagaimana pengaruh pengetahuan, religiusitas, kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan terhadap keputusan dalam menggunakan produk Bank Syariah?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang ada, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk menguji pengaruh pengetahuan masyarakat yang beragama Islam terhadap keputusan dalam menggunakan produk Bank Syariah.
2. Untuk menguji pengaruh religiusitas masyarakat yang beragama Islam terhadap keputusan dalam menggunakan produk Bank Syariah.
3. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan dalam menggunakan produk Bank Syariah.
4. Untuk menguji pengaruh lokasi Bank Syariah terhadap keputusan masyarakat yang beragama Islam dalam menggunakan produk Bank Syariah.
5. Untuk menguji pengaruh pengetahuan, religiusitas, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan dalam menggunakan produk Bank Syariah.

1.6 Manfaat Penelitian

Kajian ini bermanfaat karena menyoroti faktor-faktor pengetahuan, agama, kualitas layanan, dan lokasi yang memengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan produk perbankan syariah.

1.7 Sistematika Pembahasan

Sistematika dalam penulisan pada penelitian ini terdiri dari lima bab, yakni:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II

LANDASAN TEORI

Bab ini menyajikan sejumlah deskripsi teoritis, penyelidikan teori dari penelitian sebelumnya, kerangka konseptual, kerangka berpikir penelitian, dan hipotesis penelitian tentang pengaruh unsur-unsur sosial, kepribadian, dan budaya psikologis terhadap perilaku pembelian konsumen.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini mencakup berbagai jenis penelitian, kapan dan di mana melakukannya, apa yang harus diambil sampelnya dari populasi, bagaimana mengambil sampel dari populasi, di mana menemukan data, bagaimana mendefinisikan variabel, dan bagaimana menganalisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan menjelaskan proses analisis dari data yang telah didapatkan dengan menghitung setiap variabel, juga hasil dari analisis tersebut.

BAB V PENUTUP

Penutup berisi tentang kesimpulan dan saran.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Konsep Bank Syariah

1. Pengertian Bank

Bank syariah adalah lembaga keuangan yang tidak menggunakan bunga atau riba dalam operasionalnya. Definisi kedua bank syariah adalah bahwa mereka adalah “organisasi keuangan/perbankan yang operasi dan produknya dirancang sesuai dengan Al-Qur’an dan Sunnah” (Aan Ansori, 2017).

Bank berasal dari istilah Perancis *banque*, yang berarti "lemari," dan kata Italia *banco*, yang berarti "bangku," menyiratkan bahwa tujuan utama bank adalah untuk menyimpan barang-barang berharga seperti uang, perhiasan, dan logam mulia lainnya. Istilah "bank" mengacu pada organisasi yang membantu orang dengan menerima simpanan dari mereka dan kemudian meminjamkan dana tersebut kembali ke perekonomian. Hal tersebut sesuai dengan UU No 10 Tahun 1998 hal tersebut tentunya berguna bagi kesejahteraan masyarakat.

2. Perbankan Syariah

a. Pengertian Perbankan Syariah (UU No. 21, 2008)

Berdasarkan pada UU No. 21 Tahun 2008 pasal 1 menjelaskan bahwa bank itu memiliki macam macam prinsip dan dalam penggunaannya:

- 1) Bank konvensional adalah sebuah bank dimana dalam prosesnya terdapat bunga yang didapatkan dari pinjaman yang dapat dikurangkan dari bunga simpanan yang ada.
- 2) Bank berdasarkan prinsip syariah, dibedakan menjadi dua macam, yaitu:
- 3) BUS atau Bank Umum Syariah, adalah perbankan yang memiliki sistem yang sama pada bank umum lainnya. Namun didalam hal penerapan keuangan bank syariah lebih menekankan pada prinsip hukum Islam yang berlaku, sehingga dalam hal ini hukum Islam yang diterapkan adalah menghindari riba atau bunga bank.
- 4) UUS atau Unit Usaha Syariah, merupakan cabang dari bank konvensional hanya saja dalam kegiatannya menggunakan prinsip syariat Islam.

Sesuai dengan fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, "bank syariah" melakukan operasi perbankannya sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam (Amdrew, 2020: 12).

b. Prinsip-prinsip Dasar Perbankan Syariah

Dalam hal ini perbankan syariah berlandaskan Al-Qur'an dan hadits, sehingga dalam hal ini bank syariah lebih ditekankan pada kebersamaan, efisien, dan juga keadilan saling membantu. Hal ini bank syariah memiliki prinsip yang mengacu pada Al-Qur'an dan hadits. Dalam hal ini prinsip efisiensi adalah saling membantu namun tetap berpacu

pada syariah sehingga dalam hal ini tidak ada sedikitpun untuk mengambil keuntungan lebih didasari rasa keikhlasan. Keadilan disini lebih ditekankan pada tidak adanya kecurangan sama sekali dan yang terakhir ada prinsip kebersamaan sehingga lebih ditekankan pada saling membantu guna kemajuan (Edy Wibowo, hlm. 33).

c. Dasar Hukum Perbankan Syariah

Bank yang mematuhi perintah dan larangan yang digariskan dalam Al-Qur'an dan Hadis dikatakan "sesuai dengan Al-Qur'an dan Hadits" dalam praktik operasinya. Usaha-usaha yang sudah ada sebelum zaman Nabi tetapi tidak secara khusus dilarang oleh beliau juga dihindari (Karnean Perwataatmadja dan Muhammad Syafi'i Antonio, 1992). Perbankan Islam sangat bergantung pada Al-Qur'an dan Hadits sebagai sumber hukum utamanya. Hal ini bank syariah berlandaskan sesuai dengan perintah didalam Al-Qur'an tentu segala hal yang memang dilarang oleh Allah SWT tidak diterapkan. Berikut ini dalil-dalil Al-Qur'an yang dapat dijadikan sebagai rujukan adalah:

- 1) Al-Baqarah: 275, yang artinya: “orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila”.
- 2) Al-Imran: 130, yang artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”.

- 3) An-Nisa': 29, yang memiliki kandungan didalamnya: "Bagi orang beriman dan sesama muslim dilarang memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil".

d. Tujuan Bank Syariah

Perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam melayani masyarakat yang lebih luas daripada lembaga keuangan konvensional. Ini terkait dengan fakta bahwa itu adalah entitas komersial dengan tugas moral terkait. Bank syariah selain mencari keuntungan seperti yang dilakukan oleh bank biasa pada umumnya, juga berupaya untuk mencapai tujuan sebagai berikut: (Edy Wibowo, hlm. 47).

- 1) Menyediakan lembaga perbankan dan keuangan sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat.
- 2) Meningkatnya keterlibatan banyak pihak dalam proses pembangunan disebabkan oleh keengganan sebagian masyarakat untuk berbisnis dengan bank karena sikap mereka yang tidak menyukai bunga, dan bank syariah menanggapi. Perbankan yang efisien dan adil mendorong kegiatan ekonomi masyarakat.
- 3) Terbentuknya masyarakat dalam hal ekonomis secara lebih maju.
- 4) Perbankan syariah lebih mengedepankan metode bagi hasil.

e. Produk-produk Perbankan Syariah

Aktivitas dalam Perbankan Syariah terbagi dalam tiga bagian, yakni :

- 1) Funding ataupun dihimpunnya dana (Kementrian Agama RI, 2013). Penarikan dana dari masyarakat termasuk kedalam funding, hal ini prinsip yang digunakan adalah tabungan atau wadiah, yang meliputi giro syariah, dan dapat ditarik dengan giro ataupun cek. Sementara itu tabungan syariah ialah tabungan yang dalam simpanan dimana tidak bisa ditarik melalui giro atau cek yang dapat di samaratakan. Deposito Syariah sendiri ialah hal yang bisa ditarik melalui perjanjian sesuai waktu yang telah disepakati.
- 2) Financing ataupun disalurkananya dana/pembiayaan (Wangsawidjaja, 2012). Pembiayaan ialah menyiapkan sejumlah dana ke nasabah dengan dikembalikannya sesuai dengan kesepakatan yang sudah ditentukan antara pihak bank serta nasabah.
 - a) Bagi hasil, Mudharabah dan Musyarakah. Mudharabah adalah kesepakatan antara pemilik dana dan pengelola untuk menyatukan sumber daya mereka untuk menjalankan bisnis sesuai dengan hukum syariah, dengan kedua belah pihak membagi keuntungan secara adil. Dalam musyarakah, masing-masing mitra memberikan kontribusi untuk penyediaan modal usaha dan bagian dalam keuntungan dan

kerugian perusahaan secara proporsional dengan kontribusi masing-masing untuk modal itu.

- b) Jual beli, Perdagangan melalui Murabahah, Salam, dan Istishna'. Dalam transaksi Murabahah, penjual mengungkapkan harga pembelian awal ditambah persentase keuntungan penjual yang telah ditentukan sebelumnya kepada pembeli (Kementerian Agama Republik Indonesia, 3013). Salam, atau "cash and carry," adalah metode menjalankan bisnis di mana pembeli melakukan pemesanan di muka untuk suatu produk dengan imbalan pembayaran segera. Selama Istishna, barang dibeli dan dijual berdasarkan persyaratan tertentu.
- c) Sewa menyewa, serta Ijarah Muntahiya Bittamlik, adalah dua bentuk leasing yang umum dalam Islam. Menurut M. Syafi'i Antonio (2001), "Ijarah" mengacu pada perjanjian sewa antara penyewa dan pihak yang menyewakan barang dan/atau jasa dengan imbalan pembayaran. Sewa dengan opsi untuk membeli, yang dikenal sebagai Ijarah Muntahiya Bittamlik, adalah fitur utama dari properti yang disewa.
- d) Piutang Qardh dapat digunakan sebagai jaminan pinjaman. termasuk transaksi antara pemberi pinjaman dan peminjam di mana peminjam setuju untuk membayar kembali pinjaman pokok ditambah bunga ditambah biaya yang disepakati pada

saat asal pinjaman, dan pemberi pinjaman setuju untuk menerima pembayaran sekaligus atau angsuran selama periode waktu yang ditentukan. kesepakatan penyelesaian telah tercapai.

- e) Multijasa, Menyediakan berbagai layanan dalam satu kontrak (Ijarah dan Kafalah). Konsep Islam ijarah mengacu pada penyewaan barang atau jasa antara dua pihak atau lebih dengan harga yang telah ditentukan. Kafalah, juga dikenal sebagai jaminan, adalah perjanjian antara tiga orang di mana satu orang berjanji untuk membayar kembali hutang orang lain jika mereka tidak mampu melakukannya
- 3) Pelayanan jasa (service) (M. Syafi'i Antonio, 2001).
- a) L/C atau Letter of Credit Import Syariah, dalam hal ini, surat dari bank yang menyatakan bahwa, atas instruksi importir, bank akan membayar eksportir dengan syarat dan ketentuan tertentu.
 - b) Bank Garansi Syariah, diperoleh oleh pihak ketiga yang dijamin oleh bank bahwa nasabah akan memenuhi kewajibannya.
 - c) Sharf atau Penukaran Valas, juga dikenal sebagai Valuta Asing, adalah layanan yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pelanggan untuk membeli dan menjual mata uang asing

2.1.2 Keputusan

1. Pengertian Keputusan

Keputusan ialah sebuah perbuatan yang seseorang lakukan dengan sadar serta didasari kehendak individu (Nirwana, hlm. 16). Nasabah membutuhkan informasi untuk membuat keputusan dan bersedia mengambil tindakan tertentu untuk memperolehnya. Elemen-elemen berikut membentuk setiap keputusan pembelian: (Basu Swasta dan Hani Handoko, 2005)

a. Keputusan tentang jenis produk

Nasabah memiliki pilihan untuk menempatkan dananya pada produk perbankan syariah atau produk perbankan konvensional. Jika sebuah bisnis atau organisasi ingin menarik klien yang tertarik dengan produk perbankan syariah, misalnya, ia harus menyoroti opsi tersebut kepada pembeli potensial.

b. Keputusan tentang bentuk produk

Pada akhirnya, terserah konsumen untuk memutuskan hal apa saja yang ingin dia manfaatkan. Untuk meningkatkan daya pikat mereknya, perusahaan harus melakukan riset pasar dan menampilkan produk sebaik mungkin untuk mempelajari tentang fitur dan manfaat spesifik yang paling penting bagi khalayak sasaran.

c. Keputusan tentang merek

Tanggung jawab untuk menentukan merek yang unggul berada tepat di pundak konsumen. Berbagai merek memiliki berbagai manfaat

dan perbedaan. Sangat penting bagi pebisnis untuk memahami mengapa dan bagaimana pelanggan memilih merek tertentu.

d. Keputusan tentang penjualan

Konsumen memiliki tanggung jawab untuk memutuskan di mana melakukan pembelian. Di sini, produsen, distributor, dan pengecer perlu memahami mengapa pelanggan memilih pengecer tertentu.

e. Keputusan tentang jumlah produk

Jumlah barang yang dibeli terserah konsumen. Lebih dari satu item dapat dibeli sekaligus. Saat pelanggan meminta jumlah yang tepat, bisnis harus membulatkan ke atas ke bilangan bulat terdekat.

f. Keputusan tentang waktu pembelian

Nasabah dapat memilih kapan akan membeli. Dalam hal ini, pelaku bisnis perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk memutuskan kapan akan membeli.

g. Keputusan tentang cara pembayaran

Pembeli memiliki opsi untuk melakukan pembayaran sekaligus atau menyebarkan biaya ke banyak pembayaran. Keputusan ini berimplikasi pada penjual dan harga yang bersedia mereka terima. Dalam hal ini, bisnis perlu mengetahui jenis metode pembayaran apa yang disukai pelanggan mereka.

2. Proses Pengambilan Keputusan

Ada lima cara atau tahap yang dilakukan seseorang untuk pengambilan keputusan pembelian, yaitu sebagai berikut: (Nugroho J. Setiadi, 2003)

a. Pengenalan masalah

Dalam tahap berikut nasabah diharuskan mengenali masalah atau kebutuhan, apakah itu berasal dari dalam atau luar. Agar bisnis berhasil, mereka harus belajar mengantisipasi keinginan, kebutuhan, dan masalah pasar sasaran mereka.

b. Pencarian informasi

Dalam tahap berikut, Konsumen mulai menyelidiki produk secara lebih mendalam. Konsumen melakukan pemrosesan selektif dalam pencarian informasi mereka, memilih dan memilih data yang paling mendukung pandangan dunia mereka yang sudah ada sebelumnya. Kegiatan seperti mencari informasi, membacanya dengan seksama, memahaminya, menghafalnya, dan mencari informasi lebih lanjut merupakan bagian dari pengolahan informasi.

c. Evaluasi alternatif

Dalam tahap berikut, Nasabah mempergunakan data berikut dalam membuat keputusan yang tepat tentang produk. Konsumen akan mengevaluasi fitur dari berbagai merek dan memilih salah satu yang paling memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka.

d. Keputusan pembelian

Dalam tahap berikut, Setelah berbagai merek dan karakteristik telah diurutkan menurut tingkat yang akan mengarah pada niat beli untuk merek pilihan, keputusan pembelian dapat dibuat. Perburuan toko tambahan, memutuskan apa yang akan dibeli, menghitung biaya, dll., adalah bagian dari proses belanja. Memiliki pengetahuan tentang kapan dan di mana harus berbelanja, bersama dengan sarana keuangan untuk melakukannya, menghasilkan transaksi yang sukses.

e. Perilaku pasca pembelian

Tahap ini dimana perilaku pasca pembelian nasabah didasarkan pada kepuasan atau ketidakpuasan mereka terhadap produk yang dibeli. Pekerjaan perusahaan tidak berakhir ketika nasabah membeli produk, melainkan apakah nasabah puas setelah menggunakan produk yang dibeli.

2.1.3 Pengetahuan

1. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan adalah semua yang dapat diketahui (KBBI, 2020). Reber, di sisi lain, berpendapat bahwa pengetahuan tidak lebih dari informasi yang dimiliki komunitas tertentu. Konsumen dapat mengambil manfaat dari memahami perbedaan antara Bank Islam dan Bank Tradisional untuk membuat keputusan yang lebih tepat.

Ujang Sumarwan mendefinisikan pengetahuan konsumen dalam istilah Women, Minor, dan Engel (Ujang Sumarwan, 2003). Apa yang kami sebut "pengetahuan konsumen" adalah jumlah total kesan dan pertemuan pembelanja dengan berbagai barang dan jasa.

2. Pembagian Pengetahuan Konsumen

Berikut merupakan pembagian pengetahuan konsumen: (Ujang Sumarwan, 2003)

a. Pengetahuan produk

Pengetahuan tentang suatu produk mencakup berbagai jenis informasi. Wawasan ini mungkin berkaitan dengan keakraban Anda dengan berbagai macam produk, merek, atribut, dan harga, serta pendapat Anda tentang produk tersebut.

b. Pengetahuan pembelian

Beberapa informasi yang digunakan pelanggan untuk memperoleh suatu produk termasuk dalam pengetahuan pembelian mereka. Mengetahui di mana dan kapan melakukan pembelian dikenal sebagai pengetahuan pembelian.

c. Pengetahuan pemakaian

Produk bekas sudah terbukti manfaatnya bagi konsumen. Produk hanya dapat memberikan manfaat yang dijanjikan dan tingkat kepuasan pelanggan jika konsumen dapat menggunakannya secara efektif. Cara terbaik untuk memastikan bahwa konsumen puas dengan suatu produk

adalah produsen memberikan instruksi yang jelas tentang cara menggunakannya.

2.1.4 Religiusitas

1. Pengertian Religiusitas

Religiusitas secara umum dapat berkaitan dengan agama oleh karenanya pengertian dari religiusitas dapat dirujuk pada pengertian agama. Agama dapat diartikan sebagai sistem simbol, sistem kepercayaan, sistem nilai, sistem perilaku yang maknawi. Ada implikasi dari kata “religiositas” bahwa ada aturan dan kewajiban yang harus dipenuhi oleh pemeluk agama tertentu. Ikatan individu atau komunitas dengan Tuhan, orang lain, dan lingkungan diperkuat oleh semua faktor ini (Abdul Malik, 2016).

Ada berbagai manifestasi keragaman agama dalam kehidupan masyarakat. Mengamalkan agama tidak selalu termasuk melakukan serangkaian ritual yang ditentukan (ibadah maghdah). Namun, hukum syariah dianut dalam kehidupan sehari-hari (ibadah ghairu maghdah), dan perbankan syariah digunakan sebagai bagian dari ekonomi muamalah (Deni & Yulihardi, 2017)

Segala kebaikan yang dilakukan oleh manusia karena beriman dan bertakwa merupakan contoh religiusitas karena mencerminkan cita-cita tinggi yang dianut oleh berbagai agama. Namun, DeJener berpendapat bahwa keyakinan agama merupakan motivator penting dan dapat berperan dalam membentuk berbagai perilaku dan tindakan konsumen (NasruIIah, 2015).

2. Dimensi-dimensi Religiusitas

Menurut Max Weber pembagian dimensi religiusitas berisikan lima dimensi pada tingkatan tertentu yang memiliki standar dalam Islam, yakni: (Dedi Suselo, 2018)

- a. Dimensi keyakinan ataupun akidah dalam agama Islam mengungkapkakan hubungan antara keyakinan seorang Muslim kepada Allah, para malaikat, para nabi/rasul, kitab-kitab Allah, dan Qadha dan Qadar, dan sejauh mana ia percaya pada kebenaran ajaran fundamental dan dogmatis Islam.
- b. Dimensi praktik keagamaan ataupun syariah, berarti seberapa ketat umat Islam mematuhi ketentuan dan rekomendasi agama mereka mengenai pelaksanaan ritual yang diperlukan. Sholat, puasa, zakat, haji ke Mekkah, bacaan Al-Qur'an, zikir, ibadah kurban, dan iktikaf di masjid selama bulan puasa semuanya termasuk dalam dimensi syariah dalam Islam.
- c. Dimensi pengalaman ataupun akhlak yakni bidang di mana orang dapat menemukan berbagai kutipan yang menggambarkan berbagai emosi. Takut akan penyesalan atas dosa masa lalu.
- d. Dimensi Pengetahuan Agama mencirikan pemahaman seseorang tentang doktrin agama, terutama yang berkaitan dengan Kutab suci. Penting bagi orang-orang dari dimensi ini untuk memiliki pemahaman yang kuat tentang prinsip-prinsip utama dari prinsip-prinsip agama dan filosofis yang berlaku.

- e. Dimensi keagamaan atau pengamalan ialah faktor yang bisa dipergunakan dalam mengamati seberapa besar tindakan sosial seseorang, seperti membantu mereka yang membutuhkan, diilhami oleh keyakinan agama mereka.

2.1.5 Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pendapat Lovelock, kualitas ialah tingkatan kualitas yang nasabah serta manajemen breed harapkan untuk menggapai kualitas tersebut dalam pemenuhan kebutuhan daripada konsumennya. Sementara pandangan Nirwana mengungkapkan bahwasanya kualitas pelayanan saat ini amat diperlukan dalam menggapai kepuasan daripada nasabah (Nirwana, 2004). Disisi lain pandangan Kloter, Pelayanan ataupun jasa ialah suatu perbuatan ataupun aktivitas yang disuguhkan pada satu pihak terhadap pihak lainnya yang bersifat tidak berwujud serta menimbulkan kepemilikan apapun.

Layanan berkualitas adalah perbuatan yang bisa satu pihak lakukan diperuntukkan pihak lainnya dengan imbalan kompensasi, namun tidak memunculkan bentuk kepemilikan properti apa pun. Mengukur kesempurnaan suatu produk atau jasa dalam hal desain dan kesesuaiannya adalah apa yang kita maksudkan ketika kita berbicara tentang kualitas (Khorif, 2021: 91). Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai seberapa baik layanan tersebut memenuhi kebutuhan audiens targetnya. Kualitas

layanan ditentukan oleh dua elemen utama: seberapa baik elemen-elemen tersebut sesuai dengan apa yang sebenarnya disediakan (Tjiptono, 2015:164).

Istilah "kualitas layanan" mengacu pada tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan setelah membeli barang atau jasa dari bisnis. Kepuasan ini didasarkan pada kesesuaian produk atau jasa dengan kebutuhan pelanggan, serta kemampuan produsen untuk memenuhi kebutuhan tersebut dalam batasan pasar pada saat itu (Muslim & Zaidi, 2008).

Kapasitas suatu produk (termasuk komoditas dan layanan) untuk memenuhi persyaratan pelanggan bergantung pada kualitasnya, yang merupakan fitur keseluruhan dan sifat pembeda. Mencapai hal-hal yang membuat orang lain bahagia adalah definisi lain dari kualitas (Zulfandi & Astri, 2019).

Kita mungkin mendefinisikan kualitas layanan sebagai standar dimana layanan dipegang oleh mereka yang diberikan, yaitu pelanggan. Tuntutan pelanggan harus menjadi titik awal untuk memastikan layanan berkualitas tinggi, dan pendapat mereka harus menjadi ukuran terakhir. Dengan kata lain, sudut pandang dan pengalaman pelanggan lebih penting daripada penyedia layanan dalam menentukan kualitas gambar.

2. Dimensi *Service Quality* (Dimensi Kualitas Pelayanan)

Dimensi *Service Quality* (Dimensi Kualitas Pelayanan): (Tatik Suryani, 2017)

- a. *Reability*. Keandalan mengacu pada konsistensi dan ketergantungan lembaga dalam memberikan layanan yang dijanjikan. Kualitas pekerjaan

harus sesuai dengan standar pelanggan. Ini termasuk memenuhi atau melampaui harapan di berbagai bidang seperti ketepatan waktu, layanan bebas kesalahan untuk semua konsumen, empati, dan presisi.

- b. *Responsiveness* atau ketanggapan, adalah kemampuan untuk membantu klien dan memberikan layanan yang cepat (responsif) dan sesuai dengan menyediakan informasi yang akurat dan mudah dipahami. Kualitas layanan suatu perusahaan akan terlihat negatif jika konsumen terus menunggu dalam jangka waktu yang lama tanpa penjelasan.
- c. *Assurance* atau jaminan dan kepastian, seperti keahlian, kesopanan, dan kapasitas staf perusahaan untuk membangkitkan kepercayaan terhadap produk dan layanan perusahaan di antara kliennya. Beberapa faktor berperan, termasuk komunikasi, keandalan, keamanan, keahlian, dan kesopanan.
- d. *Empathy* atau Keinginan dan kebutuhan pelanggan diprioritaskan melalui interaksi individu yang tulus. Jika sebuah bisnis berpusat pada pelanggan, mereka akan mengenal klien mereka luar dalam, yang berarti mereka dapat menyesuaikan layanan mereka untuk memenuhi kebutuhan mereka dan membuat mereka puas saat mereka buka untuk bisnis.
- e. *Tangibles* atau bukti nyata/fisik merupakan kemampuan untuk menunjukkan keberadaan suatu perusahaan kepada pihak luar. Penampilan dan fungsi prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan perusahaan adalah fasilitas fisik (bangunan bersih, toilet

umum, dll), perangkat dan peralatan yang digunakan (teknologi), dan penampilan karyawannya .

Ini adalah kerangka kerja dan alat universal untuk setiap interaksi dengan penyedia layanan. Kualitas layanan dapat dievaluasi dalam beberapa cara yang berbeda. Evaluasi pelanggan terhadap kualitas layanan mungkin berdampak langsung pada penyampaian layanan, dan kepribadian pelanggan individu sangat penting ketika mengevaluasi layanan. (Muslim & Zaidi, 2008).

2.1.6 Lokasi

1. Pengertian Lokasi

Setiap transaksi keuangan yang melibatkan cabang bank atau pusat administratifnya terjadi di lokasi fisik bank (Umiyati, 2018). Pada kenyataannya, ada beberapa jenis perusahaan perbankan yang berbeda. Di antaranya adalah lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi Anjungan Tunai Mandiri (ATM) (ATM). Oleh karena itu domisili bank adalah tempat di mana produk perbankan benar-benar digunakan, dan bank itu sendiri diatur dan diawasi sesuai dengan prinsip-prinsip hukum syariah Islam. Kasmir mengklaim bahwa salah satu aturan terpenting adalah mengetahui di mana bank berada (Kasmir, hlm. 163).

Lokasi adalah letak atau toko ritel dalam area strategis untuk dapat memaksimalkan pendapatan laba. Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam penentuan lokasi yaitu, meliputi: (Angelina dan Rotinsulu, 2015: 594)

- a. Akses, misalnya jalur mudah atau akses yang mudah dengan transportasi umum.
- b. Visibilitas, misalnya lokasi terlihat jelas ditepi jalan.
- c. Ekspansi, ini berarti ada cukup ruang untuk memperluas bisnis dimasa depan.
- d. Lingkungan, yaitu daerah yang mendukung layanan yang ditawarkan oleh perusahaan serta memiliki lingkungan yang aman.

Berdasarkan teori di atas, jelaslah bahwa yang dimaksud dengan lokasi dalam penelitian ini adalah lokasi yang strategis dalam kaitannya dengan aksesibilitas pelanggan, yang mencakup faktor-faktor seperti transportasi, lokasi penjualan, dan jarak antara perusahaan dan rumah. . Pelanggan lebih cenderung mengunjungi bisnis yang berada di lokasi utama, dengan akses mudah ke berbagai moda transportasi umum dan tempat parkir yang luas.

Tujuan penentuan lokasi bank:

- a. Memudahkan layanan nasabah dengan responsif dan mudah dijangkau.
- b. Instalasi mudah dan koneksi jaringan.
- c. Lokasi merupakan tempat di mana tata letak kantor dan pintu masuk maupun keluar yang mendukung penggunaan fasilitas pelayanan seperti tempat parkir, ruang pelayanan, dan ruang tunggu dapat diatur secara bebas, meningkatkan kenyamanan dan kepuasan nasabah saat menggunakan produk dan jasa bank.

- d. Tata letak di dalam kantor menyediakan sistem antrian yang efektif tapi sekaligus efisien.
- e. Memudahkan tenaga kerja penggerak kantor bank dalam mencapainya.

2. Pertimbangan Penentuann Lokasi

Penentuan lokasi bank tidak dapat dilakukan secara sembarangan, tetapi harus dipertimbangkan dengan baik, berikut faktor pertimbangan penentuan lokasi: (Kasmir, hlm.166)

- a. Dekat kawasan industri atau pabrik
- b. Dekat kantor
- c. Dekat dengan pasar-pasar tradisional maupun modern
- d. Dekat dengan perumahan dan komunitas
- e. Pertimbangan jumlah pesaing di lokasi tersebut

3. Pertimbangan Penentuan *Layout* Gedung dan Ruangan

Pertimbangan *layout* gedung sebagai berikut: (Kasmir, hlm. 169)

- a. Bentuk bangunannya yang memberikan kesan keaslian yang artinya bangunan tersebut terlihat megah dan terlihat bersih.
- b. Ketenangan pikiran ditempat parkir yang luas.
- c. Pertimbangan juga harus diberikan pada keamanan di sekitar gedung, termasuk penempatan penjaga keamanan jika diperlukan.
- d. Tersedianya tempat ibadah yang nyaman, dan terletak di gedung sendiri.
- e. Tersedianya telepon umum atau fasilitas khusus untuk nasabahnya.

Sedangkan untuk *layout* ruangan adalah: (Kasmir, hlm. 169)

- a. Suasana ruangan luas dan santai.

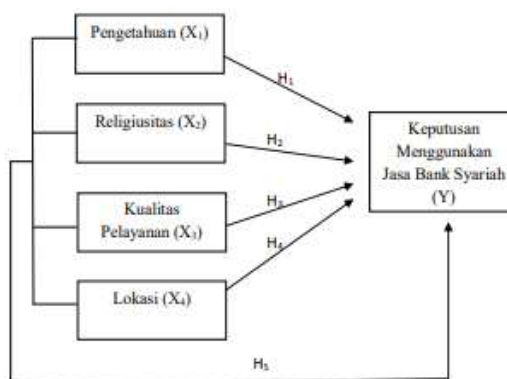
- b. Penataan kursi dan meja yang tertata rapi dan mudah dipindahkan.
- c. Dekorasi menarik yang membuat ruangan terasa hidup.
- d. Sarana hiburan, seperti musik Iembut, membuat para tamu atau nasabah dalam suasana hati yang baik dan menghilangkan kebosanan.

2.2 Tinjauan Pustaka

Dalam penelitian ini, peneliti bermaksud mengkaji secara khusus mengenai bagaimana pengaruh variabel pengetahuan, variabel religiusitas, variabel kualitas pelayanan dan variabel lokasi terhadap keputusan dalam menggunakan produk Bank Syariah.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori mengenai hubungan antara variabel dependen (Y) yaitu keputusan Mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta Prodi Perbankan Syariah tahun 2018 menggunakan produk Bank Syariah dengan variabel independen (X) yakni pengetahuan (X_1), religiusitas (X_2), kualitas pelayanan (X_3), dan lokasi (X_4). Maka dapat dikembangkan kerangka konseptual berikut ini:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena anggapan mungkin benar atau tidak dan sering digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan pemecahan persoalan ataupun untuk dasar penelitian lebih lanjut. Didasarkan pada teori relevan belum pada fakta – fakta empiris (Sugiyono, 2015). Berdasarkan kerangka berfikir, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1 : Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah dalam menggunakan produk Bank Syariah.

H2 : Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah dalam menggunakan produk Bank Syariah.

H3 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah dalam menggunakan produk Bank Syariah.

H4 : Lokasi Bank Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah dalam menggunakan produk Bank Syariah.

H5 : Pengetahuan, religiusitas, kualitas pelayanan dan lokasi Bank Syariah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Mahasiswa Perbankan Syariah dalam menggunakan produk Bank Syariah.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai dari awal perencanaan penyusunan sampai terselesinya laporan penelitian, dimulai kurang lebih pada bulan September. Penelitian ini akan dilaksanakan dengan menyebarkan kuisioner pada mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2018.

3.2 Jenis Penelitian

Metode kuantitatif diterapkan dalam penyelidikan ini. Meneliti hubungan timbal balik dari variabel yang berbeda adalah inti dari penelitian kuantitatif, yang digunakan untuk memverifikasi hipotesis dan menarik kesimpulan. Untuk menerapkan pendekatan statistik pada data yang diberikan pengukuran ini, pertama-tama kita harus mendapatkannya (Creswell, 2012: 5).

Menurut pendapat Azwar (2011:5) penelitian inferensi (yang merupakan bagian dari pengujian hipotesis) seringkali mengambil pendekatan kuantitatif dan menyimpulkan dari temuan mereka bahwa hipotesis nol tidak dapat ditolak. Perbedaan kelompok yang signifikan atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti dapat diperoleh dengan menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data yang ekstensif merupakan ciri khas penelitian kuantitatif.

3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan semua benda atau orang yang darinya dapat ditarik kesimpulan tentang benda atau orang tersebut dan sifat-sifatnya (Muhamad, p. 161).

Sementara itu, Azwar mendefinisikan populasi sebagai sekumpulan individu yang dapat ditarik kesimpulan menyeluruh dari sebuah penelitian. Kelompok yang dipelajari harus unik dalam beberapa hal yang tidak dapat dicapai dengan mempelajari kelompok lain (Azwar, 2011: 77). Peserta merupakan angkatan 2018 Program Studi Perbankan Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian populasi yang diteliti atau sebagian dari subyek yang mewakili seluruh populasi (*universum*) penarikan sampel ini dilakukan agar pengumpulan sampel akan lebih relatif jauh lebih singkat. Menurut Sugiyono bahwa "sampel adalah sebagian besar jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut" (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang digunakan penulis adalah sebanyak 100 responden dari seluruh mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2018.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Sampling adalah metode yang digunakan untuk memilih dan mengambil populasi untuk digunakan sebagai sampel yang representatif

(mewakili). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* yaitu jenis sampel yang tidak dipilih secara acak (Muhamad, hlm. 162).

3.4 Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh atau yang dikumpulkan langsung di lapangan oleh yang bersangkutan yang memerlukannya (Dwi Kartni, 2016). Data primer adalah data yang berhubungan langsung dengan tujuan penelitian, yaitu diperoleh melalui penyebaran kuisisioner yang menyangkut pengaruh pengetahuan, religiusitas, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan dalam menggunakan produk Bank Syariah.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari penyebaran kuisisioner. Survei, atau kuisisioner, adalah teknik pengumpulan data yang memberikan pertanyaan atau instruksi tertulis kepada responden untuk dijawab. Teknik kuisisioner efektif bila peneliti memiliki pemahaman yang jelas tentang variabel yang akan diukur dan apa yang diharapkan dari responden (Sugiono, 2015: 142).

3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu perlengkapan dari sekelompok objek yang diteliti yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lain dalam

kelompok tersebut. Variabel mempunyai bermacam- macam bentuk menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lainnya, yaitu: (Husein Umar, 2014)

- a. Variabel independen (X), yaitu variabel yang menyebabkan terjadinya/akibat dari variabel dependen.
- b. Variabel dependen (Y), yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel independen.

3.7 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Pengetahuan (X ₁)	Pengetahuan adalah kumpulan informasi yang dimiliki oleh seorang atau kelompok, atau budaya tertentu. Pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui (KBBI, 2020)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pengetahuan Produk ✓ Pengetahuan Pembelian ✓ Pengetahuan Pemaikan
2.	Religiusitas (X ₂)	Religiusitas secara umum dapat berkaitan dengan agama oleh karenanya pengertian dari religiusitas dapat dirujuk pada pengertian agama. Agama dapat diartikan sebagai sistem simbol, system kepercayaan, sistem nilai, sistem perilaku yang maknawi (Abdul Malik, 2016)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Keyakinan ✓ Praktik Keagamaan ✓ Pengalaman/akhla k ✓ Pengetahuan Agama ✓ Pengamalan
3.	Kualitas Pelayanan (X ₃)	Kualitas Pelayanan adalah salah satu penentu penting dalam keberhasilan bank, tetapi seringkali kualitas layanan sangat sulit untuk diukur karena cirinya yang khas (Zulfandai & Astri, 2019)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Reliability</i> ✓ <i>Responsiveness</i> ✓ <i>Assurance</i> ✓ <i>Empathy</i> ✓ <i>Tangibles</i>
4.	Lokasi (X ₄)	lokasi adalah letak atau toko ritel dalam area strategis	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Akses</i> ✓ <i>Visibilitas</i>

		untuk dapat memaksimalkan pendapatan laba. Sedangkan lokasi bank merupakan tempat dimana diperjual belikannya produk sebuah cabang bank maupun pusat penendalian unit perbankan (Angelina dan Rotinsulu, 2015)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ <i>Ekspansi</i> ✓ Lingkungan
5	Keputusan (Y)	Keputusan adalah sebuah tindakan yang dilakukan oleh seseorang secara sadar dan atas keinginan individu (Nirwana, hlm. 16)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pengenalan Masalah ✓ Pencarian Informasi ✓ Evaluasi Alternatif ✓ Keputusan Pembelian

3.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis linear berganda dengan menggunakan program komputer yaitu *Software Statistical Package for the Social Science* (SPSS) versi 20 dan Microsoft Excel 2010. Berikut metode yang digunakan dalam menganalisis data adalah:

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Informasi dikatakan valid jika dapat disimpulkan dari pertanyaan yang diajukan dalam survei tentang konstruk yang dipelajari. Aspek-aspek tertentu dari pertanyaan kuesioner diperiksa dalam kaitannya dengan yang lain. Untuk mengetahui seberapa baik suatu tes atau tes menjalankan fungsi ukurannya, maka dilakukan uji validitas. Hasil suatu pengukuran dikatakan valid apabila sesuai dengan harapan peneliti dan hasilnya dapat dirangkum dengan menggunakan alat ukur tersebut.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas “merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan maupun pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner”. Pada teknik reliabilitas adalah teknik yang dikatakan baik apabila memiliki nilai *Alpha Cronbach* lebih dari 0,60. Dalam bukunya, Sujianto berpendapat bahwa: (Agus Eko S, 2009)

Reliabilitas sendiri adalah hal yang didapat dari sebuah ukuran Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya yang kita percaya. Reliabilitas itu didapat sesuai guna memperoleh data yang sesuai dengan hal atau tujuan yang diukur. Hal tersebut dapat diperoleh maka haruslah uji reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah hal yang mempunyai tujuan agar paham sampel yang diambil dari sebuah populasi yang normal atau tidak dapat diuji dengan berbagai teknik seperti analisis parametik, namun jika datanya tidak normal, maka digunakan metode statistik nonparametrik. Uji Satu Sampel Kolmogorov-Smirnov dilakukan pada tingkat signifikansi 0,05 untuk menentukan apakah distribusi sampel normal. Jika tingkat

signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data dianggap berdistribusi teratur.

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah kondisi hubungan linier atau korelasi yang tinggi antara masing-masing variabel independen dalam model regresi linier berganda. Multikolinieritas biasanya terjadi ketika sebagian besar variabel yang digunakan dalam model regresi saling berhubungan. Untuk mendeteksi multikolinieritas dapat dilihat dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai $VIF \leq 5$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini adalah sebuah uji yang berfungsi sebagai penentu apakah ada hal yang sama antar varian dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Adapun syarat yang harus tidak adanya sebuah heterosdasitas dan untuk tau apakah ini maka diperlukan sebuah uji dengan membandingkan antara *t-tabel* dan *t-hitung*, yaitu:

- 1) Jika nilai $t\text{-tabel} \leq t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$, berarti tidak terdapat heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, berarti terdapat heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Uji R Square

Cara menghitung sejauh mana variabel independen (X) tertentu mempengaruhi variabel dependen tertentu (Y). Sebagaimana dinyatakan dalam aturan, jika koefisien determinasi (R^2) lebih besar dari satu, maka variabel bebas dapat dijelaskan lebih baik daripada variabel terikat. Dengan kata lain, kemampuan model untuk menjelaskan bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin meningkat. Namun, jika koefisien determinasi (R^2) menurun atau mendekati nol, hal ini menunjukkan bahwa model yang digunakan tidak cukup untuk menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Menurut penelitian terbaru (Isdianto, 2017).

b. Uji F

F-statistik pada dasarnya menunjukkan jika semua variabel independen dalam model memiliki efek gabungan pada variabel dependen. Dalam penelitian ini, kami menggunakan keluaran SPSS untuk menguji hipotesis, dan kriteria untuk melakukannya pada tingkat signifikansi 0,05 adalah sebagai berikut. Ini menurut Imam Ghazali (halaman 98).

- 1) Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak kesimpulannya terdapat pengaruh signifikan.
- 2) Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima kesimpulannya tidak ada pengaruh signifikan.

H_0 ditolak dengan syarat karena variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat jika $F_{hitung} > F_{tabel}$. Selain itu, jika nilai numerik F lebih kecil dari nilai numerik F pada tabel, maka hipotesis nol (H_0) diterima, yang menunjukkan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh gabungan terhadap variabel dependen.

c. Uji T

Digunakan untuk menguji hubungan yang dihipotesiskan antara masing-masing variabel independen dan variabel dependen. Untuk penelitian ini, Ghazali menyarankan menggunakan uji-t untuk mengetahui sejauh mana kontribusi masing-masing variabel independen terhadap penjelasan variabel dependen. Uji-t menggunakan logika berikut untuk mencapai determinasinya "(Imam Ghazali, 2012)"

- 1) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel (Y).
- 2) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel (Y).

Dengan ketentuan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya masing-masing variabel X tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah. Dan sebaliknya, apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya masing-masing variabel X berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah.

4. Analisis Regresi Sederhana

Hubungan linier antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) menjadi dasar analisis regresi linier sederhana (Y). Apakah hubungan antara variabel independen dan dependen positif atau negatif, dan apakah nilai variabel dependen dapat diprediksi atau tidak berdasarkan perubahan nilai independen, analisis regresi sederhana dapat membantu. Untuk tujuan regresi sederhana, skala data input adalah rasio atau interval. Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (variabel terikat)

X = Variabel independent (variabel bebas)

a = Konstanta (nilai dari Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Data dan Hasil Analisis Data

4.1.1 Hasil Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas adalah untuk menentukan seberapa akurat suatu tes atau tes menyelesaikan fungsi yang ditentukan. Jika suatu alat ukur akurat dan mengukur hal yang benar, atau jika dapat memberikan hasil yang diharapkan peneliti, maka alat tersebut dikatakan valid. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara nilai R_{hitung} dan R_{tabel} bila menggunakan taraf signifikansi 5% ($p=0,05$) dan jumlah sampel $N=100$ ($df=100-2$, tabel df ke-98 = 0,1965). Berikut adalah hasil uji validitas dari penelitian ini:

a. Variabel Pengetahuan

Tabel 4. 1
Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan

Butir Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X_1	0,872	0,1965	Valid
X_2	0,877	0,1965	Valid
X_3	0,904	0,1965	Valid

Sumber: Data Primer (diolah), 2022

Berdasarkan kriteria item dimana nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$, dengan nilai r_{tabel} sebesar 0,1965 maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan variabel pengetahuan dinyatakan valid. Ini menunjukkan bahwa semua

klaim tentang variabel pengetahuan dapat dianggap benar selama penyelidikan.

b. Variabel Religiusitas

Tabel 4. 2
Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas

Butir Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X ₁	0,829	0,1965	Valid
X ₂	0,806	0,1965	Valid
X ₃	0,765	0,1965	Valid
X ₄	0,822	0,1965	Valid
X ₅	0,826	0,1965	Valid

Sumber: Data Primer (diolah), 2022

Berdasarkan data pada tabel 4.2 dapat dinyatakan bahwa pernyataan variabel Religiusitas dinyatakan sah, yang ditunjukkan dengan kondisi item dimana nilai Rhitung > Rtabel, dengan nilai rtabel sebesar 0,1965. Hal ini menunjukkan bahwa setiap jawaban pada variabel religiusitas dapat dianggap benar.

c. Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4. 3
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Butir Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X ₁	0,786	0,1965	Valid
X ₂	0,850	0,1965	Valid
X ₃	0,843	0,1965	Valid
X ₄	0,814	0,1965	Valid
X ₅	0,779	0,1965	Valid

Sumber: Data Primer (diolah), 2022

Kriteria item dimana nilai Rhitung > Rtabel, dengan nilai rtabel 0,1965, membuat kita menyimpulkan bahwa pernyataan variabel Trust

dinyatakan valid. Hal ini menunjukkan bahwa semua hipotesis tentang variabel kualitas pelayanan dapat diterima kebenarannya.

d. Variabel Lokasi

Tabel 4. 4
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi

Butir Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X ₁	0,798	0,1965	Valid
X ₂	0,847	0,1965	Valid
X ₃	0,850	0,1965	Valid
X ₄	0,806	0,1965	Valid

Sumber: Data Primer (diolah), 2022

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa terdapat empat item pernyataan variabel lokasi yang telah dinyatakan valid berdasarkan kriteria item dimana nilai Rhitung lebih besar dari Rtabel, dimana rtabel sama dengan 0,1965. Semua klaim yang dibuat tentang variabel kualitas layanan dapat diterima dengan aman atas dasar ini.

e. Variabel Keputusan

Tabel 4. 5
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan

Butir Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Y ₁	0,800	0,1965	Valid
Y ₂	0,845	0,1965	Valid
Y ₃	0,759	0,1965	Valid
Y ₄	0,856	0,1965	Valid

Sumber : Data Primer (diolah), 2022

Berdasarkan kriteria item dimana nilai Rhitung > Rtabel, dengan nilai rtabel sebesar 0,1965, dapat ditarik kesimpulan bahwa minat menyimpan pernyataan variabel dinyatakan valid untuk semua 7 item

pada tabel 4.5. Hal ini menunjukkan bahwa semua hipotesis pada variabel dependen dapat diterima sebagai benar.

2. Uji Reabilitas

Menurut buku Sujianto (Agus Eko S, 2009), jika suatu instrumen dapat dipercaya untuk memberikan pembacaan yang akurat, maka instrumen tersebut harus digunakan untuk melakukannya. Untuk hasil yang akurat sesuai dengan tujuan pengukuran, keandalan instrumen sangat penting. Untuk melakukannya, uji reliabilitas Cronbach's Alpha dilakukan, dengan hasil yang ditunjukkan pada skala dari 0 hingga 1. Jika skor Cronbach's Alpha suatu variabel lebih dari 0,60 atau 0,70, itu dianggap kredibel.

Tabel 4. 6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pengetahuan	0,861	Reliabel
Religiusitas	0,868	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,872	Reliabel
Lokasi	0,843	Reliabel
Keputusan	0,830	Reliabel

Sumber : Data Primer (diolah), 2022

Berdasarkan tabel 4. dapat disimpulkan bahwa dari seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ sehingga dapat dinyatakan bahwa pernyataan dari setiap variabel dapat dikatakan reliabel.

4.1.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas ini berusaha untuk memastikan apakah populasi sampel mengikuti distribusi normal. Metode analitik parametrik dapat digunakan dalam pengujian jika data terdistribusi normal, tetapi pendekatan nonparametrik harus digunakan jika data tidak mengikuti distribusi normal. Jika p-value lebih besar dari 0,05, maka data dianggap terdistribusi secara teratur. Diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 7
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.86126224
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.042
	Negative	-.056
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data Primer (diolah), 2022

Kolom Asymp Tabel 4.7 menunjukkan hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Satu Sampel untuk menentukan normalitas data. Tingkat signifikansi (2-tailed): $0,200 > 0,05$. Ima variabel penelitian ini berdistribusi normal jika dan hanya jika uji normalitas menghasilkan tingkat signifikansi 0,05 atau lebih tinggi.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel bebas dalam model regresi linier berganda yang satu dengan lainnya berkorelasi tinggi. Penyebab paling umum dari multikolinieritas dalam model regresi adalah adanya variabel yang berkorelasi. Variance Inflation Factor (VIF) dapat digunakan untuk mengidentifikasi multikolinieritas. Jika nilai VIF kurang dari 10, multikolinieritas tidak terjadi.

Tabel 4. 8
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.515	.600		.858	.393		
1 TOTAL_X1	.126	.058	.118	2.158	.033	.384	2.605
TOTAL_X2	.272	.064	.342	4.227	.000	.175	5.704
TOTAL_X3	.259	.078	.316	3.308	.001	.126	7.926
TOTAL_X4	.221	.092	.222	2.399	.018	.134	7.456

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

Sumber : Data Primer (diolah), 2022

Tabel 4.8 menampilkan hasil uji multikolinieritas; nilai VIF 2,605 < 10, dan nilai tolerance 0,384 > 0,10, menunjukkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas dengan variabel pengetahuan. Variabel religiusitas memiliki VIF sebesar 5704 > 10 dan nilai tolerance 0,175 > 0,10, sesuai dengan temuan uji multikolinieritas. Variabel kualitas layanan ditemukan memiliki VIF sebesar 7,926 > 10 dan toleransi 0,126 > 0,10 pada hasil uji

multikolinearitas. Selain itu, variabel lokasi memiliki VIF 7,456 10 dan Toleransi 0,134 > 0,10, sesuai dengan temuan uji multikolinearitas. Oleh karena itu, variabel independen tidak multikolinier.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas dengan membandingkan antara nilai *t-tabel* dengan *t-hitung*, yaitu:

- a. Jika nilai $t\text{-tabel} \leq t\text{-hitung} \leq t\text{-tabel}$, berarti tidak terdapat heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ atau $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, berarti terdapat heteroskedastisitas.

Tabel 4. 9
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	.266	.353		.753	.453
1	TOTAL_X1	-.024	.034	-.113	-.701	.485
	TOTAL_X2	.041	.038	.261	1.091	.278
	TOTAL_X3	-.062	.046	-.383	-1.361	.177
	TOTAL_X4	.069	.054	.347	1.270	.207

a. Dependent Variable: ABS_RES1

Sumber : Data Primer (diolah), 2022

Semua variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 seperti terlihat pada tabel 4.9. Sehingga diperoleh nilai variabel pengetahuan sebesar 0,485, variabel religiusitas sebesar 0,278, variabel kualitas pelayanan sebesar 0,177, dan variabel lokasi sebesar 0,207. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa heteroskedastisitas tidak terdapat dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

4.1.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Ketika hanya ada satu variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y), kita menggunakan teknik yang disebut analisis regresi linier sederhana. Jika ingin mengetahui apakah hubungan antara variabel independen dan dependen positif atau negatif, dan jika ingin mengetahui apa yang akan terjadi pada nilai variabel dependen jika nilai variabel independen berubah, maka analisis regresi sederhana adalah caranya untuk pergi. Hasil uji regresi linier berganda dalam model ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 10
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.515	.600		.858	.393		
1 TOTAL_X1	.126	.058	.118	2.158	.033	.384	2.605
TOTAL_X2	.272	.064	.342	4.227	.000	.175	5.704
TOTAL_X3	.259	.078	.316	3.308	.001	.126	7.926
TOTAL_X4	.221	.092	.222	2.399	.018	.134	7.456

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

Sumber : Data Primer (diolah), 2022

Berdasarkan pengelolaan hasil output diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,515 + 0,126 X_1 + 0,272 X_2 + 0,259 X_3 + 0,221 X_4 + e$$

Intrepretasi dari hasil persamaan regresi linier berganda di atas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) sebesar 0,515, artinya bahwa jika variabel pengetahuan, religiusitas, kualitas pelayanan dan lokasi dianggap konstan, maka rata-rata minat menabung (Y) di bank syariah sebesar 0,515.
2. Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan (X_1) adalah sebesar 0,126 berarti jika variabel independen lain nilainya tetap dan pengetahuan mengalami kenaikan 1 satuan, maka akan mengalami kenaikan variabel minat menabung di bank syariah sebesar 0,126.
3. Nilai koefisien regresi variabel religiusitas (X_2) adalah 0,175 berarti jika variabel independen lain nilainya tetap dan Promosi mengalami kenaikan 1 satuan, maka akan mengalami kenaikan variabel minat menabung di bank syariah sebesar 0,175.
4. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_3) adalah sebesar 0,272 berarti jika variabel independen lain nilainya tetap dan Kepercayaan mengalami kenaikan 1 satuan, maka akan mengalami kenaikan variabel minat menabung di bank syariah sebesar 0,272.
5. Nilai koefisien regresi variabel religiusitas (X_4) adalah 0,221 berarti jika variabel independen lain nilainya tetap dan Promosi mengalami kenaikan 1

satuan, maka akan mengalami kenaikan variabel minat menabung di bank syariah sebesar 0,221.

Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dengan menguji koefisien regresi. Koefisien yang lebih besar menunjukkan pengaruh yang lebih tinggi dari unsur-unsur tersebut. Berdasarkan data di atas, variabel X13 (kualitas pelayanan) dengan nilai 0,259 memiliki pengaruh terbesar terhadap baik tidaknya konsumen lembaga keuangan syariah menabung.

4.1.4 Uji Hipotesis

1. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Apakah semua variabel independen dalam model memiliki pengaruh gabungan pada variabel dependen adalah apa yang diungkapkan oleh uji statistik F. Berikut ini adalah kriteria pengujian hipotesis yang ditetapkan dengan menggunakan output SPSS dan tingkat signifikansi = 0,05: (Imam Ghazali, hlm. 98)

- a. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat jika diambil secara bersama-sama jika nilai $F_{taksiran}$ lebih besar dari tingkat signifikansi F_{tabel} sebesar 0,05. Dalam rumus ini, N adalah jumlah sampel, k adalah jumlah faktor yang diuji, $df_1 = k-1$ ($5-1$) = 4, dan $df_2 = n-k = (100-5) = 95$. Nilai F_{tabel} dari 2.47.

Tabel 4. 11
Hasil Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	600.205	4	150.051	194.114	.000 ^b
Residual	73.435	95	.773		
Total	673.640	99			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X4, TOTAL_X1, TOTAL_X2, TOTAL_X3

Sumber : Data Primer (diolah), 2022

Hasil uji statistik F ditampilkan pada tabel di atas, dimana fhitung sebesar 194,114 dan f tabel sebesar 2,47. Karena jumlah total pengamatan lebih dari dua jumlah pengamatan dalam tabel dan tingkat signifikansi kurang dari 0,05, kami menarik kesimpulan ini. Hal ini menyanggah Ho dan mendemonstrasikan Ha, menunjukkan bahwa angkatan 2018 pada Program Studi Perbankan Syariah UIN Raden Mas Said Surakarta dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pendidikan, iman, kualitas layanan, dan geografi.

2. Uji Parsial (Uji T)

Untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Menurut akun Ghozali, t-test digunakan untuk menilai kepentingan relatif dari banyak variabel independen dalam memberikan penjelasan untuk variabel dependen. Untuk mencapai kesimpulan, uji-t mempertimbangkan faktor-faktor berikut: (Imam Ghazali, 2012)

- a. Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel (Y).

- b. Jika nilai t hitung $<$ t tabel maka variabel bebas (X) tidak berpengaruh terhadap variabel (Y).

Nilai $df = n - k - 1 = (100 - 5 - 1) = 94$, n = jumlah sampel, k = jumlah variabel, dengan taraf signifikansi dua sisi sebesar 0,025. Diperoleh nilai t tabel sebesar 1,98552. Hasil uji parsial dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 12
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.515	.600		.858	.393		
1 TOTAL_X1	.126	.058	.118	2.158	.033	.384	2.605
TOTAL_X2	.272	.064	.342	4.227	.000	.175	5.704
TOTAL_X3	.259	.078	.316	3.308	.001	.126	7.926
TOTAL_X4	.221	.092	.222	2.399	.018	.134	7.456

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

Sumber : Data Primer (diolah), 2022

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, berikut penjelasan bukti hipotesis:

- Hipotesis pertama mengemukakan bahwa tingkat “pengetahuan” berpengaruh signifikan terhadap pemilihan produk perbankan syariah. Tabel sebelumnya menunjukkan bahwa faktor pengetahuan mempengaruhi keputusan untuk menggunakan produk bank syariah, sehingga menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_a) pada tingkat signifikansi $0,033 = 0,05$.
- Hipotesis kedua adalah bahwa pemilihan layanan perbankan syariah tidak terkait dengan identifikasi agama klien. Karena t hitung = $4,277 >$ t tabel =

1,98498, dan $0,000 \geq 0,05$ signifikan secara statistik, kami menerima H_a dan menolak H_0 . Oleh karena itu, keputusan masyarakat untuk menggunakan jasa perbankan syariah atau tidak dipengaruhi oleh keyakinan agamanya.

3. Gagasan bahwa preferensi nasabah terhadap produk perbankan syariah tidak berhubungan dengan kualitas layanan yang diberikan. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk bank syariah (t hitung = 3,308 > t tabel = 1,98498, $0,001 \geq 0,05$), dengan H_a diterima tetapi H_0 ditolak.
4. Hipotesis keempat menyatakan bahwa tidak ada korelasi antara adopsi produk bank syariah dan faktor regional. Tabel 1 mengungkapkan bahwa ada beberapa bukti bahwa lokasi geografis mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk perbankan syariah, dengan H_a diterima dan H_0 ditolak pada tingkat signifikan $0,018 \geq 0,05$.

4.1.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk menentukan seberapa besar pengaruh X terhadap Y , dimana Y adalah variabel dependen (Y). Jika variabel dependen memiliki koefisien determinasi (R^2) yang tinggi, maka kita tahu bahwa itu memberi tahu kita banyak tentang variabel independen (aturan praktis). Kapasitas model untuk menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen meningkat sebagai hasilnya. Ketika kemampuan model untuk memperhitungkan pengaruh variabel independen yang dipertanyakan terhadap variabel dependen dibatasi oleh

koefisien determinasi (R^2) yang rendah atau nol, dapat disimpulkan bahwa pekerjaan lebih lanjut diperlukan. Seperti di lansir (Isdianto, 2017).

Tabel 4. 13
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.944 ^a	.891	.886	.87921

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X4, TOTAL_X1, TOTAL_X2, TOTAL_X3

b. Dependent Variable: TOTAL_Y1

Sumber: Data Primer (diolah), 2022

Seperti yang terlihat pada tabel di bawah ini, model ringkasan memiliki nilai R^2 sebesar 0,891 (atau 89,1%). Temuan ini menunjukkan bahwa perbedaan dalam pendidikan, agama, kualitas layanan, dan lokasi geografis menyumbang 89,1% dari varians dalam variabel pilihan. sedangkan variabel asing yang tidak termasuk dalam analisis kami menyumbang 10,9%.

4.2 Pembahasan dan Hasil Analisis Data

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh pengetahuan (X_1) terhadap keputusan dalam menggunakan produk bank syariah (Y)

Pengetahuan (X_1) terbukti menjadi prediktor yang signifikan terhadap preferensi nasabah terhadap produk perbankan syariah dalam kumpulan data yang diproses (Y). Klaim ini didukung oleh hasil uji-t (parsial) yang menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} = 2,158 > t_{tabel} = 1,98552$ lebih besar dari

ambang signifikansi $0,033 = 0,05$. Dengan demikian, kredit diberikan pada informasi yang “memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pertimbangan dalam memilih produk bank syariah” (H1).

Pada tahun 2018, assessment yang dilakukan oleh Program Perbankan Syariah Universitas Raden Mas Said Surakarta mengungkapkan bahwa pengetahuan mahasiswa memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perluasan penggunaan produk bank syariah. Oleh karena itu, kemungkinan mahasiswa akan menggunakan layanan yang disediakan oleh bank syariah meningkat sebanding dengan tingkat pengenalan mereka terhadap perbankan syariah.

2. Pengaruh religiusitas (X_2) terhadap keputusan dalam menggunakan produk bank syariah (Y)

Analisis data pelanggan memberikan bukti empiris yang menunjukkan bahwa afiliasi agama pelanggan (X_2) memengaruhi pilihan mereka untuk layanan keuangan Islam (Y). Karena dari hasil uji t (parsial) diketahui bahwa nilai thitung = $4,277 > ttabel = 1,98498$ berbeda signifikan dengan $0,00 = 0,05$. Hal ini mendukung H2, yang menyatakan bahwa “agama sangat mempengaruhi penilaian dalam menggunakan produk bank syariah,” yang juga kami temukan benar.

Mahasiswa angkatan 2018 perbankan syariah Universitas Raden Mas Said Surakarta, Indonesia, telah teruji dan terbukti lebih berpeluang memanfaatkan produk bank syariah jika mereka beragama. Untuk alasan ini, tingkat semangat keagamaan di kalangan siswa memiliki pengaruh langsung

pada kecenderungan mereka untuk menggunakan barang-barang bank syariah saat ini.

3. Pengaruh kualitas pelayanan (X_3) terhadap terhadap keputusan dalam menggunakan produk bank syariah (Y)

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa X_3 (service quality) merupakan faktor yang signifikan dalam keputusan nasabah untuk menggunakan produk perbankan syariah. Hasil uji-t (parsial) menunjukkan hal ini; khususnya, kita tahu bahwa pada tingkat signifikansi 0,05/0,01, $t_{hitung} = 3,308$ dan $t_{tabel} = 1,98498$. Hal ini membuat kami setuju dengan Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa “kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap penilaian dalam mengadopsi produk bank syariah”.

Hasil survei dan focus group dengan mahasiswa program Perbankan Syariah Universitas Raden Mas Said Angkatan 2018 menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan merupakan faktor kunci untuk membuat lebih banyak orang menggunakan produk bank syariah. Dengan cara ini, kualitas layanan yang diberikan kepada siswa oleh bank syariah mempengaruhi kemungkinan mereka akan menggunakan produk bank syariah.

4. Pengaruh lokasi (X_4) terhadap terhadap keputusan dalam menggunakan produk bank syariah (Y)

Menurut angka, orang lebih cenderung menggunakan layanan perbankan syariah jika mereka tinggal di belahan dunia tertentu (variabel X_4) (Y). Hasil uji-t (parsial) mengonfirmasi hal ini; khususnya, kita mendapatkan nilai $t_{hitung} = 2,399 > t_{tabel} = 1,98498$, yang secara statistik signifikan pada

tingkat $0,018 \geq 0,05$. Sejak "lokasi memiliki pengaruh yang cukup besar pada pilihan dalam menggunakan produk bank syariah," kami menemukan H4 meyakinkan.

Berdasarkan evaluasi, situs tersebut sangat bermanfaat dalam mendorong penggunaan produk perbankan syariah di kalangan mahasiswa perbankan syariah angkatan 2018 Universitas Raden Mas Said Surakarta. Artinya, semakin banyak siswa mempelajari perbankan syariah, semakin besar kemungkinan mereka menggunakan produk bank syariah.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Hasil Dapat disimpulkan sebagai berikut berdasarkan penelitian pada mahasiswa Perbankan Syariah tentang pengaruh pengetahuan, religiusitas, kualitas pelayanan, dan lokasi dari responden terhadap keputusan penggunaan produk

1. Pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan produk bank syariah
2. Religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan produk bank syariah
3. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan produk bank syariah
4. Lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan penggunaan produk bank syariah

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Kuisisioner disebar hanya melalui *google form* secara online sehingga peneliti tidak mampu menjelaskan secara rinci kepada responden.
2. Ruang lingkup penelitian ini terbatas yaitu hanya pada mahasiswa Perbankan Syariah 2018 Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

5.3 Saran

Berikut saran penulis untuk melakukan penelitian selanjutnya terhadap pihak-pihak yang terlibat dalam kasus ini, berdasarkan dalam kesimpulan sebelumnya:

1. Pengetahuan, dari respon responden memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan produk bank syariah, menurut temuan ini. Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa menggunakan produk bank syariah.
2. Peneliti berikutnya diharapkan untuk memperluas ruang lingkup penelitian mereka untuk memasukkan sebagai kriteria responden selain dari mahasiswa Perbankan Syariah 2018 UIN Raden Mas Said Surakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, K. P. (1992). *Apa dan Bagaimana Bank Islam Yogyakarta*. Yogyakarta:2.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah*. Jakarta: Gema Insani.
- Ansori, A. (2017). *Penerapan E-banking Syariah pada Sistem Informasi Manajemen Perbankan Syariah*. *Jurnal Banque Syar'i*. hlm. 116.
- Astuti. (2015). Pengaruh Persepsi Nasabah tentang Tingkat Suku Bunga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Nasabah. *Jurnal Nominal*.
- Bawono. (2016). Analisis Pemahaman, Produk, dan Tingkat Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN menjadi Nasabah Bank Syariah Cabang Salatiga. *Jurnal Maqashid*.
- Ghazali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Keempat*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Handoko, B. S. (2005). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen Edisi Pertama*. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Isa, Z., dan Amin, M. (2008). *An Examination of the Relationship Between Service Quality Perception and Customer Satisfaction*. *International Journal of Islamic and Middle Eastern and Management*.
- Isdianto. (2017). Pengaruh Praktek MSDM Strategik dan Kinerja Karyawan terhadap Kinerja Perusahaan Persewaan Alat Pesta OR (Studi Kasus pada Perusahaan Persewaan Alat Pesta Oki Rejeki). *Jurnal Manajemen Dewantara*, 83.
- Jorie, J. R, dan Rares, A. (2015). *The Effect of the Price, Promotion, Location, Brand Image and Quality Products Towards the Purchase Decision of Consumers at Bengkel Store Manado*. Universitas Manado: Jurnal EMBA. hlm: 594.
- Kasmir. (2005). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Pranada Media.

- KBBI. (2020, January 9). Retrieved from <https://kbbi.web.id>
- KBBI. (2020, January 11). Retrieved from <http://kbbi.web.id>
- Kementrian Agama Republik Indonesia. (2013). *Buku Saku Perbankan Syariah*. Jakarta.
- Ma'ruf, K. (2021). *The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction of Sate H. Pardi Restaurant Branch Dr. M. Isa*. *International Journal of Marketing & Human Resource Research*. hlm. 91.
- Malik, A. (2016). *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa, Kualitas Layanan dan Nilai Religiusitas terhadap Kepercayaan Nasabah dan Implikasinya pada Komitmen Nasabah Bank Umum Syariah*. *Jurnal LPPM Untag Surabaya*.
- Nasrullah, M. (2015). *Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan Konsumen terhadap Produk*. *Jurnal Hukum Islam*, 137.
- Nirwana. (2004). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa*. Malang: Dioma.
- Purwati, A. A., dan Hamzah, Z. (2019). *The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction of Sharia Banking*. *Journal of Economic, Business and Accounting*.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumantri. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan terhadap Minat dan Keputusan menjadi Nasabah di Bank Syariah*. *Jurnal Economia*.
- Sumarwan, U. (2003). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank di Era Global*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Suselo, D. (2018). *Business and Religiosity: Review of Business Mayangkara Group*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 85.

- Tyas. (2012). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah untuk Menabung di BMT Sumber Mulia Tumang . *Jurnal Muqtasid*, 285.
- Tjiptono, F. (2015). *Manajemen Pelayanan*.
- Umar, H. (2014). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 2 Cetakan 13*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.
- Utama, S. A. (2020). *Good Corporate Governance Principles in Indonesian Syariah Banking. International Journal of Law and Public Policy*. Universitas Lancang Kuning. hlm. 12.
- Utami. (2015). Analisi Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Wawasan Manajemen*.
- Wangawidjaja. (2012). *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Yulihardi dan Iskanto, D. (2017). *Analisis Peranan Religiusitas terhadap Kepercayaan kepada Perbankan Syariah*. *Jurnal Kajian Ekonomi Islam*. hlm, 209.

LAMPIRAN

Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

A. Identitas Responden

Nama :

Jenis kelamin :

Usia :

B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda checklist (✓) untuk menjawab setiap pertanyaan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Ada lima (5) alternative jawaban untuk menjawab variabel pengetahuan santri tentang perbankan syariah.

1. Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1
2. Tidak Setuju (TS) : Skor 2
3. Kurang Setuju (KS) : Skor 3
4. Setuju (S) : Skor 4
5. Sangat Setuju (SS) : Skor 5

C. Daftar Pertanyaan

1. Pengetahuan

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mengetahui perbankan syariah adalah perbankan yang menerapkan bagi hasil					
2	Bank syariah adalah bank yang dapat memberikan manfaat secara universal					
3	Saya menggunakan bank syariah karena bank syariah terhindar dari riba					

2. Religiusitas

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya meyakini bahwa sistem bank syariah merupakan sistem yang sudah ada sejak zaman Rasulullah SAW.					
2	Saya meyakini bahwa praktik yang dilakukan oleh bank syariah sudah memenuhi ketentuan syariat islam					
3	Saya merasa yakin menggunakan bank syariah karena terhindar dari penipuan, dan ketidakjelasan					
4	Saya meyakini bahwa bank syariah adalah bank yang berlandaskan pada Al-Quran dan Hadis.					
5	Bank syariah bank yang diperuntukkan untuk kemaslahatan umat.					

3. Kualitas Pelayanan

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Bank Syariah memiliki fasilitas fisik yang baik					
2	Bank Syariah memiliki pelayanan yang cepat, akurat, dan memuaskan					
3	Bank Syariah tangga dalam merespon permintaan maupun keluhan nasabah					
4	Bank Syariah memiliki pegawai yang dapat dipercaya dan sopan					
5	Bank Syariah perhatian dan mengerti akan kebutuhan nasabah					

4. Lokasi

No.	Pertanyaan	SS	TS	KS	TS	STS
1	Lokasi Bank Syariah mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi dan transportasi umum					
2	Lingkungan Bank Syariah aman dan nyaman					
3	Lokasi Bank Syariah mudah ditemui karena berada di tepi jalan					
4	Bank Syariah mempunyai tempat parkir yang luas					

5. Keputusan

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Nasabah mencari solusi atau alternatif atas kebutuhan					
2	Saya mencari informasi sebanyak mungkin mengenai produk di suatu Bank tersebut					
3	Saya membandingkan produk Bank Syariah dengan Bank lainnya					
4	Saya memutuskan memilih produk di Bank Syariah sesuai kebutuhan saya					

Lampiran 3. Rekap Data Penelitian

Pengetahuan

Nama	Usia	Jenis Kelamin	X1.1	X1.2	X1.3
Mila Trie Shantika	22	P	4	4	4
Annisa' Husnul Fauziah	22	P	5	4	3
Anis Noviyanti	22	P	4	5	4
Fiqih Latifah	22	P	5	5	5
Yosa Putra Salsabila	22	L	5	4	5
Cindy Ayu Permadani	22	P	5	5	5
Sarah Siti Muvida	22	P	4	4	4
Lutvia Setyo Putri	22	P	5	5	5
Yesi Anggita Setyaningsih	22	P	5	5	4
Roihan Edy Setiawan	22	P	4	4	3
Siti Mahmudah Nur Afifah	22	P	4	5	4
Rizki Agistria	21	P	5	4	5
Trifenia Ekawaty	22	P	4	4	5
Giri Ardiana	22	P	5	5	4
Lukman Arsyla Prakasa	22	L	4	4	4
Anisa M	22	P	4	4	3
Ari Pratiwi	22	P	4	5	5
Aning Widhi Susanti	22	p	4	4	4
Yunita Asari	22	P	4	4	3
Annastya Ayu Pramesty	21	P	4	4	4
Hilfi Mela Is Nabila	21	P	5	5	4
Febriyana Rahmawati	22	P	4	4	3
Ratna Yuniarti	22	P	4	4	4
Alvin Setyawan	23	L	5	5	5
Ahmad Zainal Arifin	22	L	5	4	4
Andri Prasetyo	22	L	5	4	4
Deva Oktariana	21	P	5	5	5
Niken Dwi Agustina	22	P	5	5	4
Fatika Nelil Haq	22	P	5	4	5
Rahmawati Tri Zafunni	22	P	5	4	4
Septina Hayu Hastiwi	23	P	4	4	4
Kavita Ayu Safira	22	P	5	4	3
Muthia Sheila Azahra	23	P	5	5	4
Rengga Silvya Putri	22	P	5	5	5
Meilia Budiati	22	P	5	5	5
Nemas Ajeng Tri Lestari	22	P	5	4	4
Selly Diah Ayu	21	P	5	5	4
Agung Wahyu wisnu Saputra	22	L	5	4	5
Dilla Suci Novitasari	21	P	5	5	4

Labayti Farahdila	22	P	4	3	4
Sri Wahyuni	22	P	3	3	5
Selly Ayuningtyas Kumalasari	22	P	5	5	5
Alfiani Nur Istiqomah	22	P	4	5	4
Rizky R	22	L	4	5	3
Winda Sari Yanti	22	P	5	5	4
Ayu Dwi Mawarti	23	P	5	5	5
Trisna Arum Puspandari	22	P	5	5	4
Adheliya Mustika Dwi Putri	22	P	4	4	4
Ratih Ayu Hapsari	22	P	4	4	4
Endah	21	P	5	5	4
Miranda Khoirunnisaa	22	P	5	4	5
Fahri	21	L	5	5	4
Safrida Septiana Rahma Putri	22	P	4	4	4
Dewi Audry In Pratiwi	22	P	5	4	5
Chindi Kurnia	21	P	5	5	4
Shafa Madania	21	P	4	3	3
Alpiyana Isro Rahmawati	22	P	4	4	4
Fourika Dela	22	P	5	4	4
Prastina	22	P	4	4	4
Silvia Aprista	22	P	5	4	5
Pradia Febbi	22	P	5	5	5
Amprih Mei Artanti	22	P	4	4	4
Alia Lely Dwi Fitriyani	22	P	4	3	3
Afifah Nura	22	P	4	4	4
Sekar Ayu	22	P	5	5	4
Indrayana Nova Nursalim	22	L	5	5	5
Dhinar Amara Nila	22	P	4	4	4
Analís Yusuf Prasetyo	21	L	3	4	4
Didi Irwandi	21	L	5	4	3
Muhammad Ardiansyah	23	L	4	3	3
Azza Mayda	22	P	4	5	5
Intan Lenia Febrianingrum	22	P	5	4	4
Veri Ika Fatmawati	22	P	5	5	5
Siti Aisyah	22	P	5	5	5
Siti Sholekhati	21	P	4	5	3
Diah Ayu Pitaloka	21	P	4	4	4
Destya Dika	22	P	4	4	4
Hendri Triyadi	22	L	5	5	5
Juniarti Pratiwi	22	P	5	5	4
Citra Widyaningrum	23	P	4	5	3
Ulul Febriyanti	22	P	5	5	5
Nabila Izzatin	21	P	4	4	4
Tri Setyasari	21	P	4	4	5
Nurul Habibah	22	P	5	5	4

Mochamad Ridwan	23	L	5	5	4
Alfian Habib Nur Robbi	23	L	5	5	5
Fitri Nur Khotimah	22	P	5	4	4
Adik Risa Pratiwi	21	P	4	4	5
Aklis Saufa	22	P	5	5	4
Epy Nasiroh	21	P	4	4	4
Fitri	22	P	5	5	4
Mahardani	22	P	4	4	4
Anggrita Desy	22	P	4	4	3
Khansa Azizah	22	P	4	4	3
Devi Ayuningtiyas	23	P	4	5	4
Rosita Pewi Romadhoni	22	P	5	5	5
Nadila Kusuma	22	P	4	4	4
Ulva	22	P	5	5	5
Andre Armanto	22	L	5	4	4
Erlinda Gunawan	23	P	5	4	4

Religiusitas

Nama	Usia	Jenis Kelamin	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
Mila Trie Shantika	22	P	4	4	5	4	4
Annisa' Husnul Fauziah	22	P	4	4	4	4	4
Anis Noviyanti	22	P	4	3	5	5	5
Fiqih Latifah	22	P	5	4	4	4	4
Yosa Putra Salsabila	22	L	5	5	4	5	5
Cindy Ayu Permadani	22	P	4	4	4	5	4
Sarah Siti Muvida	22	P	4	4	4	4	4
Lutvia Setyo Putri	22	P	5	5	5	5	5
Yesi Anggita Setyaningsih	22	P	3	4	4	5	4
Roihan Edy Setiawan	22	P	4	4	4	3	4
Siti Mahmudah Nur Afifah	22	P	5	4	4	5	5
Rizki Agistria	21	P	4	3	5	3	4
Trifenia Ekawaty	22	P	4	4	4	5	5
Giri Ardiana	22	P	5	4	4	5	4
Lukman Arsyla Prakasa	22	L	4	3	4	5	4
Anisa M	22	P	4	4	3	5	5
Ari Pratiwi	22	P	5	4	4	4	5
Aning Widhi Susanti	22	p	4	4	4	4	4
Yunita Asari	22	P	4	4	4	4	4
Annastya Ayu Pramesty	21	P	5	4	4	4	5
Hilfi Mela Is Nabila	21	P	5	5	5	5	5
Febriyana Rahmawati	22	P	3	3	3	4	4
Ratna Yuniarti	22	P	4	4	3	4	4

Alvin Setyawan	23	L	4	4	4	5	5
Ahmad Zainal Arifin	22	L	3	3	3	4	4
Andri Prasetyo	22	L	3	5	4	5	4
Deva Oktariana	21	P	5	5	5	4	4
Niken Dwi Agustina	22	P	4	4	4	5	4
Fatika Nelil Haq	22	P	4	4	4	3	4
Rahmawati Tri Zafunni	22	P	4	4	5	4	4
Septina Hayu Hastiwi	23	P	4	4	4	4	4
Kavita Ayu Safira	22	P	3	3	3	4	5
Muthia Sheila Azahra	23	P	4	4	3	4	4
Rengga Silvy Putri	22	P	5	5	5	5	5
Meilia Budiati	22	P	5	5	5	5	5
Nemas Ajeng Tri Lestari	22	P	3	4	4	4	4
Selly Diah Ayu	21	P	4	3	4	3	5
Agung Wahyu wisnu Saputra	22	L	5	4	4	5	5
Dilla Suci Novitasari	21	P	5	5	5	4	5
Labayti Farahdila	22	P	4	4	3	4	4
Sri Wahyuni	22	P	4	3	4	4	4
Selly Ayuningtyas Kumalasari	22	P	5	5	5	5	4
Alfiani Nur Istiqomah	22	P	3	4	3	4	4
Rizky R	22	L	4	3	4	5	5
Winda Sari Yanti	22	P	4	5	4	4	5
Ayu Dwi Mawarti	23	P	4	4	4	5	5
Trisna Arum Puspendari	22	P	5	5	3	4	5
Adheliya Mustika Dwi Putri	22	P	4	4	4	4	4
Ratih Ayu Hapsari	22	P	4	4	4	4	4
Endah	21	P	4	4	3	4	4
Miranda Khoirunnisaa	22	P	4	5	4	5	5
Fahri	21	L	4	4	4	4	5
Safrida Septiana Rahma Putri	22	P	4	4	4	4	4
Dewi Audry In Pratiwi	22	P	4	4	4	4	5
Chindi Kurnia	21	P	5	5	4	5	4
Shafa Madania	21	P	3	4	3	4	3
Alpiyana Isro Rahmawati	22	P	4	3	4	4	4
Fourika Dela	22	P	3	4	3	5	4
Prastina	22	P	4	4	4	4	4
Silvia Aprista	22	P	4	5	5	5	5
Pradia Febbi	22	P	3	4	4	4	4
Amprih Mei Artanti	22	P	4	3	4	4	4
Alia Lely Dwi Fitriyani	22	P	4	4	3	4	4
Afifah Nura	22	P	4	4	4	4	4
Sekar Ayu	22	P	5	5	4	4	5
Indrayana Nova Nursalim	22	L	5	5	5	5	5
Dhinar Amara Nila	22	P	4	4	3	5	4
Analisis Yusuf Prasetyo	21	L	3	3	4	4	5

Didi Irwandi	21	L	4	4	5	4	4
Muhammad Ardiansyah	23	L	4	4	4	5	5
Azza Mayda	22	P	5	4	4	5	5
Intan Lenia Febrianingrum	22	P	4	5	4	5	4
Veri Ika Fatmawati	22	P	5	5	5	5	5
Siti Aisiyah	22	P	5	4	5	5	4
Siti Sholekhati	21	P	3	4	4	4	4
Diah Ayu Pitaloka	21	P	4	5	4	4	4
Destya Dika	22	P	4	4	4	4	4
Hendri Triyadi	22	L	5	4	3	4	4
Juniarti Pratiwi	22	P	5	4	4	4	5
Citra Widyaningrum	23	P	4	4	4	4	4
Ulul Febriyanti	22	P	5	5	5	5	5
Nabila Izzatin	21	P	4	4	4	4	4
Tri Setyasari	21	P	4	4	3	4	4
Nurul Habibah	22	P	4	4	5	5	5
Mochamad Ridwan	23	L	5	5	4	4	4
Alfian Habib Nur Robbi	23	L	5	5	5	5	5
Fitri Nur Khotimah	22	P	4	5	4	5	4
Adik Risa Pratiwi	21	P	5	4	4	5	5
Aklis Saufa	22	P	4	4	3	4	4
Epy Nasiroh	21	P	4	5	4	4	4
Fitri	22	P	5	3	5	5	5
Mahardani	22	P	4	4	4	4	4
Anggrita Desy	22	P	4	4	4	4	4
Khansa Azizah	22	P	3	4	4	5	4
Devi Ayuningtiyas	23	P	4	5	3	4	4
Rosita Pewi Romadhoni	22	P	5	5	5	5	5
Nadila Kusuma	22	P	3	4	4	4	3
Ulva	22	P	5	5	5	5	4
Andre Armanto	22	L	4	4	4	4	5
Erlinda Gunawan	23	P	4	4	4	5	4

Kualitas Pelayanan

Nama	Usia	Jenis Kelamin	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
Mila Trie Shantika	22	P	5	4	4	4
Annisa' Husnul Fauziah	22	P	4	4	4	4
Anis Noviyanti	22	P	4	4	4	5
Fiqih Latifah	22	P	5	4	5	5
Yosa Putra Salsabila	22	L	5	4	5	5
Cindy Ayu Permadani	22	P	4	4	4	4
Sarah Siti Muvida	22	P	4	4	4	4

Lutvia Setyo Putri	22	P	5	5	5	5
Yesi Anggita Setyaningsih	22	P	4	4	5	5
Roihan Edy Setiawan	22	P	4	4	4	4
Siti Mahmudah Nur Afifah	22	P	5	4	4	5
Rizki Agistria	21	P	3	3	3	4
Trifenia Ekawaty	22	P	4	4	4	4
Giri Ardiana	22	P	4	4	4	4
Lukman Arsyla Prakasa	22	L	4	4	4	4
Anisa M	22	P	4	4	4	4
Ari Pratiwi	22	P	5	5	5	5
Aning Widhi Susanti	22	p	4	4	4	4
Yunita Asari	22	P	4	4	4	4
Annastya Ayu Pramesty	21	P	4	5	4	4
Hilfi Mela Is Nabila	21	P	4	4	5	5
Febriyana Rahmawati	22	P	4	4	4	4
Ratna Yuniarti	22	P	3	3	4	4
Alvin Setyawan	23	L	4	5	4	4
Ahmad Zainal Arifin	22	L	4	5	5	4
Andri Prasetyo	22	L	4	3	5	5
Deva Oktariana	21	P	4	4	4	4
Niken Dwi Agustina	22	P	4	4	4	5
Fatika Nelil Haq	22	P	4	4	4	4
Rahmawati Tri Zafunni	22	P	4	4	4	4
Septina Hayu Hastiwi	23	P	4	3	4	4
Kavita Ayu Safira	22	P	4	4	5	5
Muthia Sheila Azahra	23	P	4	4	4	4
Rengga Silvy Putri	22	P	5	5	5	5
Meilia Budiati	22	P	5	5	5	5
Nemas Ajeng Tri Lestari	22	P	4	4	5	5
Selly Diah Ayu	21	P	4	4	4	5
Agung Wahyu wisnu Saputra	22	L	4	4	4	4
Dilla Suci Novitasari	21	P	5	4	4	4
Labayti Farahdila	22	P	4	4	4	3
Sri Wahyuni	22	P	5	3	4	4
Selly Ayuningtyas Kumalasari	22	P	4	5	5	5
Alfiani Nur Istiqomah	22	P	4	4	4	4
Rizky R	22	L	5	5	5	4
Winda Sari Yanti	22	P	5	3	4	4
Ayu Dwi Mawarti	23	P	4	4	5	5
Trisna Arum Puspendari	22	P	5	5	4	5
Adheliya Mustika Dwi Putri	22	P	4	4	4	4
Ratih Ayu Hapsari	22	P	4	4	4	4
Endah	21	P	4	4	4	4
Miranda Khoirunnisaa	22	P	4	5	4	4
Fahri	21	L	4	4	4	5

Safrida Septiana Rahma Putri	22	P	4	4	4	4
Dewi Audry In Pratiwi	22	P	4	4	4	5
Chindi Kurnia	21	P	4	4	4	4
Shafa Madania	21	P	5	3	5	4
Alpiyana Isro Rahmawati	22	P	4	4	4	4
Fourika Dela	22	P	4	4	4	3
Prastina	22	P	5	4	4	4
Silvia Aprista	22	P	5	5	5	5
Pradia Febbi	22	P	4	4	4	4
Amprih Mei Artanti	22	P	4	4	4	4
Alia Lely Dwi Fitriyani	22	P	4	4	4	4
Afifah Nura	22	P	4	4	5	4
Sekar Ayu	22	P	5	5	5	5
Indrayana Nova Nursalim	22	L	4	4	4	4
Dhinar Amara Nila	22	P	4	4	4	4
Analisis Yusuf Prasetyo	21	L	4	4	4	4
Didi Irwandi	21	L	5	4	5	4
Muhammad Ardiansyah	23	L	4	4	4	4
Azza Mayda	22	P	4	5	3	4
Intan Lenia Febrianingrum	22	P	4	4	4	4
Veri Ika Fatmawati	22	P	4	4	4	4
Siti Aisyah	22	P	5	4	4	4
Siti Sholekhati	21	P	3	4	3	4
Diah Ayu Pitaloka	21	P	4	5	5	5
Destya Dika	22	P	4	4	4	4
Hendri Triyadi	22	L	4	4	4	4
Juniarti Pratiwi	22	P	4	4	4	4
Citra Widyaningrum	23	P	4	4	4	4
Ulul Febriyanti	22	P	5	5	5	5
Nabila Izzatin	21	P	4	4	4	4
Tri Setyasari	21	P	4	4	4	4
Nurul Habibah	22	P	5	5	4	4
Mochamad Ridwan	23	L	4	5	5	4
Alfian Habib Nur Robbi	23	L	5	5	5	5
Fitri Nur Khotimah	22	P	4	4	4	4
Adik Risa Pratiwi	21	P	4	4	5	4
Aklis Saufa	22	P	4	4	4	4
Epy Nasiroh	21	P	4	4	4	4
Fitri	22	P	5	5	5	5
Mahardani	22	P	4	4	5	4
Anggrita Desy	22	P	4	4	4	4
Khansa Azizah	22	P	3	4	5	5
Devi Ayuningtiyas	23	P	4	3	4	4
Rosita Pewi Romadhoni	22	P	5	5	5	5
Nadila Kusuma	22	P	4	4	4	4

Ulva	22	P	4	4	4	4
Andre Armanto	22	L	5	4	4	5
Erlinda Gunawan	23	P	4	5	4	4

Lokasi

Nama	Usia	Jenis Kelamin	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4
Mila Trie Shantika	22	P	4	4	3	4
Annisa' Husnul Fauziah	22	P	4	4	4	4
Anis Noviyanti	22	P	4	4	5	4
Fiqih Latifah	22	P	5	4	4	5
Yosa Putra Salsabila	22	L	5	4	5	5
Cindy Ayu Permadani	22	P	4	4	3	4
Sarah Siti Muvida	22	P	4	4	4	4
Lutvia Setyo Putri	22	P	5	5	5	5
Yesi Anggita Setyaningsih	22	P	4	3	3	3
Roihan Edy Setiawan	22	P	4	4	4	4
Siti Mahmudah Nur Afifah	22	P	5	4	4	4
Rizki Agistria	21	P	4	3	5	3
Trifenia Ekawaty	22	P	3	4	4	4
Giri Ardiana	22	P	5	5	5	5
Lukman Arsyla Prakasa	22	L	4	4	4	3
Anisa M	22	P	4	4	4	4
Ari Pratiwi	22	P	5	5	5	5
Aning Widhi Susanti	22	p	4	4	4	4
Yunita Asari	22	P	4	3	3	3
Annastya Ayu Pramesty	21	P	4	4	4	4
Hilfi Mela Is Nabila	21	P	4	4	4	5
Febriyana Rahmawati	22	P	4	3	5	3
Ratna Yuniarti	22	P	3	5	4	4
Alvin Setyawan	23	L	5	4	4	4
Ahmad Zainal Arifin	22	L	4	4	4	5
Andri Prasetyo	22	L	4	5	5	4
Deva Oktariana	21	P	5	4	5	3
Niken Dwi Agustina	22	P	4	4	4	4
Fatika Nelil Haq	22	P	4	4	5	4
Rahmawati Tri Zafunni	22	P	5	4	4	4
Septina Hayu Hastiwi	23	P	4	4	5	4
Kavita Ayu Safira	22	P	4	3	4	3
Muthia Sheila Azahra	23	P	4	4	3	4
Rengga Silvy Putri	22	P	5	5	5	5
Meilia Budiati	22	P	5	5	5	5
Nemas Ajeng Tri Lestari	22	P	5	5	3	4

Selly Diah Ayu	21	P	4	4	4	4
Agung Wahyu wisnu Saputra	22	L	4	4	3	4
Dilla Suci Novitasari	21	P	5	4	4	5
Labayti Farahdila	22	P	4	3	4	5
Sri Wahyuni	22	P	4	4	4	3
Selly Ayuningtyas Kumalasari	22	P	5	4	3	5
Alfiani Nur Istiqomah	22	P	4	3	4	4
Rizky R	22	L	5	4	4	4
Winda Sari Yanti	22	P	3	4	4	5
Ayu Dwi Mawarti	23	P	5	5	3	4
Trisna Arum Puspendari	22	P	5	3	4	3
Adheliya Mustika Dwi Putri	22	P	4	4	4	4
Ratih Ayu Hapsari	22	P	4	4	4	4
Endah	21	P	5	4	4	4
Miranda Khoirunnisaa	22	P	4	3	4	5
Fahri	21	L	5	4	3	4
Safri Septiana Rahma Putri	22	P	4	4	4	4
Dewi Audry In Pratiwi	22	P	4	3	4	3
Chindi Kurnia	21	P	4	4	4	4
Shafa Madania	21	P	3	3	3	4
Alpiyana Isro Rahmawati	22	P	4	4	3	4
Fourika Dela	22	P	4	4	3	3
Prastina	22	P	4	4	4	3
Silvia Aprista	22	P	5	4	3	4
Pradia Febbi	22	P	3	3	4	5
Amprih Mei Artanti	22	P	4	4	4	3
Alia Lely Dwi Fitriyani	22	P	4	3	4	3
Afifah Nura	22	P	4	4	3	4
Sekar Ayu	22	P	5	5	5	5
Indrayana Nova Nursalim	22	L	4	4	3	4
Dhinar Amara Nila	22	P	4	4	4	4
Analisis Yusuf Prasetyo	21	L	3	4	4	4
Didi Irwandi	21	L	4	4	4	3
Muhammad Ardiansyah	23	L	4	4	3	4
Azza Mayda	22	P	4	3	4	4
Intan Lenia Febrianingrum	22	P	4	4	4	5
Veri Ika Fatmawati	22	P	5	4	5	4
Siti Aisiyah	22	P	4	3	4	4
Siti Sholekhati	21	P	4	4	4	4
Diah Ayu Pitaloka	21	P	4	4	5	4
Destya Dika	22	P	4	4	4	4
Hendri Triyadi	22	L	3	3	4	3
Juniarti Pratiwi	22	P	4	4	4	4
Citra Widyaningrum	23	P	4	4	3	3
Ulul Febriyanti	22	P	5	5	5	5

Nabila Izzatin	21	P	4	4	4	4
Tri Setyasari	21	P	4	5	4	5
Nurul Habibah	22	P	5	4	5	4
Mochamad Ridwan	23	L	5	4	4	5
Alfian Habib Nur Robbi	23	L	5	5	5	3
Fitri Nur Khotimah	22	P	4	3	4	4
Adik Risa Pratiwi	21	P	5	4	4	4
Aklis Saufa	22	P	4	3	4	5
Epy Nasiroh	21	P	4	4	3	4
Fitri	22	P	4	5	4	3
Mahardani	22	P	5	4	4	4
Anggrita Desy	22	P	4	4	3	3
Khansa Azizah	22	P	5	4	4	4
Devi Ayuningtiyas	23	P	4	3	4	4
Rosita Pewi Romadhoni	22	P	5	5	5	5
Nadila Kusuma	22	P	4	4	3	4
Ulva	22	P	3	3	4	4
Andre Armanto	22	L	4	4	4	5
Erlinda Gunawan	23	P	4	5	3	5

Keputusan Mahasiswa

Nama	Usia	Jenis Kelamin	Y1	Y2	Y3	Y4
Mila Trie Shantika	22	P	4	4	4	4
Annisa' Husnul Fauziah	22	P	3	3	5	5
Anis Noviyanti	22	P	5	5	3	3
Fiqih Latifah	22	P	4	4	4	4
Yosa Putra Salsabila	22	L	4	5	5	4
Cindy Ayu Permadani	22	P	4	4	4	4
Sarah Siti Muvida	22	P	4	4	5	5
Lutvia Setyo Putri	22	P	5	5	4	4
Yesi Anggita Setyaningsih	22	P	4	4	4	4
Roihan Edy Setiawan	22	P	4	4	4	4
Siti Mahmudah Nur Afifah	22	P	5	3	4	4
Rizki Agistria	21	P	4	4	3	5
Trifenia Ekawaty	22	P	4	5	5	5
Giri Ardiana	22	P	5	5	5	4
Lukman Arsyla Prakasa	22	L	4	4	4	4
Anisa M	22	P	4	4	4	4
Ari Pratiwi	22	P	5	5	4	4
Aning Widhi Susanti	22	p	4	4	5	5
Yunita Asari	22	P	4	4	4	4
Annastya Ayu Pramesty	21	P	4	4	4	4
Hilfi Mela Is Nabila	21	P	4	5	3	3

Febriyana Rahmawati	22	P	3	3	5	4
Ratna Yuniarti	22	P	3	4	4	3
Alvin Setyawan	23	L	4	4	4	4
Ahmad Zainal Arifin	22	L	4	5	4	5
Andri Prasetyo	22	L	5	4	5	4
Deva Oktariana	21	P	4	4	5	4
Niken Dwi Agustina	22	P	5	3	4	4
Fatika Nelil Haq	22	P	4	4	4	4
Rahmawati Tri Zafunni	22	P	4	4	4	4
Septina Hayu Hastiwi	23	P	4	4	4	4
Kavita Ayu Safira	22	P	4	4	4	4
Muthia Sheila Azahra	23	P	5	5	5	5
Rengga Silvy Putri	22	P	5	5	5	5
Meilia Budiati	22	P	5	5	5	5
Nemas Ajeng Tri Lestari	22	P	3	3	4	3
Selly Diah Ayu	21	P	4	3	3	3
Agung Wahyu wisnu Saputra	22	L	5	4	5	4
Dilla Suci Novitasari	21	P	5	4	4	5
Labayti Farahdila	22	P	3	3	3	3
Sri Wahyuni	22	P	4	3	3	4
Selly Ayuningtyas Kumalasari	22	P	4	5	5	3
Alfiani Nur Istiqomah	22	P	4	4	3	4
Rizky R	22	L	3	3	4	4
Winda Sari Yanti	22	P	4	5	3	5
Ayu Dwi Mawarti	23	P	4	5	4	5
Trisna Arum Puspendari	22	P	3	3	4	4
Adheliya Mustika Dwi Putri	22	P	4	4	3	3
Ratih Ayu Hapsari	22	P	4	4	3	4
Endah	21	P	3	4	4	4
Miranda Khoirunnisaa	22	P	4	5	5	4
Fahri	21	L	5	4	4	5
Safrida Septiana Rahma Putri	22	P	3	4	3	4
Dewi Audry In Pratiwi	22	P	4	5	4	5
Chindi Kurnia	21	P	4	4	4	4
Shafa Madania	21	P	3	3	3	3
Alpiyana Isro Rahmawati	22	P	4	4	4	4
Fourika Dela	22	P	4	4	4	4
Prastina	22	P	4	4	4	4
Silvia Aprista	22	P	5	5	5	5
Pradia Febbi	22	P	5	5	5	5
Amprih Mei Artanti	22	P	3	3	3	3
Alia Lely Dwi Fitriyani	22	P	3	3	3	3
Afifah Nura	22	P	4	4	4	4
Sekar Ayu	22	P	4	4	4	4
Indrayana Nova Nursalim	22	L	4	4	4	4

Dhinar Amara Nila	22	P	3	4	3	4
Analisis Yusuf Prasetyo	21	L	4	4	4	4
Didi Irwandi	21	L	3	4	4	3
Muhammad Ardiansyah	23	L	5	3	5	3
Azza Mayda	22	P	5	5	5	5
Intan Lenia Febriani	22	P	5	4	5	4
Veri Ika Fatmawati	22	P	4	4	4	4
Siti Aisyah	22	P	5	5	5	5
Siti Sholekhati	21	P	4	4	4	4
Diah Ayu Pitaloka	21	P	4	5	4	5
Destya Dika	22	P	4	4	4	4
Hendri Triyadi	22	L	3	4	3	4
Juniarti Pratiwi	22	P	4	5	4	5
Citra Widyaningrum	23	P	3	5	3	5
Ulul Febrianti	22	P	5	5	5	5
Nabila Izzatin	21	P	4	4	4	4
Tri Setyasari	21	P	5	4	5	4
Nurul Habibah	22	P	4	5	4	5
Mochamad Ridwan	23	L	5	4	5	4
Alfian Habib Nur Robbi	23	L	4	5	4	5
Fitri Nur Khotimah	22	P	4	4	4	4
Adik Risa Pratiwi	21	P	3	5	3	5
Aklis Saufa	22	P	4	3	3	3
Epy Nasiroh	21	P	4	4	4	4
Fitri	22	P	5	4	5	4
Mahardani	22	P	4	5	4	5
Anggrita Desy	22	P	3	3	4	4
Khansa Azizah	22	P	4	4	3	3
Devi Ayuningtiyas	23	P	5	4	5	5
Rosita Dewi Romadhoni	22	P	5	5	5	5
Nadila Kusuma	22	P	4	4	4	4
Ulva	22	P	3	4	5	5
Andre Armanto	22	L	5	5	3	4
Erlinda Gunawan	23	P	4	4	4	4

Lampiran 4. Hasil Output SPSS

HASIL UJI MENGGUNAKAN APLIKASI SPSS 20

1. Uji Validitas

a. Variabel Pengetahuan (X1)

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.619**	.709**	.872**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.619**	1	.695**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.709**	.695**	1	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.872**	.877**	.904**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Variabel Religiusitas (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.673**	.484**	.606**	.596**	.829**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.673**	1	.499**	.502**	.596**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.484**	.499**	1	.567**	.532**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

X2.4	Pearson Correlation	.606**	.502**	.567**	1	.638**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.596**	.596**	.532**	.638**	1	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.829**	.806**	.765**	.822**	.826**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.664**	.574**	.520**	.433**	.786**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.664**	1	.654**	.567**	.577**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.574**	.654**	1	.599**	.603**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.520**	.567**	.599**	1	.597**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.433**	.577**	.603**	.597**	1	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.786**	.850**	.843**	.812**	.779**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

d. Variabel Lokasi

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	TOTAL_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.655**	.534**	.490**	.798**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.655**	1	.628**	.527**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.534**	.628**	1	.616**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	.490**	.527**	.616**	1	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL_X4	Pearson Correlation	.798**	.847**	.850**	.806**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

e. Variabel Keputusan

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	TOTAL_Y1
Y1.1	Pearson Correlation	1	.649**	.383**	.623**	.800**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.649**	1	.493**	.617**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.383**	.493**	1	.553**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.623**	.617**	.553**	1	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100

TOTAL_Y1	Pearson Correlation	.800**	.845**	.759**	.856**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Reabilitas

a. Variabel Pengetahuan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	3

b. Variabel Religiusitas (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.868	5

c. Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	5

d. Variabel Lokasi (X4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.843	4

e. Variabel Keputusan Mahasiswa

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.830	4

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.86126224
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.042
	Negative	-.056
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

b. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.515	.600		.858	.393		
1 TOTAL_X1	.126	.058	.118	2.158	.033	.384	2.605
TOTAL_X2	.272	.064	.342	4.227	.000	.175	5.704
TOTAL_X3	.259	.078	.316	3.308	.001	.126	7.926
TOTAL_X4	.221	.092	.222	2.399	.018	.134	7.456

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

c. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	.266	.353		
1 TOTAL_X1	-.024	.034	-.113	-.701	.485
TOTAL_X2	.041	.038	.261	1.091	.278
TOTAL_X3	-.062	.046	-.383	-1.361	.177
TOTAL_X4	.069	.054	.347	1.270	.207

a. Dependent Variable: ABS_RES1

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	,515	,600				,858
TOTAL_X1	,126	,058	,118	2,158	,033	,384	2,605
TOTAL_X2	,272	,064	,342	4,227	,000	,175	5,704
TOTAL_X3	,259	,078	,316	3,308	,001	,126	7,926
TOTAL_X4	,221	,092	,222	2,399	,018	,134	7,456

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

3. Uji Hipotesis

a. Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	600.205	4	150.051	194.114	.000 ^b
Residual	73.435	95	.773		
Total	673.640	99			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X4, TOTAL_X1, TOTAL_X2, TOTAL_X3

b. Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.515	.600		.858	.393		
TOTAL_X1	.126	.058	.118	2.158	.033	.384	2.605
TOTAL_X2	.272	.064	.342	4.227	.000	.175	5.704
TOTAL_X3	.259	.078	.316	3.308	.001	.126	7.926
TOTAL_X4	.221	.092	.222	2.399	.018	.134	7.456

a. Dependent Variable: TOTAL_Y1

c. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.944 ^a	.891	.886	.87921

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X4, TOTAL_X1, TOTAL_X2, TOTAL_X3

b. Dependent Variable: TOTAL_Y1

Lampiran 5. Hasil Cek Plagiasi

Cek Turnitin			
ORIGINALITY REPORT			
24%	21%	8%	17%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	6%	
2	Submitted to Tabor College Student Paper	5%	
3	repo.uinsatu.ac.id Internet Source	3%	
4	Submitted to Trisakti University Student Paper	1%	
5	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	1%	
6	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%	
7	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	1%	
8	Submitted to Kookmin University Student Paper	1%	
9	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%	

Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama : Anggita Nurrohmah

Tempat, Tanggal Lahir: Sragen, 04 Juni 2000

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Mojorejo RT.20/RW.07 Kandang Sapi Jenar Sragen

Email : anggithanurr@gmail.com

B. Pendidikan

1. 2005-2007 : TK Pertiwi 2 Pondok Kandang Sapi

2. 2007-2012 : SD Negeri Kandang Sapi 3

3. 2012-2015 : Mts Ma'arif NU Jenar

4. 2015-2018 : MAN 3 Ngawi

5. 2018-2022 : UIN Raden Mas Said Surakarta