

**PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN PRODUK,
PENDAPATAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN KARTU PEMBIAYAAN PADA BANK
UMUM SYARIAH**

(Studi Pada Masyarakat Klaten Yang Sudah Berpenghasilan)

SKRIPSI

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



Oleh :

JOSERIZAL AHMAD WIJAYA
NIM. 19.52.31.256

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID
SURAKARTA
2023**

PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN PRODUK,
PENDAPATAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN KARTU PEMBIAYAAN PADA BANK UMUM
SYARIAH

(Studi Kasus Pada Masyarakat Klaten Yang Sudah Berpenghasilan)

SKRIPSI

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

Oleh:

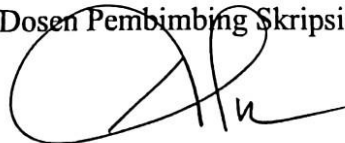
JOSERIZAL AHMAD WIJAYA

NIM. 19.52.31.256

Surakarta, 8 Mei 2023

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi



Alvin Yahya, S.H., M.H.

NIK. 19821113 201701 1 1 091

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : JOSERIZAL AHMAD WIJAYA

NIM : 195231256

JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk, Pendapatan, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Menggunakan Kartu Pembiayaan Pada Bank Umum Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Klaten Yang Sudah Berpenghasilan) “.

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

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Klaten, 8 Mei 2023



Joserizal Ahmad Wijaya

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : JOSERIZAL AHMAD WIJAYA

NIM : 195231256

JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk, Pendapatan, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Menggunakan Kartu Pembiayaan Pada Bank Umum Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Klaten Yang Sudah Berpenghasilan)”.

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner kepada para mayarakat Klaten. Apabila kemudian hari diketahui skripsi ini tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Klaten 8 Mei 2023
10000
METERAI
TEMPEL
C7C60AKX295197931
Joserizal Ahmad Wijaya

Alvin Yahya, S.H., M.H.
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Joserizal Ahmad Wijaya

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

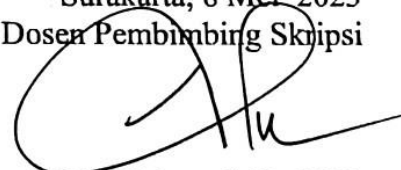
Dengan hormat, bersama ini saya sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Joserizal Ahmad Wijaya NIM: 19.52.31.256 yang berjudul:
PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN PRODUK, PENDAPATAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN KARTU PEMBIAYAAN PADA BANK UMUM SYARIAH (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KLATEN YANG SUDAH BERPENGHASILAN).

Sudah dapat dimunaqasyahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasyahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 8 Mei 2023
Dosen Pembimbing Skripsi



Alvin Yahya, S.H., M.H.
NIK. 19821113 201701 1 1 091

PENGESAHAN

**PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN PRODUK,
PENDAPATAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN KARTU PEMBIAYAAN PADA BANK
UMUM SYARIAH**

(Studi pada Masyarakat Klaten yang Sudah Berpenghasilan)

Oleh:

JOSERIZAL AHMAD WIJAYA
NIM. 19.52.31.256

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqasah
pada hari Jumat tanggal 19 Mei 2023 M / 28 Syawal 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Yuni Astuti, S.E., M.B.A
NIP. 19910614 202012 2 011

Penguji II
Budi Sukardi, S.E.I, M.S.I
NIP. 19791111 200604 1 003


Penguji III
Yulfan Arif Nurrohman, M.M.
NIK. 19860613 201701 1 177



Mengetahui,

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




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

MOTTO

“Pastikan Anda menolong banyak orang. Ketika orang lain sukses, ketika orang lain bahagia. Anda akan sukses dan bahagia”

-Jack Ma-

PERSEMBAHAN

Syukur alhamdulillah kehadiran Allah SWT yang Maha Esa atas segala anugerah
yang telah diberikan

Karya sederhana ini kupersembahkan untuk:

Allah SWT yang selalu melimpahkan nikmat, rahmat, dan hidayah sehingga dapat
terselesaikan karya tulis ini

Bapak dan ibu yang selalu memberikan do'a dan dukungan semangat atas segala
kerendahan hati

Teman-teman yang selalu menemaniku selama perkuliahan

Semua pihak yang selalu membantu yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu

Atas do'a, semangat, dan kasih sayang yang tulus dan tiada ternilai

Terima Kasih

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT. Alhamdulillah atas segala sesuatu pertolongan, rahmat, dan kasih sayang-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk, Pendapatan, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Menggunakan Kartu Pembiayaan Pada Bank Umum Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Klaten Yang Sudah Berpenghasilan)". Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, dan dorongan dari semua pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag, S.Pd., selaku Rektor UIN Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. Muhammad Rahmawan Arifin., S.E., M. Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.,M.Si., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Rais Sani Muharrami,S.E.I.,M.E.I., selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

5. Yulfan Arif Nurrohman, MM., selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Alvin Yahya, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang banyak membantu penulis selama menempuh studi di kampus tercinta UIN Raden Mas Said Surakarta.
9. Tim Penguji yang telah memberikan saran untuk penyusunan skripsi ini.
10. Ibu, Bapak, dan adik perempuan, terima kasih atas doa, dukungan dan pengorbanan yang tiada henti selama ini, jasmu tidak pernah kulupakan.
11. Keluarga besar yang telah memberikan semangat dan do'anya kepada penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.
12. Sahabat-sahabat dan teman-teman Angkatan 2019 yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis menempuh Studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

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

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 8 April 2023

Joserizal Ahmad Wijaya

NIM. 195231256

ABSTRACT

This study aims to find evidence of the influence of religiosity, product knowledge, income, and lifestyle on the interest to use financing cards at Islamic Commercial Banks. This type of research is quantitative with a probability sampling technique using a questionnaire distributed to the Klaten community as many as 100 respondents. Data were analyzed using the SPSS 25 application. The independent variables in this study were religiosity (X1), product knowledge (X2), income (X3), and lifestyle (X4), while the dependent variable was interest (Y).

The results of this study indicate that (1) Religiosity has a significant effect on the interest to use a financing card in Islamic Commercial Banks, (2) product knowledge has a significant effect on the interest to use a financing card in Islamic Commercial Banks, (3) income has no significant effect on the interest to use a financing card in Islamic Commercial Banks, (4) lifestyle has a significant effect on interest in using a financing card in Islamic Commercial Banks.

Keywords: Religiosity, Product Knowledge, Income, Lifestyle, Interests.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti adanya pengaruh religiusitas, pengetahuan produk, pendapatan, dan gaya hidup terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah. Jenis penelitian ini adalah Kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel probability sampling menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat Klaten sebanyak 100 responden. Data dianalisis menggunakan aplikasi SPSS 25. Variabel independen dalam penelitian ini religiusitas (X1), pengetahuan produk (X2), pendapatan (X3), dan gaya hidup (X4), sedangkan variabel dependen adalah minat (Y).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah, (2) pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah, (3) pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah, (4) gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah.

Kata Kunci : Religiusitas, Pengetahuan Produk, Pendapatan, Gaya Hidup, Minat.

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
NOTA DINAS	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRACT.....	xii
ABSTRAK	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	15
1.3. Rumusan Masalah	17
1.4. Tujuan Penelitian.....	17
1.5. Batasan Masalah.....	18
1.6. Jadwal Penelitian	18
1.7. Sistematika Penulisan Skripsi	18
BAB II.....	21
LANDASAN TEORI.....	21
2.1. Perilaku Konsumen (<i>Theory Consumer Behaviour</i>)	21
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen	21
2.1.2 Jenis-jenis Perilaku Konsumen	21
2.2. Literasi Keuangan.....	22

2.2.1.	Pengertian Literasi Keuangan	22
2.2.2.	Tujuan dan Aspek-aspek Literasi Keuangan.....	23
2.3.	Kepercayaan	23
2.3.1.	Pengertian Kepercayaan.....	23
2.3.2.	Faktor Kepercayaan	24
2.3.3.	Komponen Kepercayaan	24
2.4.	Minat	25
2.4.1.	Pengertian Minat	25
2.4.2.	Faktor-Faktor Minat Menggunakan Kartu Pembiayaan	26
2.5.	Kartu kredit dan Kartu Pembiayaan	27
2.5.1.	Pengertian Kartu Kredit	27
2.5.2.	Pengertian Kartu Pembiayaan	27
2.5.3.	Pihak-Pihak Kartu Pembiayaan.....	28
2.5.4.	Ketentuan Pengambilan Fee Kartu Pembiayaan	28
2.5.5.	Akad-akad Kartu Pembiayaan.....	29
2.6.	Religiusitas	33
2.6.1.	Pengertian Religiusitas.....	33
2.6.2.	Aspek dan Dimensi Religiusitas	33
2.7.	Pengetahuan Produk	35
2.7.1.	Pengertian Pengetahuan Produk.....	35
2.7.2.	Jenis dan Cara Mengukur Pengetahuan Produk.....	35
2.8.	Pendapatan.....	36
2.8.1.	Pengertian Pendapatan	36
2.8.2.	Prinsip, Hakikat, dan Komponen Pendapatan.....	37
2.9.	Gaya Hidup.....	38
2.9.1.	Pengertian Gaya Hidup	38
2.9.2.	Jenis dan Indikator Gaya Hidup.....	38
2.10.	Penelitian yang Relevan.....	40
2.11.	Kerangka Berpikir.....	46
2.12.	Hipotesis	47
BAB III	50
METODE PENELITIAN	50

3.1.	Jenis Penelitian	50
3.2.	Waktu dan Wilayah Penelitian	50
3.3.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	51
3.3.1.	Populasi	51
3.3.2.	Sampel.....	51
3.3.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	51
3.4.	Data dan Sumber Data.....	53
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	53
3.6.	Variabel Penelitian	54
3.6.1.	Variabel Independen	54
3.6.2.	Variabel Dependen.....	55
3.7.	Definisi Operasional Variabel	55
3.8.	Teknik Analisis Data	56
3.8.1.	Analisis Statistik Deskriptif	56
3.8.2.	Uji Instrumen Data.....	57
3.8.3.	Uji Asumsi Klasik.....	58
3.8.4.	Analisis Regresi Linier Berganda	60
3.8.5.	Uji Ketetapan Model.....	61
3.8.6.	Uji Hipotesis	61
BAB IV		63
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		63
4.1.	Gambaran Umum Penelitian	63
4.1.1.	Analisis Deskriptif Statistik	64
4.2.	Pengujian dan Analisis Data.....	76
4.2.1.	Uji Instrumen Penelitian	76
4.2.2.	Hasil Pengujian Uji Asumsi Klasik	79
4.2.3.	Analisis Regresi Linier Berganda	83
4.2.4.	Uji Ketetapan Model.....	86
4.2.5.	Uji Hipotesis (Uji T)	87
4.3.	Pembahasan Hasil Analisis Data.....	90
4.3.1.	Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menggunakan Kartu Pembiayaan.....	90

4.3.2. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat Menggunakan Kartu Pembiayaan.....	92
4.3.3. Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Kartu Pembiayaan.....	94
4.3.4. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Menggunakan Kartu Pembiayaan.....	96
BAB V.....	98
PENUTUP.....	98
5.1. Kesimpulan.....	98
5.2. Keterbatasan Penelitian	99
5.3. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Kartu Kredit yang Beredar di Indonesia.....	9
Tabel 1. 2 Jumlah Kartu Pembiayaan yang Beredar di Indonesia	9
Tabel 3. 1 Skor Jawaban Responden.....	54
Tabel 3. 2 Definisi Operasional dan Indikator	55
Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4. 2 Dstribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Domisili	65
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
Tabel 4. 5 Distribusi Penghasilan Responden.....	70
Tabel 4. 6 Distribusi Status Responden	71
Tabel 4. 7 Tabel Jawaban Variabel Independen dan Variabel Dependen.....	71
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	77
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas	78
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
Tabel 4. 11 One-Sample Kolmogorov Smirnov Test	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	82
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	83
Tabel 4. 14 Hasil Uji F	86
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	87
Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Penelitian Terdahulu	40
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Jadwal Penelitian	110
Lampiran 2: Kuesioner Penelitian.....	111
Lampiran 3: Data Kuesioner Penelitian	117
Lampiran 4: Statistik Deskriptif Responden	120
Lampiran 5: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	122
Lampiran 6: Hasil Uji Asumsi Klasik.....	128
Lampiran 7: Hasil Uji Regresi Linier Berganda	130
Lampiran 8: Hasil Uji Ketetapan Model.....	130
Lampiran 9: Dokumentasi Penelitian.....	132
Lampiran 10: Bukti Cek Turnitin.....	136
Lampiran 11: Daftar Riwayat Hidup	138

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang serba maju saat ini banyak orang mencari barang dan perangkat yang fleksibel, efektif, dan juga dapat digunakan kapan saja. Dalam hal mendorong pengembangan berbagai aplikasi perangkat lunak yang dapat diakses oleh smartphone yang mempermudah pembayaran transaksi nontunai, metode pembayaran berbasis kartu, dan aplikasi pinjaman kredit online.

Industri perbankan didorong untuk menerbitkan fasilitas kartu kredit sebagai akibat dari transaksi nontunai yang memberikan pilihan kepada nasabah untuk menggunakan kartu kredit atau tidak. Perkembangan pada Perbankan Syariah ketika era reformasi dibuktikan dengan disahkannya Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 Perbankan Syariah. Dalam Undang-Undang tersebut telah diatur dengan secara rinci terhadap landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang diperbolehkan untuk beroperasi dan berimplementasikan dalam perbankan syariah.

Pada lembaga keuangan syariah sendiri merupakan suatu lembaga keuangan yang dalam operasionalnya berlandaskan prinsip-prinsip islam (Asniyati & Yaya, 2020). Perbankan syariah memiliki nilai dan prinsip yang mengacu pada upaya demi memperbaiki pada moral hazard masyarakat yang dimana beroperasi dan mempromosikan kesejahteraan masyarakat setempat, dan tidak dalam aspek keuangan dan ekonomi. Hal ini, menimbulkan fitur sistem keuangan yang baru telah meningkatkan

pertumbuhan demi pilihan perbankan untuk serius dalam urusan perdagangan dan pelaksanaan transaksi bisnis (Hussin, 2016).

Aset keuangan syariah mencapai Rp. 1.993,41 triliun, mengalami penurunan 6,23% secara *year on year* (yoy) dengan *market share* sebesar 10,19%. Kemudian, Indonesia dalam perkembangan perbankan syariah dalam jangka waktu beberapa tahun terakhir yang mengalami perkembangan yang begitu pesat. Waktu per Desember 2020, pada perbankan syariah sudah mengalami kemajuan dengan dibuktikan oleh semakin banyak jumlah lembaga keuangan syariah. Hal ini dapat dilihat dari tiga sisi, yaitu dari jumlah Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah, dan juga Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (OJK, 2021).

Fatwa yang dikeluarkan Majelis Ulama Indonesia yang melarang bunga bank dan menunjuk Muslim sebagai pangsa pasar yang signifikan bagi bank syariah adalah dua faktor tambahan. Agar bank syariah dapat terus berkembang dan bersaing dengan kartu kredit konvensional, maka peluang ini harus menjadi prestasi sosial dan kemajuan ekonomi.

Sejarah kartu kredit pertama kali dikenalkan sekitar pada tahun 1900-an. Pada waktu itu, sudah diterbitkan dan diperkenalkan sebagai kartu belanja (*member card*) bagi pelanggan setia di perusahaan bahan bakar minyak (SPBU) dan pasar swalayan di negara Amerika Serikat. Kemudian, pada tahun 1946 sudah mulai diperkenalkan secara meluas kepada masyarakat.

Perkenalan kartu kredit di dunia yang pertama kali diterbitkan oleh negara Amerika Serikat, memiliki beberapa bentuk era kartu yaitu, era *Dinner club* (1949) oleh *Frank McNamara*, era *Amex* (1958) oleh salah satu perusahaan Amerika Serikat (*American Express*), era Bank of Americard/Visa (1958) oleh Bank of America, dan pada era *Mastercard* (1960) oleh *Interbank Card Association*.

Perkembangan kartu kredit yang semakin menyebar meluas sampai akhirnya diperkenalkan di Indonesia yang dibawa oleh Bank Duta dengan bekerja sama dengan pihak Visa dan Mastercard Internasional pada tahun 1980. Tetapi ketika itu perkenalan kartu kredit di Indonesia hanya baru dikenal bagi nasabah Bank Duta saja dan belum secara umum. Kemudian, Bank Duta mengalami keputusan yang diakibatkan oleh adanya saingan baru dalam bidang kartu kredit juga. Pelakunya seperti BCA, Hongkong Bank, dan Citibank yang saat itu paling berkembang.

Perkembangan Citibank pada tahun 1980 yang fokus pada bisnis kartu kredit dan akhirnya banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Namun, dibalik itu semuanya pada nyatanya bagi yang memiliki kartu kredit tersebut harus melewati proses yang begitu sulit. Seiringnya waktu pada Desember tahun 1998, pihak pemerintah memiliki cara demi mengeluarkan suatu kebijakan perbankan yang akan berpengaruh positif bagi setiap bisnis kartu kredit di Indonesia. Dampak ini pun menimbulkan bank yang ada di Indonesia ikut serta menerbitkan produk kartu kreditnya. Sempat mengalami krisis, tetapi berlanjutnya waktu akhirnya keadaan

perekonomian di Asia Tenggara pada tahun 2010 sampai sekarang mengalami stabil (Abadi, 2018).

Perkembangan juga terjadi pada kartu kredit syariah. Sejarah kartu kredit syariah pertama kali muncul di dunia pada tahun 1996 yang dimiliki oleh AmBank Malaysia (Arab-Bank Malaysia Bank Berhad) yang diberi nama *Al-Taslif Credit Card* kemudian menjadi *Bai Bitsaman Aji*. Selanjutnya, diikuti dari bank-bank lain seperti bank Islam Malaysia Berhad (BIMB) pada tahun pertengahan 2002 dengan memiliki kartu bernaman *Bank Islam Card* dan *Arab Banking Corporation (ABC) Islamic Bank Bahrain* ketika akhir tahun 2002, sekalian juga As Shamil Bank dan Tadamon Islamic Bank.

Potensi dalam penggunaan kartu kredit di Indonesia masih terbilang besar dikarenakan oleh pangsa pasar di Indonesia yang masih terbuka demi perkembangan kartu kredit. Berdasarkan data dari Direktorat Sistem Pembayaran Bank Indonesia di Jakarta menjelaskan bahwa sesuai data dari Badan Pusat Statistik pada tahun 2011 terdapat 104 juta masyarakat yang potensial pemegang kartu, yang sebelumnya pada tahun 2010 hanya baru mencapai 13,4 juta kartu (Indonesia, 2011)

Perkembangan kartu kredit syariah yang berkelanjutan di dunia, kemudian berkembang di Indonesia adalah Dirham Card yang dimiliki oleh Bank Danamon (Finpedia, 2021). Di tahun 2007 diterbitkannya oleh Bank Danamon dengan jumlah sekitar 15 ribu sampai 20 ribu kartu di Indonesia (Detikfinance, 2007). Hal ini memicu bagi para perbankan Islam di

Indonesia seperti bank BNI Syariah dan CIMB Niaga Syariah untuk ikut serta mengembangkan kartu kredit syariah nya masing-masing (Kharini et al., 2019). Setelah itu bank di yang pertama kali merintis kembali kartu kredit syariah pada tahun 2021 adalah bank BNI Syariah dan hasanah card sebagai nama kartu kredit syariah yang dimilikinya (Setiawan, 2021).

Kartu kredit syariah diterbitkan berdasarkan nomor DSN. 54/DSN-MUI/X/2006. Menurut fatwa tersebut, kartu kredit syariah adalah kartu yang berfungsi seperti kartu kredit dan diikat secara hukum oleh pihak-pihak berdasarkan prinsip syariah.. (Asniyati & Yaya, 2020).

Menurut Puspaningtyas (2021) Kartu kredit syariah yang dikenal dengan kartu pembiayaan ini mempunyai mekanisme yang berbeda dengan kartu kredit produk bank konvensional. Dalam manfaat yang diterima bagi nasabah sama, seperti digunakan untuk bertransaksi, membayar tagihan, cicilan, dan lainnya. Adiwarmanto Karim yang berperan menjadi Komisaris Utama Bank Syariah Indonesia mengatakan kartu pembiayaan sudah sesuai prinsip syariah dan juga mengatakan, penggunaan kartu pembiayaan ini mengarahkan pada ketenangan, kenyamanan, dan bijaksana dalam bertransaksi. Memiliki akad-akad yang terkandung sesuai dengan prinsip syariah dan selalu diawasi oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia.

Perbedaan kartu kredit dengan kartu pembiayaan yaitu, pertama kartu kredit adalah seseorang atau badan dalam usaha meminjam uang dan disediakan oleh bank umum konvensional, BPR, dan pegadaian. Kemudian,

untuk kartu pembiayaan adalah dukungan pendanaan untuk kebutuhan yang melibatkan tiga pihak (pihak pemberi, pihak penyedia, dan pihak pengguna) dan disediakan oleh bank syariah, UUS, dan BPRS (Ojk, 2019). Kedua, dalam mekanisme pembiayaan untuk nasabah harus mengajukan permohonan atas produk atau jasa kepada pemilik dana (bank/lembaga keuangan non bank) dan akan membelinya dari vendor (pihak ketiga) atau tidak melibatkannya yang untuk dijual kepada nasabah dan akan dibayar oleh nasabah secara tunai maupun dicicil. Ketiga, Bentuk pinjamannya itu langsung mendapatkan produk atau barang yang diinginkan, kemudian dikembalikannya dengan setoran lunas atau dicicil. Keempat, Sistem profit dalam pembiayaan itu menggunakan keuntungan melewati *margin* (Ad-Ins, 2022).

Bank Indonesia dalam penggunaan kartu kredit di kenal sebagai alat pembayaran memakai kartu yang memiliki nama (APMK) yang terdiri tidak hanya kartu kredit saja, tetapi ada juga kartu *computerized teller machine* (ATM), serta kartu *charge*. Hal ini tertuang dalam (PBI No.14/2/PBI/2012) tentang penggunaan kartu dalam penyelenggaraan kegiatan alat pembayaran.

Kartu kredit adalah salah satu bentuk pembayaran dengan kartu (APMK). Ini dapat digunakan untuk membayar hutang yang timbul melalui kegiatan ekonomi, seperti berbelanja, atau untuk menarik uang tunai. Pemegang Kartu diwajibkan untuk melakukan pembayaran terlebih dahulu dari penerbit (*acquirer*), dan juga diwajibkan untuk melakukan pembayaran

pada waktu yang telah ditentukan, baik secara bersamaan (ganti kartu) maupun secara mencicil (B. Indonesia, 2020).

Menurut Norman (2020) pada waktu sebelum penggunaan kartu kredit sebagai metode pembayaran dalam transaksi ekonomi, karena uang digunakan sebagai perantara pertukaran yang efisien dan efektif dalam transaksi yang melibatkan barter. Ternyata ada masalah dengan bagaimana uang digunakan dari waktu ke waktu. Ini karena melakukan transaksi jarak jauh dengan jumlah besar akan membuat Anda berisiko terhadap hal-hal seperti pencurian, perampokan, dan pemalsuan. Penggunaan uang tunai akan berdampak lebih kecil, dan kartu kredit yang terbuat dari plastik akan dikeluarkan.

Sektor bisnis yang menerapkan sistem ekonomi Islam mulai berkembang dan berkembang pesat di era globalisasi saat ini. Ekspansi lembaga perbankan dan pembiayaan syariah di Indonesia menunjukkan hal tersebut. Produk dari bank dan lembaga keuangan tradisional dan syariah salah satunya yaitu dalam penerbitan kartu kredit yang digunakan untuk pembayaran. Meskipun terdapat dua jenis kartu kredit di Indonesia, siklus ekonomi membuat masyarakat sulit untuk memutuskan antara menggunakan kartu kredit syariah atau tradisional.

Namun, ada tiga jenis kegunaan yang pada dasarnya identik:

1. Sistem pembayaran menjadi mudah
2. Mendapatkan uang tunai, administrasi, barang dagangan atau sumber daya lain dan kemudian membayar sebagian.
3. Demi memberikan bukti atau jaminan kepada seseorang yang menerima pinjaman yang cukup untuk membeli barang atau jasa.

Melalui pengelolaan keuangan yang efektif seseorang dapat menggunakan kartu kreditnya secara efektif untuk menghindari hutang yang sulit dan mempersiapkan tabungan dan investasi di masa depan. (Asniyati & Yaya, 2020).

Kartu ini juga mengajak nasabah demi untuk tidak konsumtif dengan menentukan limit kartu yang sesuai dengan kebutuhan bulanan. Hal ini disebabkan karena sewanya yang sangat tergantung pada limit kartu. Dan apabila kebutuhan rata-rata per bulan nasabah sekitar Rp 20 juta, maka tidak perlu adanya limit sampai Rp 200 juta karena biaya sewanya akan lebih tinggi (Puspaningtyas, 2021).

Kartu kredit yang beredar di Indonesia dan telah ada pada catatan Bank Indonesia (BI) berjumlah 16,58 juta unit pada bulan juni 2022. Jumlah kenaikan 0,84% dibandingkan dengan bulan juni 2021 yang hanya sejumlah 16.56 juta kartu kredit yang beredar pada saat itu. Adapun jumlah dari tahun 2021 sampai 2022 bisa dilihat pada tabel 1.1 berikut menurut (Widi, 2022):

Tabel 1. 1 Jumlah Kartu Kredit yang Beredar di Indonesia

(2021-2022*)

Tahun	2021			2022		
	Kartu (Juta)	Nilai Transaksi (Triliun)	Volume Transaksi (Juta)	Kartu (Juta)	Nilai Transaksi (Triliun)	Volume Transaksi (Juta)
Jumlah Unit	16,56	19,81	23,22	16,58	149,8	27,93

Sumber: DataIndonesia.id (2021-2022)

Kemudian untuk perkembangan jumlah kartu pembiayaan di Indonesia mengalami peningkatan sejumlah 35,81% pada bulan November 2022 yang dilansir pada laman Bank Syariah Indonesia (BSI) di dalam (Abigail, 2022). Adapun jumlah dari tahun 2021 sampai 2022 dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut menurut (C. Indonesia, 2022) :

Tabel 1. 2 Jumlah Kartu Pembiayaan yang Beredar di Indonesia

(2021-2022*)

Tahun	2021			2022		
	Kartu (Juta)	Nilai Transaksi (Triliun)	Volume Transaksi (Juta)	Kartu (Juta)	Nilai Transaksi (Triliun)	Volume Transaksi (Juta)
Jumlah Unit	16,331	15,450	21,606	16,55	24,74	27,59

Sumber: CNBC Indonesia, (2021-2022)

Bank Syariah Indonesia berpeluang untuk memformulasikan layanan program perbankannya dengan salah satu layanan produk kartu kredit secara syariah. Produk ini dinamakan BSI Hasanah Card, kartu kredit yang diterbitkan oleh PT. Bank Syariah Indonesia Tbk yang digunakan

sebagai alat pembayaran dalam bertransaksi dan juga berfungsi sebagai kartu kredit, tetapi berbasis syariah. Bank Syariah Indonesia juga sudah memiliki layanan yang bernama *BSI Merchant Business*. Layanan tersebut berupa *EDC* Bank Syariah Indonesia yang disediakan untuk para nasabah BSI untuk memudahkan dalam bertransaksi pembayaran. Tetapi pelayanan tersebut hanya digunakan untuk kartu debit, belum digunakan untuk kartu kreditnya yang dijelaskan menurut (BSI).

Laporan Bank Indonesia Juni 2021, dalam jumlah Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) yaitu pengguna kartu kredit di dunia pada periode 2018-2021 mengalami pertumbuhan sebesar 3%. Akan tetapi, di negara Indonesia bagi pengguna kartu kredit menurun sebesar -1,38%. Untuk cara menarik lebih dalam dari data tersebut, ternyata layanan pada kartu kredit BSI Hasanah Card di periode tahun 2020-2021 justru mengalami hal positif untuk pertumbuhan sebesar 15,19%. Pada tahun 2020 tercatat 321,2 ribu pengguna, kemudian mengalami peningkatan sebesar 429,9 ribu pengguna kartu kredit BSI Hasanah Card (Nuraini Rita, 2022).

Dhini Aminarti sebagai *public figure*, pengguna setia kartu pembiayaan Hasanah Card sejak tahun 2018, merasakan kesadaran akan kenyamanan saat menggunakan produk ini. Dhini juga sempat menjadi salah satu nasabah kartu kredit konvensional namun merasa tidak tenang. Kemudian, hijrah dan lebih merasakan manfaat dari kartu pembiayaan. Dan mengatakan juga, lebih menyukai dalam adanya fitur sedekahnya yang

bernama Smart Shadaqah, setiap bulannya di debet jadi tidak harus lupa untuk berbagi juga.

Alasan lain dari pemakaian kartu pembiayaan yang dibatasi dengan prinsip syariah, juga ada faktor yang mempengaruhi lebih banyaknya kartu kredit dibandingkan kartu pembiayaan yaitu pada kartu pembiayaan tidak memberikan apa yang menarik bagi nasabahnya, seperti promo atau diskon menarik. Sehingga, hal ini membuat tidak adanya kerja sama dengan berbagai *merchant* yang ada (Kusindriani, 2021).

Istilah dalam kartu pembiayaan atau biasa yang disebut dengan pihak-pihak yang terkait, seperti *merchant*, bank penerbit, dan juga konsumen. Dalam hal ini alasan dimana kartu pembiayaan lebih sedikit dari pada kartu kredit, dikarenakan pada kartu pembiayaan jika bagi nasabah yang menggunakan tidak sesuai dengan syariah islam maka akan ada pemblokiran MCC (*Merchant Category Code*).

Bank penerbit pada kartu pembiayaan yaitu dari LKS (Lembaga Keuangan Syariah), dan Bank Syariah (BNI Syariah, BRI Syariah, CIMB Syariah, Mandiri Syariah, dll). Pihak bank penerbit akan memberikan peringatan bagi setiap nasabahnya yang mengalami kemacetan dalam pembayaran, kemudian memerintahkan seorang penagih atau disebut *debt collector*. Nasabah sebagai penerima kartu dan pengguna kartu pembiayaan diberi informasi terkait untuk batasan-batasan ketika menggunakan kartu pembiayaan. Apalagi, harus penggunaan yang berbasis syariah islam (Raharjo & Kristiyanto, 2019).

Religiusitas merupakan hal berkaitan dengan keyakinan pada diri setiap orang akan nilai-nilai keislaman dan selalu identik dengan keberagamaan. Religiusitas sendiri pada kehidupan setiap orang sudah menjadi suatu nilai yang akan terlihat dan tercatat ketika melakukan aktivitas secara individu, dan nilai religiusitas sudah terinternalisasi dan dilakukan pada aktivitas sehari-hari (Takim, 2021).

Mengetahui minat masyarakat Indonesia dalam menggunakan kartu bank syariah dan berbagai variabel yang mempengaruhi minat sangatlah menarik. Salah satu variabel yang mempengaruhi minat masyarakat dalam memutuskan penggunaan Islamic Mastercard adalah religiusitas. Penelitian Johan, Husain, Putit, Dali, dan Hafit mendukung religiusitas (Asniyati & Yaya, 2020).

Kumpulan berbagai jenis informasi tentang suatu produk disebut pengetahuan produk. Informasi memiliki klasifikasi barang, merek, kata-kata barang, kredit barang atau elemen, biaya barang dan lebih jauh keyakinan tentang suatu barang. Konsumen juga memiliki pengetahuan dan mampu mempengaruhi keputusan untuk membeli produk atau jasa atau tidak. Konsumen memiliki pengetahuan produk yang berbeda (Fadhila et al., 2020).

Dalam pengetahuan produk untuk calon konsumen mengenai iB hasanah card hanya mendapatkan informasi produknya, sebatas pengetahuan dasar tentang kartu pembiayaan. Semua informasi bagi

konsumen biasanya hanya pengetahuan dalam melakukan pertimbangan untuk memakai produknya saja (Rijal, 2018).

Pendapatan merupakan hasil dari suatu tindakan yang dilakukan oleh suatu usaha atau perorangan sebagai akibat dari suatu latihan jual beli yang telah ditakdirkan, agar menghasilkan keuntungan bagi kedua pihak. Salah satu penentu utama penggunaan *mastercard* adalah pendapatan ini. (Russetyowati, 2018).

Salah satu faktor penting demi mendorong penambahan minat memakai kartu kredit. Menurut (Batubara, dkk. 2022) minat dalam menggunakan produk akan lebih tinggi dengan cara pendapatan tinggi.

Gaya hidup merupakan pola atau nilai yang dimiliki masyarakat dalam berinteraksi di lingkungan dan bagaimana mereka mengapresiasi dalam bentuk perilaku melalui gaya hidup (Juniarti, 2017). Gaya hidup terhadap penggunaan kartu kredit adalah ketika hutang, peningkatan status, peningkatan keluaran, fasilitas dalam pembelian keyakinan, dan atas mampunya dalam keuangan (Dewi & Aksari, 2019).

Berdasarkan penelitian terdahulu terkait minat seseorang menggunakan kartu kredit syariah terus meningkat. Penelitian (Asniyati & Yaya, 2020), (Nasri et al., 2020), dan (Baharuddin, 2021) menemukan hasil bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat tersebut. Sedangkan penelitian (Khairi & Gunawan, 2019) menemukan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan.

Penelitian (Jamilah & Aulia, 2022), dan (Qasas & Hakim, 2019) menemukan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, sedangkan (Lubis & Rahmat, 2018), dan (Kartini & Hanurat, 2017) menemukan hasil bahwa pengetahuan tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat menggunakan.

Penelitian (Batubara, dkk. 2022), (Russetyowati, 2018), dan (Khairi & Gunawan, 2019) menemukan hasil bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, sedangkan penelitian (Pratami et al., 2022) menemukan hasil bahwa pendapatan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan.

Penelitian (Jamilah & Aulia, 2022), (Dewi & Aksari, 2019), dan (Dian Permata Putri, 2018) menemukan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, sedangkan (Arifudin et al., 2021), dan (Juniarti, 2017) menemukan hasil bahwa Gaya hidup tidak berpengaruh pada minat untuk menggunakan dan tidak penting.

Perbandingan antara penggunaan minat kartu kredit konvensional dengan kartu kredit syariah kini menjadi suatu pembicaraan, dikarenakan presentase minat penggunaan kartu kredit konvensional lebih besar dibandingkan presentase minat penggunaan kartu kredit syariah (Syifa, dkk. 2019).

Terkait penelitian untuk pemilihan lokasi, bagi peneliti harus mengambil sampel di Klaten karena memiliki alasan tersendiri, dikarenakan Klaten sebagai Kota tempat tinggal bagi peneliti. Dimana masyarakat yang

ditinggal di Klaten merupakan masyarakat yang mempunyai gaya hidup dan tingkat kebutuhan yang tinggi. Sehingga Klaten dianggap sebagai lokasi yang tepat untuk melihat minat dalam menggunakan kartu kredit syariah bagi masyarakat di kota klaten.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul pada penulisan ini **“Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk, Pendapatan, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Menggunakan Kartu Pembiayaan Pada Bank Umum Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat Klaten Yang Sudah Berpenghasilan).**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis dapat mengidentifikasi berbagai masalah dalam penelitian ini, antara lain :

1. Munculnya kartu kredit di dunia oleh negara Amerika Serikat sekitar tahun 1949 pada era *Dinner Club*. Dan munculnya kartu kredit di Indonesia pada tahun 1980 oleh Bank Duta yang bekerja sama dengan pihak Visa dan Master Card.
2. Munculnya kartu pembiayaan di dunia pada tahun 1996 oleh AmBank (Arab-Bank Malaysia Bank Berhad). Kemudian, sekitar pada tahun 2007 mulai munculnya di Indonesia oleh Bank Danamon.
3. Perbedaan jumlah kartu pada tahun 2021 lebih banyak kartu pembiayaan sejumlah 16,331 juta dari pada kartu kredit sejumlah 16,56 juta. Tetapi, pada tahun 2022 perbedaan jumlah kartu lebih banyak kartu kredit

sejumlah 16,58 juta dari pada kartu pembiayaan yang mengalami penurunan sejumlah 16,55 juta. Perbedaan volume transaksi pada tahun 2021 lebih besar kartu kredit sebesar 23,22 juta dari pada kartu pembiayaan yang hanya sebesar 21,606 juta. Kemudian, pada tahun 2022 volume transaksi masih lebih besar kartu kredit sebesar 27,93 juta dari pada kartu pembiayaan sebesar 27,59 juta. Perbedaan nilai transaksi pada tahun 2021 lebih besar kartu kredit sebesar 19,81 triliun dari pada kartu pembiayaan yang hanya sebesar 15,450 triliun. Kemudian, pada tahun 2022 volume transaksi masih lebih besar kartu kredit sebesar 149,8 triliun dari pada kartu pembiayaan sebesar 24,74 triliun.

4. Perkembangan kartu kredit dan kartu pembiayaan memiliki perbedaan yang cukup besar. Dikarenakan oleh pembatasan pemakaian pada kartu pembiayaan, beda dengan pemakaian kartu kredit yang lebih konsumtif. Religiusitas dan pengetahuan produk bagi nasabah terhadap kartu pembiayaan yang dibatasi oleh prinsip syariah, hal ini merupakan pemakaman dan juga keyakinan bagi para konsumen dalam menggunakannya.
5. Penggunaan kartu kredit dan kartu pembiayaan adalah faktor tingkat pendapatan yang menjadi penentu utama dalam menggunakannya.
6. Penggunaan kartu kredit dan kartu pembiayaan bisa dilihat dari pola dan perilaku masyarakat dalam berinteraksi di lingkungan. Seperti, peningkatan status, peningkatan pengeluaran fasilitas dalam pembelian atas kemampuan keuangan.

1.3.Rumusan Masalah

Mengingat Yayasan Berakhir, penulis dapat merencanakan masalah tersebut. Berikut adalah rumusan masalah yang akan dikaji:

1. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap minat masyarakat Klaten dalam menggunakan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah?
2. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap minat masyarakat Klaten dalam menggunakan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah?
3. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap minat masyarakat Klaten dalam menggunakan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah?
4. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap minat masyarakat Klaten dalam menggunakan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah?

1.4.Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang akan diambil dalam penelitian ini sejalan dengan latar belakang dan rumusan masalah adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah bagi masyarakat di Klaten yang sudah berpenghasilan.
2. Untuk mengetahui apa arti informasi barang untuk kepentingan masyarakat dalam menggunakan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah bagi masyarakat di Klaten yang sudah berpenghasilan.

3. Untuk memutuskan dampak pendapatan dalam penggunaan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah masyarakat di Klaten yang sudah berpenghasilan.
4. Untuk mengetahui bagaimana gaya hidup mempengaruhi minat di Bank Umum Syariah dalam menggunakan kartu pembiayaan, bagi masyarakat di Klaten yang sudah berpenghasilan.

1.5. Batasan Masalah

Setiap permasalahan memiliki hakikat yang sangat kompleks, sehingga mengingat ruang lingkup yang luas dalam penelitian ini. Jadi penulis menganggapnya penting untuk membatasi penelitian karena religiusitas, pengetahuan produk, pendapatan, dan gaya hidup terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah. Sedangkan untuk responden yang akan diuji pada masyarakat di daerah Klaten yang sudah berpenghasilan, dan yang sudah atau yang berminat menjadi nasabah di Bank Umum Syariah.

1.6. Jadwal Penelitian

Terlampir

1.7. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan penelitian ini mengacu pada

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas sejarah permasalahan yang perlu dikaji, cara mengidentifikasi, mendefinisikan, dan merumuskannya, serta tujuan, manfaat, jadwal penelitian, dan sistematika penulisan skripsi ini.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Landasan teoretis, penelitian terkait, kerangka penelitian, dan perumusan hipotesis semuanya termasuk dalam bab ini. Landasan teori kartu kredit, kartu pembiayaan, kontrak yang digunakan dalam kartu pembiayaan, dan teori untuk masing-masing variabel, antara lain religiusitas, pengetahuan produk, pendapatan, dan minat pakai. Riset ini hanya didukung oleh riset relevan yang diambil dari sejumlah jurnal terkait kartu pembiayaan, kerangka riset, dan pengembangan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan membahas tentang jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, metode pengambilan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Memuat hasil pengolahan data dan mendiskusikan variabel hasil pengujian..

BAB V PENUTUP

Bagian ini berisi akhir, ide dan proposal. Temuan terkait masalah penelitian dirangkum dalam kesimpulan. Hasil analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya menjadi landasan bagi kesimpulan.

Saran-saran dirumuskan berdasarkan hasil penelitian, berisi uraian mengenai rekomendasi yang mencakup langkah apa yang perlu dilakukan para pihak terkait sehubungan dengan hasil penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Perilaku Konsumen (*Theory Consumer Behaviour*)

2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Theory Behaviour Consumer, adalah perilaku yang mengharapkan pembeli untuk mencari, membeli, menggunakan, menilai, dan membelanjakan pada tenaga kerja dan produk yang mereka butuhkan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen demi mencari, dan menggunakan terhadap suatu produk dan jasa yang mereka inginkan akan memberikan kepuasan kebutuhan diri mereka.

Menurut Peter dan Olson 2010 tentang perilaku konsumen yang terus berlangsung dari individu, kelompok, dan anggota masyarakat termasuk dalam konsep perilaku konsumen yang merupakan proses yang dinamis berubah. Perilaku konsumen menurut *American Marketing Association*, adalah interaksi dinamis antara emosi, pikiran, dan tindakan orang, serta lingkungannya, di mana mereka melakukan perubahan pada berbagai aspek kehidupan mereka (Sinulingga, 2021).

2.1.2 Jenis-jenis Perilaku Konsumen

1. Rasional

Perilaku konsumen ketika datang untuk membeli barang dan jasa yang didasarkan pada faktor konsumen umum seperti tingkat kebutuhan mendadak, kebutuhan yang paling penting atau primer, dan kegunaan produk untuk pembeli. Ciri-ciri perilaku konsumen bersifat rasional yaitu:

- a. Konsumen memilih barang sesuai kebutuhan

- b. Barang yang dipilih konsumen memberikan pemakaian optimal bagi konsumen
- c. Konsumen memilih barang yang kualitas terjamin
- d. Konsumen memilih barang yang sesuai kemampuan bagi dirinya

2. Irrasional

Perilaku konsumen yang mudah dipengaruhi oleh diskon yang ditawarkan pemasar pada suatu produk tanpa mengutamakan faktor-faktor yang berkaitan dengan kebutuhan atau minat. Ciri-ciri perilaku konsumen bersifat irrasional yaitu:

- a. Konsumen yang sangat terpengaruh dengan iklan dan promosi di setiap media cetak maupun elektronik
- b. Konsumen yang memilih barang bermerk dan branded yang terkenal luas
- c. Konsumen memilih barang yang bukan sesuai kebutuhan, melainkan karena iri atau gengsi (Rumondang, dkk. 2020).

2.2.Literasi Keuangan

2.2.1. Pengertian Literasi Keuangan

Working Group on Financial Literacy (2010) mendefinisikan bahwa literasi keuangan merupakan suatu penguasaan, pengetahuan, dan kemampuan demi membuat suatu keputusan ekonomik dan keuangan, secara rasional dengan penuh keyakinan dan juga kompeten. Menurut Hananto 2011 menjelaskan juga tentang literasi keuangan adalah kemampuan bagi seseorang dalam keuangan pribadi

(*personal finance*) yang meliputi manajemen uang atau dana, pembelanjaan dan kredit, tabungan dan investasi (Selvi, 2018)

2.2.2. Tujuan dan Aspek-aspek Literasi Keuangan

1. Tujuan Literasi Keuangan

Menurut Otoritas Jasa Keuangan dan Bank Indonesia demi memajukan tingkat kondisi naik bagi masyarakat maka literacy keuangan bertujuan untuk meningkatkan daya saing ekonomi Indonesia (Selvi, 2018).

2. Aspek-aspek Literasi Keuangan

Menurut dalam (Selvi, 2018) memiliki beberapa aspek-aspek pada literasi keuangan yaitu:

- a. Pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi (*basic personal finance*)
- b. Manajemen uang (*money management*)
- c. Manajemen kredit dan utang (*credit and debt management*)
- d. Tabungan dan investasi (*saving and investment*)
- e. Manajemen risiko (*risk management*).

2.3.Kepercayaan

2.3.1. Pengertian Kepercayaan

Turban (2010) menjelaskan bahwa kepercayaan adalah suatu psikologis seorang atau organisasi yang sudah dipercaya bahwa mitra transaksi (perusahaan) akan menepati terhadap janjinya dalam (Lestari, 2019).

2.3.2. Faktor Kepercayaan

Ada beberapa faktor menurut Peppers dan Rogers yang mempengaruhi kepercayaan dalam (Khotimah, 2013) antara lain:

1. Nilai bersama
2. Saling ketergantungan
3. Komunikasi yang berkualitas
4. Perilaku yang bijaksana

2.3.3. Komponen Kepercayaan

Menurut Peppers dan Rogers menjelaskan bahwa perlunya komponen-komponen dalam kepercayaan dalam (Khotimah, 2013) yaitu:

1. Kredibilitas, ialah kejujuran dan perkataan dari para karyawan sehingga akhirnya dapat membangun kepercayaan oleh anggota, sehingga para anggotanya akan bersedia terus melakukan kegiatan di lembaga keuangan tersebut.
2. Reliabilitas, merupakan suatu keandalan dari para karyawan yang bekerja di setiap lembaga keuangan, dan biasanya juga berhubungan dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada setiap anggotanya.
3. *Intimacy*, yang memiliki suatu ketertarikan dan integritas yang berarti karyawan, dimana karyawan disuatu lembaga harus mempunyai kualitas yang baik sehingga setiap anggota dapat percaya terhadap pelayanan dari karyawan tersebut. Integritas harus memiliki hubungan secara internal secara konsisten, terhadap kesesuaian antara yang dikatakan dengan yang

dilakukan, dan juga dalam hal menunjukkan ketulusan dan keikhlasan karyawan lembaga keuangan ketika melayani mitranya.

2.4. Minat

2.4.1. Pengertian Minat

Minat merupakan kecenderungan terhadap sesuatu yang kuat dari dalam diri seseorang untuk melakukan segala apapun yang diinginkan (Nastiti & Laili, 2020). Menurut Ari (2013), minat penggunaan adalah suatu keinginan seseorang untuk tetap menggunakan terhadap barang tersebut (Russetyowati, 2018). Minat adalah suatu proses terhadap rasa ketertarikan yang dimiliki setiap orang terhadap suatu barang, dan kemudian ingin menggunakan atau ingin memiliki barang tersebut (Asniyati & Yaya, 2020).

Minat adalah salah satu aspek di dalam diri manusia adalah minat, dikarenakan dapat mendorong demi mencapai tujuan (Russetyowati, 2018). Bagi orang yang tertarik pada suatu objek akan lebih memperhatikan dengan senang hati, sehingga menghasilkan apresiasi yang lebih besar untuk itu. Keinginan suatu bagi seseorang demi untuk menggunakan suatu barang tersebut dinamakan minat penggunaan. Minat menggunakan kartu pembiayaan merupakan suatu perasaan ketertarikan demi memanfaatkan kartu pembiayaan yang didukung oleh uang yang dipinjam dari perusahaan yang bersedia menerima pembayaran tanpa memerlukan uang tunai (Asniyati & Yaya, 2020).

Suatu minat terhadap menggunakan produk yang ditimbul dari kebutuhan setiap manusia, sehingga ketika menggunakannya harus memakai tenaga demi mencari tahu tentang produk tersebut (Rijal, 2018). Menurut Prof . Dr. Iskandarwasid dan Dr. H. Dadang Sunendar (Batubara, dkk. 2022) minat terhadap rasa ingin tahu biasanya terjadi dalam waktu yang sama. Sikap terhadap minat memiliki kapasitas untuk berkonsentrasi hanya pada satu orang. Di semua orang tentang pandangan tentang pentingnya latihan dan kegiatan rekreasi bagi mereka, dan juga sebagai inspirasi yang mengarah pada tujuan tertentu.

2.4.2. Faktor-Faktor Minat Menggunakan Kartu Pembiayaan

Faktor minat kepemilikan kartu pembiayaan atau kartu kredit syariah menurut hasil data dalam (Syifa, dkk. 2019) sebagai berikut:

1. Faktor keinginan yang sesuai syariah, yaitu faktor yang memiliki batasan dalam pemakaian berdasarkan prinsip syariah
2. Faktor kebutuhan transaksi, yaitu faktor dimana kegunaannya ketika sedang dalam keadaan darurat atau sedang membutuhkan, kemudian melakukan transaksi,
3. Faktor kemudahan ketika akses, yaitu persamaannya antara kartu pembiayaan dengan kartu kredit konvensional,
4. Faktor internal (karyawan pada bank syariah), yaitu faktor karyawan pada bank syariah yang telah mengeluarkan salah satu produk dari bank syariah,
5. Faktor Perhitungan (Lebih murah, dan tidak ada bunga), yaitu biaya lebih murah karena tidak adanya sistem berbunga.

2.5. Kartu kredit dan Kartu Pembiayaan

2.5.1. Pengertian Kartu Kredit

Kartu kredit menurut tentang Perubahan Peraturan Bank Indonesia 7/52/PBI/2005 dalam Peraturan Bank Indonesia 10/8/PBI/2005 mengenai penyelenggaraan kegiatan alat pembayaran dengan menggunakan kartu. Dalam terjemahan Arab dari Bahasa Inggris menurut para ekonom dan praktisi perbankan adalah *credit card*. Kemudian, menurut tentang kartu kredit, misalnya, dalam Kamus Oxford: kartu otorisasi pinjaman yang dikeluarkan oleh bank atau lembaga keuangan lainnya untuk kebutuhan mereka (Addieningrum & Aslina, 2021).

2.5.2. Pengertian Kartu Pembiayaan

Perkembangan di Indonesia pada kartu kredit syariah yang hanya dilakukan oleh dua yang direkomendasikan oleh Majelis Ulama Indonesia, yaitu BSI Hasanah Card dan CIMB Niaga Mastercard Syariah Gold (Rita, 2022). Dewan Syaria'ah Nasional: 54/DSN-MUI/X2006 tentang kartu syariah, kartu yang kemampuan cicilannya setara dengan *mastercard* yang hubungan hukumnya tergantung pada kerangka kerja antara para pihak pada standar syariah yang diatur dalam fatwa (Rifai, 2020).

Kartu pembiayaan telah dipilih sesuai dengan batasan kartu kredit syariah MUI. Akibatnya, sesuai dengan ketentuan syariah, tidak mengakibatkan riba dan tidak digunakan untuk transaksi yang haram, israf, atau kelebihan. Kartu pembiayaan tidak sepenuhnya diselesaikan untuk kendala yang terkandung dalam kartu kredit syariah MUI, maka, pada saat itu dalam pengaturan syariah tidak menyebabkan riba, dan tidak juga untuk masalah pertukaran yang salah paham,

tidak israf atau ekstrim. Dikarenakan batasan dalam penggunaannya (Syifa, dkk. 2019).

2.5.3. Pihak-Pihak Kartu Pembiayaan

Pihak-pihak yang terlibat dalam kartu pembiayaan, yakni menurut (Khairani, 2020):

1. Penerbit kartu (*musdir al-bitqah*), merupakan Bank Syariah yang menerbitkan kartu syariah tersebut.
2. Pemegang kartu (*hamil al-bitqah*), yang menggunakan kartu syariah tersebut adalah nasabah.
3. Penerima kartu (*tajir/qabil al-bitqah*), merupakan pedagang (*merchant*), dan lain sebagainya.

2.5.4. Ketentuan Pengambilan Fee Kartu Pembiayaan

Ketentuan pengambilan fee oleh penerbit kartu kredit syariah/kartu pembiayaan bagi pemegang kartu menurut (Wahyuningsih, 2013):

1. *Membership fee*, iuran bagi para anggota yang diterima oleh penerbit kartu (*rusum al-udhuwiyah*) dan juga ketika masa memperpanjang status anggota dari pemegang kartu sebagai imbalan (*ujrah*) atas izin pemakaian fasilitas kartu.
2. *Merchant fee*, penerbit kartu menerima fee dari harga objek transaksi yang diambil atau pelayanan dari imbalan (*ujrah*) bagi perantara (*samsarah*), pemasaran (*taswiq*) dan juga penagihan (*tahsil al-dayn*).

3. Penarikan *fee* uang tunai, penerimaan *fee* penarikan uang tunai oleh penerbit kartu dari pemegang kartu (*rusum sahb al-nuqud*) atas *fee* pelayanan dan pemakaian fasilitas yang besarnya tidak dihubungkan dengan penarikan.
4. *Fee kafalah*, penerimaan *fee* bagi penerbit kartu dari pemegang kartu atas pemberian kafalah.
5. Semua bentuk *fee* harus sudah ditetapkan ketika akad aplikasi kartu jelas dan tetap, kecuali pada *merchant fee*.

2.5.5. Akad-akad Kartu Pembiayaan

Perjanjian yang digunakan dalam kartu pembiayaan adalah::

1. *Kafalah*

Akad kafalah adalah perjanjian jaminan antara penanggung dengan pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban tertanggung atau pihak kedua. (Asniyati & Yaya, 2020). Segala kewajiban pembayaran Pemegang Kartu terhadap *Merchant* disebut sebagai “dayn” dalam hal Penerbit Kartu disebut sebagai penjamin (kafil). Kewajiban ini timbul dari transaksi antara Pemegang Kartu dan *Merchant*, serta penarikan tunai dari ATM yang dioperasikan oleh bank lain atau bank Penerbit Kartu. (Lubis & Rahmat, 2018).

Menurut (Mohamad Irsyad, 2020) disyariatkan tentang kafalah berdasarkan didalam *Al-Qur'an*, *hadits*, dan *ijma*. Untuk dalil di dalam *Al-Qur'an*, sebagaimana yang tertera dalam surat Yusuf: 72. Yang artinya:

“Penyeru-penyeru itu berkata: “Kami kehilangan piala raja, dan siapa yang dapat mengembalikannya akan memperoleh bahan makanan

(seberat) beban unta, dan aku menjamin terhadapnya” . ((Q.S. Yusuf [12]: 72).

Hal ini juga tertera pada hadits Nabi yang diriwayatkan oleh Ibnu Majah dalam *Sunan Ibnu Majah* pada hal *kafalah* yang artinya: **“Aku mendengar Abu Umamah Al-Bahili berkata: aku mendengar Rasulullah SAW. bersabda: “orang yang menjamin adalah orang yang menanggung, dan utang itu dilunasi”**. Adapun *ijma*, ulama muslim sepakat bahwa *Adh-dhaman* (jaminan) itu dibolehkan, karena memang dibutuhkan bagi manusia dan guna membantu menghilangkan beban diri dari seseorang yang berutang (Mohamad Irsyad, 2020).

2. *Qardh*

Akad *Qardh* pada kartu kredit syariah adalah salah satu jenis transaksi bank dimana salah satu pihak meminjamkan uang kepada nasabah tetapi mensyaratkan nasabah untuk menggunakan kartu kredit syariah tersebut sebelum mencairkan uangnya. (Asniyati & Yaya, 2020). *Qardh* pada kartu kredit syariah bagi penerbit kartu berperan sebagai pemberi pinjaman (*muqridh*) kepada yang berperan sebagai pemegang kartu atau peminjam (*muqtaridh*) yang penarikan tunai melalui bank atau ATM bank penerbit kartu tersebut (Lubis & Rahmat, 2018).

Landasan syar’i pada *Qardh* adalah:

a. Al-Qur’an

Artinya:....*Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran...(Al-Maidah: 2).*

b. Hadits

Artinya: *Telah menceritakan kepada kami Ubaidullah bin Abdul Karim berkata, telah menceritakan kepada kami Hisyam bin Khalid berkata, telah menceritakan kepada kami Khalid bin Yazid. Dan telah menceritakan kepada kami Abu Hatim berkata, telah menceritakan kepada kami Hisyam bin Khalid berkata, telah menceritakan kepada kami Khalid bin Yazid bin Abu Malik dari Bapaknya dari Anas bin Malik ia berkata, "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Pada malam aku diisrakan aku melihat di atas pintu surga tertulis 'Sedekah akan dikalikan menjadi sepuluh kali lipat, dan memberi pinjaman dengan delapan belas kali lipat'. Maka aku pun bertanya: "Wahai Jibril, apa sebabnya memberi hutang lebih utama ketimbang sedekah?" Jibril menjawab: "Karena saat seorang peminta meminta, (terkadang) ia masih memiliki (harta), sementara orang yang meminta pinjaman, ia tidak meminta pinjaman kecuali karena ada butuh." (HR. Ibnu Majah No 2124).*

3. Ijarah

Penjelasan tentang Ijarah merupakan akad akan perpindahan kebebasan menggunakan hasil atas tenaga kerja dan produk, melalui angsuran upah sewa, tanpa disertai dengan pertukaran kepemilikan

(proprietorship/milkiyyah) dari barang dagangan yang sebenarnya (Masyhudi, 2018). Hukum untuk ijarah adalah boleh, dan kebolehan itu mempunyai syarat-syarat yaitu:

- a. Harus jelas penggunaannya, seperti dalam membangun rumah.
- b. Pemanfaatan barang yang disewa harus diizinkan.
- c. Penyewa untuk jumlah upah atau sews harus diketahui dari suatu pekerjaan.

Landasan syar'i untuk diperbolehkannya akad ijarah:

- a. Al-Qur'an

Artinya: Dan jika kamu ingin menyusukan anakmu kepada orang lain, maka tidak ada dosa bagimu memberi pembayaran dengan cara yang patut. Bertaqwalah kepada Allah dan ketahuilah bahwa Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan. (QS. Al-Baqarah: 233).

- b. Hadits

Artinya: Telah menceritakan kepada kami Musaddad telah menceritakan kepada kami Khalid dia adalah putra dari 'Abdullah telah menceritakan kepada kami Khalid dari 'Ikrimah dari Ibnu 'Abbas radiallahu 'anhuma berkata; "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam berbekam dan membayar orang yang membekamnya. Seandainya berbekam itu haram, tentu Beliau tidak akan memberi upah". (H.R. Bukhari No. 1961).

2.6. Religiusitas

2.6.1. Pengertian Religiusitas

Menurut Glock dan Stark 1986 tentang religiusitas merupakan suatu bentuk kepercayaan pada adi kodrati dimana memiliki penghayatan secara mendalam terhadap kehidupan sehari-hari dengan cara menghayatinya ke dalam kehidupan sehari-hari (Nasikhah, 2013).

Religiusitas merupakan kepercayaan dalam diri seseorang yang memiliki nilai agama. Kepercayaan yang ditunjukkan oleh bentuk kegiatan dan tingkah laku seseorang sehari-hari. Pada religiusitas memiliki dimensi yang sudah diketahui dengan keyakinan dan dilakukan secara ritual terhadap sikap atau bisa juga dengan akhlak (Muhammad Farid, 2014)

2.6.2. Aspek dan Dimensi Religiusitas

1. Aspek Religiusitas

Pelaksanaan pada ajaran Islam terhadap religiusitas menurut Sunaryo memiliki lima aspek, yaitu (Zuhirsyan, 2018):

- a. Aspek Iman: Tentang keyakinan dan hubungan manusia dengan Tuhan, Rasul-Rasul, Nabi-nabi, dll.
- b. Aspek Islam: Tentang pengulangan dan kekuatan cinta yang masih mengudara, misalnya: haji, zakat, sholat, dan puasa.
- c. Segi Ihsan: Tentang pengalaman dan perasaan akan kehadiran Tuhan, fobia larangan, dan topik lainnya.
- d. Aspek Ilmu: Pemahaman seseorang terhadap ajaran agamanya.

- e. Aspek Amal: Seperti apa perilaku sosial seseorang, misalnya dalam membantu orang lain dan melindungi yang lemah?.

2. Dimensi Religiusitas

Dimensi religiusitas menurut Glock dan Stark, religiusitas memiliki pengertian berdasarkan pada dimensi pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan, dan penghayatan agama yang dipahami seseorang (Najiyah, 2017). Bagian dimensi ini ada lima macam yaitu :

a. Dimensi Keyakinan

Hal diri seseorang dalam keyakinan seseorang terhadap kebenaran pada ilmu agama secara fundamental dan dogmatik.

b. Dimensi Praktik Agama

Hal dimana seseorang melakukan atau menjalankan kewajiban terhadap ritual agama.

c. Dimensi Pengalaman

Hal rasa seseorang pada keagamaan secara individu, yang dialami sesuai riwayat keagamaan yang diyakini.

d. Dimensi Pengetahuan

Hal tingkat pengetahuan seseorang pada ajaran agama dengan pedoman pada kitab suci dan karya lain dari Nabi juga dari ahli agama yang menjadi acuan dari kitab suci.

e. Dimensi Penerapan/Pengalaman

Hal perilaku seseorang yang telah dimotivasi oleh ajaran agama pada kehidupan sehari-hari.

2.7. Pengetahuan Produk

2.7.1. Pengertian Pengetahuan Produk

Informasi item adalah bermacam-macam data terkait item yang berbeda. Oleh karena itu, pengetahuan produk ini mencakup kategori produk, merek, terminologi, atribut atau fitur, harga, dan keyakinan produk. Ketersediaan pelanggan untuk menggunakan suatu produk akan dipengaruhi oleh pengetahuan produknya, dan dengan pengetahuan produk bagi konsumen akan menghasilkan minat yang sesuai dengan pendapat mereka (Rijal, 2018).

Pengetahuan produk adalah suatu bentuk informasi yang menjelaskan dalam menggunakan sejarah, pengalaman, dan pola interpretasi yang di dapat dari seseorang (Jamilah & Aulia, 2022). Menurut Kotler menyatakan tentang produk adalah sesuatu hal yang ditawarkan, dimiliki, digunakan, dan dikonsumsi sehingga bisa memberikan rasa puas terhadap keinginan dan kebutuhan termasuk pada diri dalam diri yang berupa fisik, tempat, orang, jasa, gagasan, dan juga organisasi (Maulana, dkk. 2020)

2.7.2. Jenis dan Cara Mengukur Pengetahuan Produk

1. Jenis-jenis Pengetahuan Produk

Tiga jenis pengetahuan produk menurut Peter dan Olson dalam (Isaskar & Si, 2011), yaitu :

- a. Pengetahuan atribut pada produk
- b. Pengetahuan manfaat pada produk

- 1) Manfaat fungsional : manfaat yang dimiliki secara fisiologis

- 2) Manfaat psikososial : mental (sentimen, perasaan, dan temperamen), dan sosial (pandangan pembeli tentang bagaimana orang lain melihatnya) yang kemudian dirasakan setelah menggunakan barang tersebut.
 - c. Informasi pemenuhan barang yang mengakomodasi pelanggan.
2. Cara Mengukur Pengetahuan Produk

Mengukur pengetahuan produk menurut Lin & Lin memiliki tiga cara, (Prakosa, 2021) yaitu :

- a. Pengetahuan subyektif (*Subjective knowledge*), merupakan suatu tingkatan dalam pengertian bagi konsumen terhadap produk, dan sering disebut dengan menilai diri sendiri.
- b. Informasi objektif adalah jenis dan tingkat informasi barang yang benar-benar disimpan dalam ingatan pembeli, dan ini disebut informasi asli.
- c. Pengetahuan berbasis pengalaman, juga dikenal sebagai pengalaman berbasis pengetahuan, adalah pengalaman itu sebelumnya melalui pembelian atau pemakaian produk.

2.8. Pendapatan

2.8.1. Pengertian Pendapatan

Pendapatan merupakan faktor yang paling signifikan dalam menentukan penggunaan kartu kredit. Oleh karena itu, dapat diasumsikan bahwa orang dengan pendapatan tinggi lebih tertarik pada kartu kredit dan membayar banyak tagihan tepat waktu. (Batubara, dkk. 2022).

Ilmu akuntansi telah mengemukakan, menurut salah satu ahli dan literatur Russel Swanburg (2000) dan Sukirno (2000) pendapatan merupakan suatu bentuk pemasukan dari kegiatan jualan produk dan layanan, juga hal sangat penting didalam kegiatan usaha. Kemudian, para ikatan akutan Indonesia juga memiliki pengertian bahwa pendapatan itu adalah hasil yang diperoleh dari aktivitas secara individu maupun perusahaan (Tindangen1 et al., 2020).

2.8.2. Prinsip, Hakikat, dan Komponen Pendapatan

Pendapatan memiliki prinsip, hakikat, dan juga komponen-komponen. Kemudian, yang akan dijelaskan pada dalam (Hartiyah, 2014), yaitu :

1. Prinsip Pendapatan

- a. Hakikat melalui komponen-komponen pendapatan
- b. Pengukuran pendapatan
- c. Penentuan waktu melalui pengakuan pendapatan

2. Hakikat dan Komponen-komponen Pendapatan

- a. Arus masuk aktiva bersih yang dihasilkan oleh penjualan barang maupun jasa
- b. Arus keluar barang maupun jasa oleh perusahaan kepada pelanggannya
- c. Produk perusahaan yang dihasilkan oleh pembuatan barang maupun jasa dari usaha pada ketika periode waktu ditentukan.

2.9. Gaya Hidup

2.9.1. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) merupakan suatu bentuk pola perilaku seseorang setiap hari dalam bermasyarakat. Segi ekonomi, gaya hidup adalah tingkah laku setiap orang ketika melakukan aktivitas pembelanjaan uang dan juga mengalokasikan waktu (Corriana, 2018). Kotler dan Keller 2016, gaya hidup merupakan pola hidup setiap orang di dunia yang diperlihatkan secara bentuk aktivitas, minat, juga opini. Bagaimana seseorang berinteraksi terhadap lingkungan di dunia (Qasas & Hakim, 2019).

2.9.2. Jenis dan Indikator Gaya Hidup

Jenis gaya hidup menurut Mowen dan Minor berpendapat ada sembilan jenis (Corriana, 2018), yaitu sebagai berikut :

1. *Funcionalistis*, gaya hidup seseorang yang menghabiskan uang demi hal yang penting.
2. *Nurturers* (Muda dan pendapatan rendah), gaya hidup seseorang yang dimana fokus pada membesarkan anak, pembangunan baru dalam rumah tangga, dan nilai-nilai keluarga.
3. *Aspirers*, gaya hidup yang berfokus menikmati hidup tinggi dengan berbelanja sejumlah uang diatas rata-rata demi barang, status, dan khususnya tempat tinggal.
4. *Experientials*, gaya hidup yang mampu membelanjakan sesuatu dalam jumlah diatas rata-rata pada barang yang bersifat seperti hiburan, hobi, dan kesenangan(*convenience*).

5. Succeeders, gaya hidup yang menghabiskan banyak waktu demi pendidikan dan kemajuan diri. Menghabiskan uang pada hal pekerjaan.
6. Moral majority, gaya hidup yang memiliki pengeluaran yang besar demi organisasi pendidikan, masalah politik.
7. The golden years, gaya hidup seseorang pensiunan dan memiliki pendapatan tinggi, bisa beli tempat tinggal, dan bisa memiliki pengeluaran besar demi produk dan hiburan.
8. Sustainers, gaya hidup orang dewasa yang telah pensiunan dan memiliki tingkat pembelanjaan yang tinggi demi kebutuhan sehari-hari.
9. Subsisters, gaya hidup tingkat sosial ekonomi yang rendah yang dimiliki bagi para keluarga pencari nafkah dan orang tua tunggal yang minoritas dan gaya hidup superior.

Indikator gaya hidup menurut Sunarto seseorang juga dapat diketahui dari 3 hal, pendapat ini dikemukakan dalam (Corriana, 2018) yaitu :

1. Kegiatan (Activity) merupakan sesuatu hal yang dikerjakan konsumen, bagi produk yang dibeli juga digunakan.
2. Minat (Interest) merupakan suatu objek peristiwa, atau topik pada tingkat keinginan yang dibersamai oleh perhatian khusus secara terus-menerus kepadanya.

3. Opini (Opinion) merupakan bentuk pengheliatan dan perasaan yang dimiliki setiap konsumen ketika menanggapi isu global, ekonomi, dan sosial.

2.10. Penelitian yang Relevan

Temuan-temuan penelitian sebelumnya yang dapat dijadikan acuan topik penelitian akan dijelaskan pada bagian ini. Penelitian terdahulu sudah dipilih sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini, sehingga diharapkan mampu menjelaskan maupun memberikan referensi bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Berikut dijelaskan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipilih yang terdapat pada tabel berikut ini:

Gambar 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel		Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
			Persamaan	Perbedaan		
1.	Russetyowati (2018)	Peningkatan Minat Kartu Kredit Syariah Melalui Pendekatan Kepercayaan, Sikap, dan Pendapatan	Metodologi pendapatan, minat, dan distribusi kuesioner digunakan di keduanya.	Penelitian ini menggunakan variabel religiusitas, pengetahuan produk, dan penempatan objeknya	Ingin mengetahui pengaruh dari keyakinan, sikap, dan pendapatan terhadap minat menggunakan kartu kredit syariah	Masing-masing begitu berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat penggunaan kartu kredit syariah

2.	Asniyati dan Yahya (2020)	Analisis Pengaruh Financial Literacy, Religiusitas, Mental Accounting, dan Norma Subyektif Terhadap Minat Dosen Fakultas Ekonomi Menggunakan Kartu Kredit Syariah	Sama-sama menggunakan variabel religiusitas, minat, dan menggunakan metode penyebaran angket	Penelitian ini menggunakan variabel pengetahuan produk, pendapatan, dan penempatan objeknya	Untuk menguji secara empiris pada pengaruh financial literacy, religiusitas, mental accounting, dan norma subyektif terhadap minat menggunakan kartu kredit syariah	Analisis regresi linier berganda, diperoleh untuk variabel financial literacy, religiusitas, dan norma subyektif berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat menggunakan kartu kredit syariah. Tapi, pada variabel mental accounting berpengaruh negatif signifikan terhadap minat menggunakan kartu kredit syariah
----	---------------------------	---	--	---	---	--

3.	Batubara, Ramadhani Silalahi, Rizka Zahra, Prayoga, dan Amanda (2021)	Peningkatan Minat Dalam Penggunaan Kartu Kredit Syariah dengan Pendekatan Kepercayaan, Sikap, dan Pendapatan di Kabupaten Labuhanbatu Utara	Keduanya memanfaatkan variabel pendapatan seperti penggunaan minat kartu kredit syariah metode penyebaran angket	Penelitian ini menggunakan variabel Religiusitas, Pengetahuan Produk, dan untuk penempatan objeknya	Untuk melihat bagaimana keyakinan, sikap, dan pendapatan mempengaruhi minat menggunakan kartu kredit syariah	Data dasar berasal dari wawancara 38 partisipan dengan menggunakan pendekatan <i>borring sample</i> , mengevaluasi data menggunakan <i>regresi linier</i> . Dan masing-masing variabel memiliki dampak menguntungkan terhadap menggunakan minat kartu kredit syariah
4.	Baharuddin (2021)	Pengaruh Religiusitas dan Perilaku Terencana Terhadap Minat Menggunakan Cashless Pada Masyarakat Kota Jayapura dimasa Covid-19	Sama-sama menggunakan variabel religiusitas, dan minat	Berbeda pada penggunaan variabel pada penelitian ini memakai variabel sikap, kontrol perilaku, dan norma subyektif. Juga penelitiannya tidak terkait kartu kredit syariah	Untuk meneliti pengaruh religiusitas dan perilaku terencana (sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku) terhadap minat menggunakan cashless pada masyarakat Kota Jayapura dimasa Covid-19	Bahwa secara parsial pada variabel religiusitas, sikap, kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan cashless dimasa Pandemi covid-19 pada Masyarakat kota Jayapura. Kemudian, untuk norma subyektif tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan cashless dimasa Pandemi covid-

						19 masyarakat kota Jayapura. Uji simultan menunjukkan variabel religiusitas, sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku bersama berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi 0,000.
5.	Takim (2021)	Pengaruh Produk, Nisba Bagi Hasil, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah Mandiri Kota Ternate	Persamaannya pada sama-sama menggunakan variabel religiusitas, dan pengetahuan produk. Metode pengumpulan data juga menggunakan kuisisioner, dan wawancara	Penggunaan variabel inilah yang membedakan penelitian ini, nisbah bagi hasil, dan keputusan terhadap memilih bank syariah mandiri	Mengetahui variabel pengetahuan produk, nisbah bagi hasil dan religiusitas terhadap kepuasan memilih bank syariah mandiri cabang Kota Ternate	Produk berpengaruh cukup dan signifikan, nisbah bagi hasil berpengaruh positif tetapi tidak signifikan, religiusitas berpengaruh negatif dan tidak. Dan secara bersamaan juga pengetahuan produk, nisbah bagi hasil, dan religiusitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah mandiri

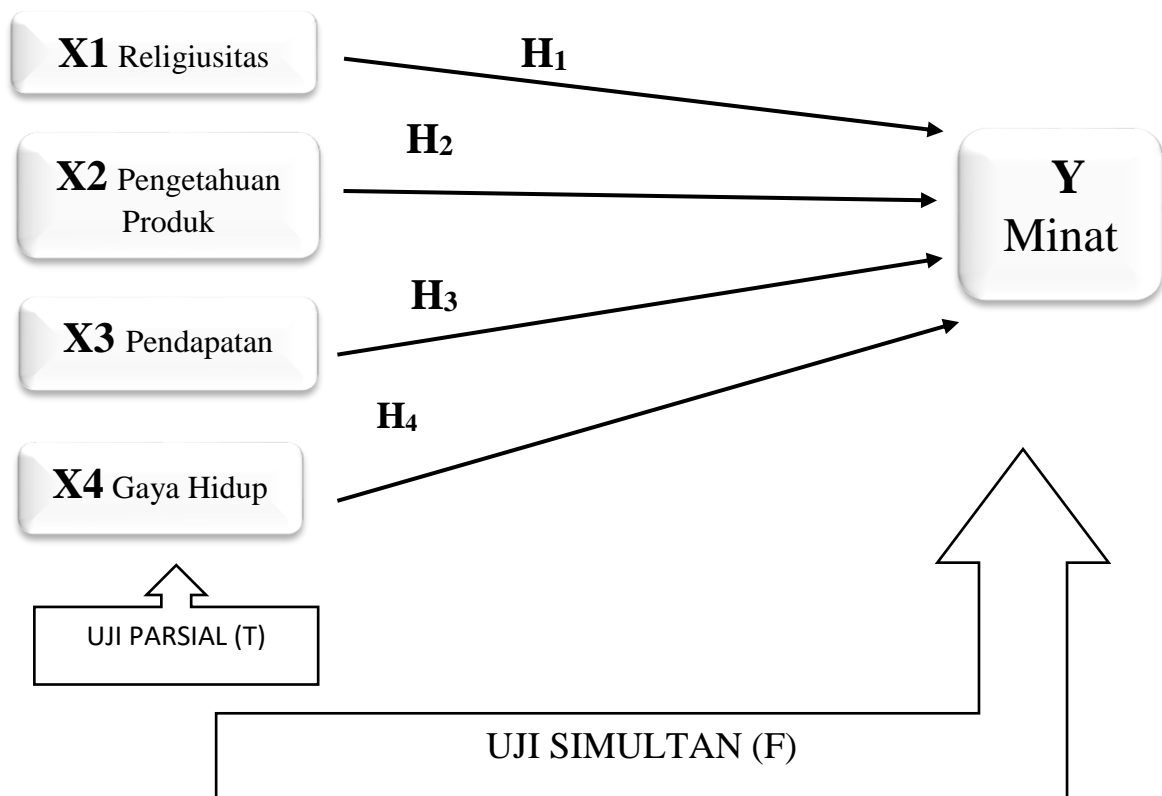
6.	Fadhila, Azhar, Marpaung (2020)	Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Shopeeplatform	Sama-sama menggunakan variabel religiusitas, dan pengetahuan produk. Juga menggunakan teknik pengumpulan data secara kuisisioner	Perbedaannya pada variabel faktor sosial. Juga pada permasalahan yang tidak pada kartu kredit syariah, melainkan shopeeplatform	Demi mengetahui pengaruh religiusitas, pengetahuan produk, dan faktor sosial terhadap keputusan pengguna shopeeplatform	Memperoleh hasil bahwa untuk variabel pengetahuan produk dan faktor sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan. Sementara, untuk variabel religiusitas hubungan positif dan tidak signifikan terhadap keputusan penggunaan shopeeplatform
7.	Najiyah (2020)	Pengaruh Nilai-nilai Religiusitas Terhadap Loyalitas Kerja Agency Pada PT.Takaful Umum Cabang Surabaya	Sama-sama menggunakan variabel Religiusitas	Perbedaannya pada penggunaan variabel loyalitas kerja, dan bukan terkait kartu kredit syariah. Juga objeknya berbeda.	Menjawab Pertanyaan tentang apakah terdapat pengaruh signifikan secara simultan maupun parsial antara nilai religiusitas terhadap loyalitas kerja Agency pada PT.Takaful Umum Cabang Surabaya	Memperoleh nilai religiusitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas kerja agency

8.	Zuhirsyan (2018)	Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah	Sama-sam menggunakan variabel Religiusitas, dan menggunakan metode pengumpulan data secara kuisisioner	Pada penggunaan variabel persepsi nasabah, keputusan.	Untuk mengetahui apakah persepsi dan religiusitas nasabah perbankan syariah berpengaruh terhadap keputusan bergabung dengan BRI Syariah.	Memperoleh pengaruh untuk religiusitas dan faktor persepsi nasabah pada dasarnya mempengaruhi pilihan untuk memilih bank syariah (Simultan). Hanya religiusitas secara parsial yang memiliki pengaruh signifikan dan menguntungkan
9.	Jamilah, dan Aulia (2022)	Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Kepemilikan Kartu Kredit Syariah (Studi Empiris Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMJ)	Kartu kredit syariah adalah topik yang menarik, pengetahuan, dan gaya hidup. menjadi faktor keduanya.	Perbedaan dalam penelitian ini terdapat pada variabel kepercayaan, serta metode pengumpulan data	Untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel dari pengetahuan, kepercayaan, dan gaya hidup terhadap minat kepemilikan kartu kredit syariah	Hasil secara parsial semua variabel pengetahuan, kepercayaan, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kepemilikan kartu kredit syariah

2.11. Kerangka Berpikir

Variabel yang digunakan adalah religiusitas, pengetahuan produk, pendapatan, dan minat dalam menggunakan kartu pembiayaan. Mengingat pernyataan di atas, berikutnya adalah kerangka berpikir ini:

Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir



2.12. Hipotesis

Berikut ini adalah hipotesis yang diajukan sebagai solusi sementara dari permasalahan yang terungkap dalam penelitian ini:

1. Hubungan minat menggunakan kartu kredit syariah dengan religiusitas

Riset Asniyati dan Yahya menunjukkan bahwa orang beragama lebih cenderung ingin menggunakan kartu kredit syariah. Sesuai dengan firman Allah yang diterangkan dalam Al-Qur'an dan hadis Nabi, keberagamaan seorang muslim sangat diharapkan dapat mengenali baik dan buruk, sah dan haram, dan baik dan buruk (Asniyati & Yaya, 2020).

Menurut Johan, Hussain, Putit, Dali, dan Hafit pandangan tentang menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif keinginan untuk minat menggunakan kartu kredit syariah. Ada anggapan bahwa semakin tinggi religiusitas seseorang, termasuk bagi seorang muslim, terhadap kartu pembiayaan, maka semakin besar minat untuk menggunakan kartu pembiayaan dalam (Asniyati & Yaya, 2020).

H1 : Minat menggunakan kartu pembiayaan berkorelasi positif dengan religiusitas.

2. Keterkaitan pengetahuan produk dengan minat penggunaan kartu charge syariah

Berdasarkan penelitian Jamilah dan Aulia (2022) bahwa dalam penelitiannya untuk pengetahuan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepentingan pembiayaan kepemilikan kartu. Menurut Lestari dalam (Qasas & Hakim, 2019) bahwa pengetahuan pada konsumen minat

dipengaruhi secara signifikan oleh pengetahuan yang dimiliki tentang berbagai macam produk dan informasi. Terlebih lagi, informasi pada dasarnya memengaruhi tujuan klien dalam memilih kartu pembiayaan.

H₂ = Terdapat pengaruh positif antara pengetahuan produk dengan minat penggunaan kartu pembiayaan

3. Hubungan antara pendapatan dalam minat penggunaan kartu pembiayaan

Pendapatan adalah konsekuensi dari jalannya latihan yang dilakukan oleh organisasi atau orang, khususnya latihan saat masih di udara untuk membuat organisasi atau orang memperoleh keuntungan atau laba. Berdasarkan penelitian dalam (Batubara, dkk. 2022) bahwa pada variabel minat dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh pendapatan dalam penggunaan kartu pembiayaan.

H₃ : Hubungan pendapatan dengan minat kartu pembiayaan adalah positif

4. Hubungan antara Gaya Hidup dengan minat menggunakan kartu kredit syariah

Gaya hidup merupakan keseluruhan yang dimiliki setiap orang demi berinteraksi di lingkungannya dengan cara memperlihatkan dalam bentuk aktivitas, minat, dan opininya juga. Hal ini setiap orang melakukan sesuatu demi menghabiskan waktu mereka (aktivitas), memikirkan apa yang dianggap penting (ketertarikan), dan memikirkan tentang dirinya juga

lingkungannya (pendapat) menurut (Yusuf Bagus Prakosa, 2021) bahwa pada variabel gaya hidup berdampak positif dan penting untuk minat menggunakan kartu pembiayaan.

H₄ = Gaya hidup berpengaruh positif terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis pada penelitian ini didalamnya menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2018;14) adalah studi yang menggunakan filosofi positivis untuk memeriksa segmen tertentu dari populasi dan sampel, serta pengambilan sampel secara acak, melalui pengumpulan data berbasis instrumen dan analisis data statistik (Balaka, 2022).

Penelitian ini menggunakan desain survei dan bertujuan untuk mengidentifikasi populasi dan sampel untuk mengkuantifikasi bagaimana pengaruh faktor independen terhadap variabel dependen. Kuesioner merupakan sumber data utama dalam penelitian kuantitatif. Responden masyarakat di Klaten menyediakan data yang dikumpulkan untuk penelitian ini. Akibatnya, metode survei ini digunakan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki bagaimana religiusitas, pengetahuan produk, pendapatan, dan gaya hidup minat menggunakan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah (Studi kasus pada masyarakat Klaten yang sudah berpenghasilan).

3.2. Waktu dan Wilayah Penelitian

Rencananya, penjelajahan ini akan dimulai pada maret 2023 hingga selesai pada April 2023 dengan mengumpulkan tanggapan dari warga Klaten.

3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1. Populasi

Suatu semesta dalam penelitian, maka populasi menjadi fokus perhatian seorang peneliti. Ini adalah kombinasi dari setiap elemen peristiwa, benda, atau individu yang memiliki karakteristik yang sama (Paramita, et al., 2021). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Klaten. Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Klaten dalam Website (Regency, 2022) 1.267.272 jiwa.

3.3.2. Sampel

Sejumlah orang dari populasi membentuk sampel, yang merupakan bagian dari populasi. Karena seringkali tidak mungkin bagi para peneliti untuk mempelajari semua populasi, sampel ini dipilih.. Hal ini karena diperlukan perwakilan dari populasi (Paramita, et al., 2021). Dengan hal ini rencana akan mengambil 100 responden pada masyarakat di Klaten.

3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

3.3.3.1. Probability Sampling

Teknik sampling probability adalah metode pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Hamid, dkk. 2019).

3.3.3.2. Simple Random Sampling

Simple random sampling menurut Weirsma (1975) merupakan suatu metode dalam pemilihan sampel dari suatu populasi yang mempunyai kesempatan yang sama dan semua kemungkinan dalam penggabungannya yang diseleksi sebagai sampel mempunyai peluang yang sama. Kemudian untuk syarat

pengambilan sampel secara random meliputi tahap menetapkan pada populasi, daftar semua anggota populasi dan memilih sampel melalui prosedur yang sudah disesuaikan bagi setiap anggota yang memiliki peluang sama sebagai sampel penyelidikan (Hamid, dkk. 2019).

Dengan menggunakan rumus Slovin, tentukan jumlah anggota sampel berikut dari suatu populasi (Hermawan, 2019):

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

E = Batas toleransi kesalahan (*error level*)

Menggunakan rumus *Slovin* ini menentukan batas toleransi kesalahannya terlebih dulu, bila semakin kecil toleransi kesalahannya maka semakin akurat bagi sampel yang menggambarkan populasi. Penelitian batas kesalahan 10% orang berarti memiliki tingkat akurasi sebesar 1.267.272 orang (Hatmawan, 2020). Demikian rumus *Slovin* sebagai berikut:

$$n = \frac{1.267.272}{(1+126.727,2 \times 10\%)^2}$$

$$n = \frac{1.267.272}{(1+1.267.272 \times (0,1)^2)}$$

$$n = \frac{1.267.272}{1+12.672,7}$$

$$n = \frac{1.267.272}{12,673,7}$$

$n = 100$

Dari jumlah sampel rencananya penelitian ini akan menggunakan 100 anggota masyarakat yang sudah berpenghasilan di Klaten dengan usia minimal 20 tahun.

3.4.Data dan Sumber Data

Studi ini bergantung pada informasi penting untuk penemuannya. Informasi yang dikumpulkan dari survei lapangan dengan menggunakan semua metode pengumpulan data asli disebut data primer (Paramita, et al., 2021).

3.5.Teknik Pengumpulan Data

Penggunaan kuesioner untuk pengumpulan data dalam penelitian ini. Sugiyono mengatakan bahwa kuesioner adalah cara mengumpulkan data yang melibatkan beberapa pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada calon responden (Ariyani, 2022). Dalam penelitian ini kuesioner disebarakan secara *googleform*, dimana kuesioner terbagi menjadi dua bagian. Identitas responden dapat ditemukan pada bagian pertama, dan pertanyaan tertutup dengan skala Likert untuk setiap variabel dapat ditemukan pada bagian kedua.

Skala likert merupakan kumpulan dari pertanyaan sebagai indikator-indikator pada pengukuran suatu dimensi konseptual tertentu (Budiastuti & Bandur, 2018). Skala likert juga merupakan skala interval yang dimana responden diminta untuk membuat pilihan berdasarkan seberapa banyak mereka setuju dengan mereka persepsi mereka. Variabel yang perlu diukur dipecah menjadi sub indikator sehingga menjadi tolak ukur jawaban dari para responden dalam pembuatan pertanyaan. Untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban dapat diberi skor, sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Skor Jawaban Responden

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

3.6. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah subjek dari semua penelitian, terlepas dari bentuknya, dan peneliti memilih untuk menyelidikinya untuk mempelajari lebih lanjut tentangnya dan menarik sebuah kesimpulan (Paramita, et al., 2021).

3.6.1. Variabel Independen

Variabel yang mengawali munculnya variabel dependen dikenal sebagai variabel independen (independen).. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah:

X_1 = Religiusitas

X_2 = Pengetahuan Produk

X_3 = Pendapatan

X_4 = Gaya Hidup

3.6.2. Variabel Dependen

Variabel yang terjadi sebagai akibat adalah variabel dependen (terikat). Akibat dari adanya pengaruh atau akibat dari variabel bebas. Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah:

$Y_1 = \text{Minat}$

3.7. Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 2 Definisi Operasional dan Indikator

Variabel	Definisi	Indikator
Religiusitas	Religiusitas merupakan perbuatan seseorang yang terhubung dengan masyarakat luas dalam rangka mengembangkan kreativitas pengabdian (ibadah) kepada Allah SWT saja (Zuhirsyan, 2018)	Integrasi secara kompleks antar pengetahuan agama, perasaan, dan tindakan keagamaan dalam diri seseorang
Pengetahuan Produk	Pengetahuan produk adalah kumpulan dari berbagai informasi mengenai produk (Fajar Rezky Maulana, Nevi Hasnita, 2020)	Kategori produk, merek, terminologi produk, atribut produk, harga, dan kepercayaan terhadap produk
Pendapatan	Kemampuan perusahaan atau individu untuk menghasilkan keuntungan atau menghasilkan pendapatan melalui aktivitas pembelian dan penjualan yang telah ditentukan sebelumnya dikenal sebagai pendapatan. (Russetyowati, 2018)	Jumlah pendapatan yang didapatkan dalam satu bulan, seperti (gaji ataupun bonus)

Gaya Hidup	Gaya hidup merupakan suatu bentuk kegiatan, minat, dan opini dari setiap orang ketika dalam menyesuaikan perubahan kehidupannya yang juga pastinya selalu berubah hal ini menurut Suwarman 2011 dalam (Corriana, 2018)	Kegiatan (<i>activity</i>), Minat (<i>Interest</i>), Opini (<i>Opinion</i>)
Minat penggunaan	Minat penggunaan adalah kehendak setiap orang demi terus menggunakan suatu barang tersebut (Maryam Batubara, Purnama Ramadani Silalahi, Audina Rizka Zahra & Prayoga, 2022)	Ketertarikan pada produk, ketersediaan produk, dan kemudahan pembelian

3.8. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dan uji validitas untuk melakukan pengujian pengaruh religiusitas, pengetahuan produk, dan pendapatan dari minat penggunaan kartu pembiayaan.

3.8.1. Analisis Statistik Deskriptif

Jenis pemeriksaan yang digunakan untuk menggambarkan atau mengumpulkan informasi (Paramita, et al., 2021). Dalam analisis statistik deskriptif dapat melakukan analisis data dengan berulang kali menggambarkan data yang dikumpulkan sebelumnya untuk menarik kesimpulan.

3.8.2. Uji Instrumen Data

3.8.2.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian yang berfungsi untuk mengetahui kelayakan dan kehandalan pada hal pertanyaan yang diberikan. Pada pertanyaan dapat valid apabila mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur dengan kuesioner. Dengan menggunakan rumus *Product Moment* sebagai berikut :

$$r = \frac{n\Sigma XY - \Sigma X \Sigma Y}{\sqrt{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2} \sqrt{n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
- X = Skor yang diperoleh dari subyek dalam tiap item
- Y = Skor total yang diperoleh dari subyek seluruh item
- ΣXY = Jumlah skor setiap pertanyaan dikalikan skor total
- N = Jumlah responden

Dalam penelitian ini, untuk uji validitas diolah menggunakan SPSS versi 25.0 (Baety, dkk. 2020).

3.8.2.2. Uji Reliabilitas

Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk menentukan apakah alat ukur dapat diandalkan dan mempertahankan konsistensinya bahkan setelah dilakukan pengukuran berulang kali. Rumus Cronbach's Alpha (α) akan digunakan untuk uji reliabilitas semua pertanyaan dalam penelitian ini. Jika nilainya lebih besar dari α 0,7, umumnya dianggap dapat diandalkan. Untuk memperoleh nilai pada tingkat reliabilitas dimensi maka digunakan rumus:

$$r = \left[\frac{\kappa}{(\kappa-1)} \right] \left[1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r = Koefisien reliabilitas instrumen (*cronbach's alpha*)

k = Banyaknya jumlah pertanyaan

$\Sigma \sigma_b^2$ = Total dari varian jumlah

σ_t^2 = Total Varian

Proses dalam pengolahan data dibantu dengan program dari SPSS. Pada koefisien reliabilitas akan ditetapkan jika $r_h > r_t$ dinyatakan reliabel. Dalam batas nilai yang digunakan oleh derajat reliabilitas adalah *Cronbach's Alpha* (Hamid, dkk. 2019).

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

3.8.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dari data yang didapat dari hasil sebuah penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji Kolmogrov-Smirnov yang digunakan dengan bantuan program *SPSS 25 (Statistical Package For the Social Sciences)*. Jika berdistribusi pada taraf signifikan 0.05 maka dikatakan normal distribusinya. Sedangkan, jika tidak atau kurang dari 0.05 maka dikatakan tidak normal distribusinya (Hamid, dkk. 2019).

3.8.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikoleniaritas dilakukan apabila terjadi dari dua variabel eksogen atau lebih yang mempunyai hubungan atau korelasi yang sangat kuat. Sehingga pengaruh pada variabel-variabel tersebut akan sulit dibedakan.

Uji multikoleniaritas dengan kriteria dalam pengujian adalah pada nilai toleransi (TL) yang kurang dari atau sama dengan 0.1 ($VIF \leq 0.1$) atau VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih besar dari atau sama 10 ($VIF \geq 10$), maka diterima H_0 dan dikatakan terjadi multikolinearitas (Hamid, dkk. 2019).

3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Jenis residual dalam model regresi yang disebut uji heteroskedastisitas tidak sama untuk semua pengamatan. Jika model kekambuhan tidak memiliki heteroskedastisitas, maka model kekambuhan dapat dikatakan baik. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Spearman's rho*. Pengujian menggunakan tingkat signifikan 0.05 dengan uji 2 sisi, jika korelasi antara variabel independen dengan residual di dapat signifikan lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Purnomo, 2016).

3.8.3.4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi merupakan korelasi dari setiap anggota observasi yang sudah disusun berdasarkan waktu atau tempat. Autokorelasi, yaitu hubungan yang berpengaruh ketika terjadi antar residual dari suatu pengamatan dengan pengamatan lain Metode pengujian dalam uji autokorelasi ini menggunakan uji *Durbin-Watson* (DW test).

Durbin-Watson, merupakan nilai yang menunjukkan ada atau tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Pengambilan keputusan dalam uji Durbin Watson, $DU < DW < 4-DU$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi, $DW < DL$ atau $DW > 4-DL$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi, $DL < DW <$

DU atau $4-DU < DW < 4-DL$, artinya tidak adanya kepastian atau kesimpulan yang sangat pasti (Purnomo, 2016).

Penelitian ini tidak menggunakan uji Autokorelasi dikarenakan penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner. Jadi, untuk uji Autokorelasi merupakan uji yang bertujuan untuk menguji dengan cara urut berdasarkan waktu atau ruang, misalnya dalam penelitian laporan keuangan (Paramita, et al., 2021).

3.8.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk menguji hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dependen, dimana dalam persamaan dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Adapun Y merupakan minat penggunaan kartu kredit syariah, X1 merupakan religiusitas, X2 merupakan pengetahuan produk, X3 merupakan pendapatan, X4 merupakan Gaya Hidup, α merupakan konstanta, β merupakan slope atau koefisien estimate, dan e merupakan nilai eror (Lulu Baety, Jumi, 2020).

3.8.5. Uji Ketetapan Model

3.8.5.1. Uji Simultan (Uji F)

Untuk melihat apakah pada semua variabel independen secara bersamaan dapat mempengaruhi variabel dependen, dan yang perlu dilakukan dengan uji simultan atau uji F. Dalam penelitian ini uji F digunakan untuk menguji pengaruh religiusitas, pengetahuan produk, pendapatan, dan gaya hidup pada minat secara bersamaan dalam menggunakan kartu pembiayaan. Uji simultan dilakukan dengan nilai F hitung dengan tabel F dengan tingkat signifikan sebesar $\leq 0,1$. Apabila F hitung $\geq F$ tabel maka H_0 ditolak, yang dimana secara bersamaan mempengaruhi terhadap minat. Sedangkan, apabila F hitung $\leq F$ tabel maka H_0 diterima, yang dimana artinya secara bersamaan tidak mempengaruhi terhadap minat (Purnomo, 2016).

3.8.5.2. Koefisien Determinasi (R_2)

Perangkat yang dapat mengukur atau menjelaskan variasi adalah koefisien determinasi, yang terjadi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi atau nilai R_2 adalah antara 0 (nol) dan 1 (Paramita, et al., 2021).

3.8.6. Uji Hipotesis

Suatu proses menilai batas-batas dalam populasi, yang mendorong kita ke definisi standar, dan yang dapat membawa kita ke kesimpulan akhir, yaitu mengabaikan atau mengakui pernyataan tersebut (Santiyasa, 2016).

3.8.6.1.Uji t

Uji t adalah uji koefisien regresi secara parsial yang digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial. Tingkat pengujian menggunakan tingkat signifikan 0,1 dan 2 sisi. Dapat disimpulkan terdapat pengaruh signifikan pada variabel bebas terhadap variabel terikat (Purnomo, 2016)

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh religiusitas, pengetahuan produk, pendapatan, dan gaya hidup terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah. Adiwarman Karim yang berperan menjadi Komisaris Utama Bank Syariah Indonesia mengatakan kartu pembiayaan sudah sesuai prinsip syariah dan juga mengatakan, penggunaan kartu pembiayaan ini mengarahkan pada ketenangan, kenyamanan, dan bijaksana dalam bertransaksi.

Kartu pembiayaan atau Kartu Kredit Syariah yang memiliki sistem kegunaan hampir seperti kartu kredit, dikarenakan penggunaannya yang dibatasi oleh prinsip syariah dalam menggunakannya.

Pengaruh kartu pembiayaan terhadap minat pada variabel religiusitas sangat begitu berpengaruh bagi masyarakat di Klaten, dikarenakan religiusitas menyangkut pada kepercayaan masyarakat terhadap pengetahuan dan tindakan dalam keagamaan, serta perasaan di dalam diri seseorang. Pengaruh kartu pembiayaan terhadap minat untuk variabel pengetahuan produk juga begitu berpengaruh sekali bagi masyarakat di Klaten, dikarenakan pengetahuan sangat penting dalam mengetahui berbagai informasi terkait pada kartu pembiayaan. Variabel gaya hidup terhadap minat menggunakan menggunakan kartu pembiayaan menyatakan berpengaruh signifikan, dikarenakan faktor kehidupan bagi seseorang yang memiliki kartu kredit ataupun kartu pembiayaan sudah dinyatakan sebagai orang yang berpenghasilan banyak.

Kemudian, penggunaan variabel pendapatan pada kartu pembiayaan terhadap minat masyarakat di Klaten menyatakan tidak berpengaruh, dikarenakan pendapatan merupakan suatu penghasilan yang didapatkan dalam waktu setiap bulan yang berupa gaji maupun bonus, hal ini dikarenakan tidak semuanya masyarakat di Klaten untuk mementingkan dalam minat menggunakan kartu pembiayaan. Dikarenakan, faktor kebutuhan lainnya yang mungkin belum terpenuhi.

4.1.1. Analisis Deskriptif Statistik

Penelitian yang dilakukan, gambaran identitas responden dijelaskan melalui karakteristiknya. Tujuan identitas responden sebagai sampel adalah untuk mengetahui tingkat identitas responden dalam penelitian ini. Para peserta dalam penelitian ini adalah 100 responden. Berdasarkan tanggapan orang-orang terhadap kuesioner yang dibagikan oleh *googleform* di Klaten yang sudah berpenghasilan, kemudian diperoleh deskripsi pada identitas responden. Berikut merupakan hasil analisis deskriptif dari responden:

1. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dalam bentuk *google form*, diketahui pada karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan
Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	44	44,0	44,0	44,0
	Perempuan	56	56,0	56,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: data primer diolah, 2023

Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa pada responden berdasarkan jenis kelaminnya adalah perempuan., dengan 56 orang (56%) sedangkan bagi responden laki-laki yakni 44 orang %. Hal ini bahwa menunjukkan bahwa sebagian besar responden penelitian berjenis kelamin perempuan.

2. Domisili Responden

Tabel 4. 2 Dstribusi Frekuensi Responden Berdasarkan
Domisili

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bayat	4	4,00	4,00	4,0
	Cawas	2	2,00	2,00	6,0
	Ceper	6	6,00	6,00	12,0
	Delanggu	3	3,00	3,00	15,0
	Gantiwarno	2	2,00	2,00	17,0

Jatinom	8	8,00	8,00	25,0
Jogonalan	1	1,00	1,00	26,0
Juwiring	4	4,00	4,00	30,0
Kalikotes	3	3,00	3,00	33,0
Karanganom	19	19,00	19,00	52,0
Karangdowo	4	4,00	4,00	56,0
Karangnongko	3	3,00	3,00	59,0
Kebonarum	2	2,00	2,00	61,0
Kemalang	1	1,00	1,00	62,0
Klaten Selatan	1	1,00	1,00	63,0
Klaten Tengah	1	1,00	1,00	64,0
Klaten Utara	4	4,00	4,00	68,0
Manisrenggo	2	2,00	2,00	70,0
Ngawen	2	2,00	2,00	72,0
Pedan \	2	2,00	2,00	74,0
Polanharjo	4	4,00	4,00	78,0
Prambanan	4	4,00	4,00	82,0
Trucuk	5	5,00	5,00	87,0
Tulung	6	6,00	6,00	93,0
Wedi	3	3,00	3,00	96,0
Wonosari	4	4,00	4,00	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: data diolah, 2023

Dapat diketahui bahwa dari tabel diatas dari 26 kecamatan di kabupaten Klaten, bagi responden terbanyak berasal dari Karangnom dengan 19 orang (19%), Jatinom sebanyak 8 orang (8%), Ceper dan Tulung sebanyak 6 Orang (6%), Trucuk sebanyak 5 orang (5%), Bayat, Juwiring, Karangdowo, Klaten Utara, Polanharjo, Prambanan, dan Wonosari sebanyak 4 orang (4%), Delanggu, Kalikotes, Karangnongko, dan Wedi sebanyak 3 orang (3%), Cawas, Gantiwarno, Kebonarum, Manisrenggo, Ngawen, dan Pedan sebanyak 2 orang (2%), Jogonalan, Kemalang, Klaten Selatan, dan Klaten Tengah sebanyak 1 orang (1%).

3. Usia Responden

Identitas responden dibagi menjadi empat kategori umur yaitu yang berusia 20 hingga 30 tahun, yang berusia 31 hingga 40 tahun, yang berusia 41 hingga 50 tahun, dan yang berusia di atas 50 tahun. Usia digunakan sebagai ukuran untuk mengidentifikasi responden dalam penelitian ini. Berikut adalah daftar data umur responden yang terdapat pada tabel 4.3:

Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30 Tahun	85	85,0	85,0	85,0

	31-40 Tahun	8	8,0	8,0	93,0
	41-50 Tahun	5	5,0	5,0	98,0
	Lebih dari 50 Tahun	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: data primer diolah, 2023

Dalam penelitian usia ini pada responden yang mengisi kuesioner yang berusia 20 sampai 30 tahun sebanyak 85 orang (85%), pada usia 31 sampai 40 tahun sebanyak 8 orang (8%), pada usia 41 sampai 50 tahun sebanyak 5 orang (5%), dan pada usia lebih dari 50 tahun sebanyak (2%).

4. Pekerjaan Responden

Responden dalam penelitian ini dilihat dari pekerjaannya dan dikumpulkan dalam lima pertemuan, khususnya karyawan swasta, pegawai negeri, wirausaha, dan lainnya. Berikut daftar data pekerjaan responden yang dapat dilihat pada tabel 4.4:

Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan
Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	Karyawan Swasta	25	25,0	25,0	25,0
	Pegawai Negeri	2	2,0	2,0	27,0
	Wirausaha	11	11,0	11,0	38,0
	Lain-lain	62	62,0	62,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: data primer diolah, 2023

Dalam penelitian ini berdasarkan pekerjaan responden. Kategori pada lain-lain sebanyak 62 orang (62%), karyawan swasta sebanyak 25 orang (25%), wirausaha sebanyak 11 orang (11%), dan pegawai negeri sebanyak 2 orang (2%).

5. Penghasilan Responden

Penelitian ini, responden dibagi menjadi empat kelompok berdasarkan pekerjaan mereka, yaitu <Rp. 1.000.000, Rp. 1.000.000 sampai Rp. 3.000.000, Rp. 4.000.000 sampai Rp. 6.000.000, Lebih dari Rp. 6.000.000. Adapun data mengenai pada penghasilan responden disajikan pada tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Distribusi Penghasilan Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp. 1.000.000	49	49,0	49,0	49,0
	Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000	39	39,0	39,0	88,0
	Rp. 4.000.000- Rp.6.000.00	4	4,0	4,0	92,0
	>Rp. 6.000.00	8	8,0	8,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan data diatas dapat diketahui identitas responden berdasarkan penghasilan 49 orang (49 persen) berpenghasilan kurang dari Rp1.000.000, 39 orang (39 persen) berpenghasilan antara Rp1.000.000 dan Rp3.000.000, 8 orang (8%) berpenghasilan lebih dari Rp6.000.000.

6. Status Responden di Bank Umum Bank

Responden dalam penelitian ini dilihat dari statusnya yang dirangkai menjadi dua kelompok yaitu sudah dan berminat. Adapun data mengenai pada status responden di Bank Umum Syariah disajikan pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Distribusi Status Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sudah	38	38,0	38,0	38,0
	Berminat	62	62,0	62,0	100,0
	Total	100	100	100,0	

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan data status responden di bank umum syariah terdiri dari, sudah menjadi nasabah sebanyak 38 orang (38), dan yang kemungkinan belum atau kemungkinan belum menjadi nasabah sebanyak 62 orang (62%).

7. Jawaban Responden

Tabel 4. 7 Tabel Jawaban Variabel Independen dan Variabel Dependen

Tabel 4.7. 1 Distribusi Jawaban Variabel Religiusitas Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat	2	2,0	2,0	2,0
	Tidak				
	Setuju				

	Tidak Setuju	5	5,0	5,0	7,0
	Kurang Setuju	40	40,0	40,0	47,0
	Setuju	337	337,0	337,0	384,0
	Sangat Setuju	216	216,0	216,0	600,0
	Total	600,0	600,0	600,0	

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan data diatas mengenai jawaban responden dari variabel religiusitas dapat disimpulkan untuk hasilnya pada skor penilaian skala likert untuk sangat setuju (5) sebanyak 216 pilihan, setuju (4) sebanyak 337 pilihan, kurang setuju (3) sebanyak 40 pilihan, tidak setuju (2) sebanyak 5 pilihan, dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 2 pilihan.

Tabel 4.7. 2 Distribusi Jawaban Variabel Pengetahuan Produk Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2,0	2,0	2,0
	Tidak Setuju	4	4,0	4,0	6,0

	Kurang Setuju	56	56,0	56,0	62,0
	Setuju	423	423,0	423,0	485,0
	Sangat Setuju	115	115,0	115,0	600,0
	Total	600,0	600,0	600,0	

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan data diatas mengenai jawaban responden dari variabel pengetahuan produk dapat disimpulkan untuk hasilnya pada skor penilaian skala likert untuk sangat setuju (5) sebanyak 115 pilihan, setuju (4) sebanyak 423 pilihan, kurang setuju (3) sebanyak 56 pilihan, tidak setuju (2) sebanyak 4 pilihan, dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 2 pilihan.

Tabel 4.7. 3 Distribusi Jawaban Variabel Pendapat Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4,0	4,0	4,0
	Tidak Setuju	32	32,0	32,0	36,0

	Kurang Setuju	33	33,0	33,0	69,0
	Setuju	251	251,0	251,0	320,0
	Sangat Setuju	80	80,0	80,0	320,0
	Total	320,0	320,0	320,0	

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan data diatas mengenai jawaban responden dari variabel pendapatan dapat disimpulkan untuk hasilnya pada skor penilaian skala likert untuk sangat setuju (5) sebanyak 80 pilihan, setuju (4) sebanyak 251 pilihan, kurang setuju (3) sebanyak 33 pilihan, tidak setuju (2) sebanyak 32 pilihan, dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 4 pilihan.

Tabel 4.7. 4 Distribusi Jawaban Variabel Gaya Hidup Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2,0	2,0	2,0
	Tidak Setuju	5	5,0	5,0	7,0
	Kurang Setuju	40	40,0	40,0	47,0

	Setuju	337	337,0	337,0	384,0
	Sangat Setuju	49	49,0	49,0	433,0
	Total	433,0	433,0	433,0	

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan data diatas mengenai jawaban responden dari variabel gaya hidup dapat disimpulkan untuk hasilnya pada skor penilaian skala likert untuk sangat setuju (5) sebanyak 49 pilihan, setuju (4) sebanyak 337 pilihan, kurang setuju (3) sebanyak 40 pilihan, tidak setuju (2) sebanyak 5 pilihan, dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 2 pilihan.

Tabel 4.7. 5

Distribusi Jawaban Variabel Minat Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	6	6,0	6,0	6,0
	Tidak Setuju	4	4,0	4,0	10,0
	Kurang Setuju	55	55,0	55,0	65,0
	Setuju	369	369,0	369,0	434,0

	Sangat Setuju	66	66,0	66,0	500,0
	Total	500,0	500,0	500,0	

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan data diatas mengenai jawaban responden dari variabel minat dapat disimpulkan untuk hasilnya pada skor penilaian skala likert untuk sangat setuju (5) sebanyak 66 pilihan, setuju (4) sebanyak 369 pilihan, kurang setuju (3) sebanyak 55 pilihan, tidak setuju (2) sebanyak 4 pilihan, dan sangat tidak setuju (1) sebanyak 6 pilihan.

4.2. Pengujian dan Analisis Data

4.2.1. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Validitas kuesioner dapat dievaluasi dengan menggunakan uji validitas.. Suatu ketetapan atau kecermatan pada kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan dalam kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dalam penelitian (Budiastuti & Bandur, 2018). Valid atau tidaknya suatu kuesioner jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka r_{tabel} dicari signifikan 0,1 dengan uji 2 kali dan berapa data $(n) = 100$, $df = n-2$, maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,1654. Berikut hasil uji validitas penelitian ini::

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Petanyaan	Rhitung	Rtabel	Kesimpulan
Religiusitas	R1	0,176	0,1654	Valid
	R2	0,753	0,1654	Valid
	R3	0,820	0,1654	Valid
	R4	0,803	0,1654	Valid
	R5	0,734	0,1654	Valid
	R6	0,501	0,1654	Valid
Pengetahuan Produk	PP1	0,667	0,1654	Valid
	PP2	0,710	0,1654	Valid
	PP3	0,635	0,1654	Valid
	PP4	0,639	0,1654	Valid
	PP5	0,718	0,1654	Valid
	PP6	0,685	0,1654	Valid
Pendapatan	PD1	0,511	0,1654	Valid
	PD2	0,694	0,1654	Valid
	PD3	0,737	0,1654	Valid
	PD4	0,664	0,1654	Valid
Gaya Hidup	GH1	0,708	0,1654	Valid
	GH2	0,796	0,1654	Valid
	GH3	0,722	0,1654	Valid
	GH4	0,602	0,1654	Valid
Minat	M1	0,821	0,1654	Valid
	M2	0,756	0,1654	Valid

	M3	0,725	0,1654	Valid
	M4	0,713	0,1654	Valid
	M5	0,731	0,1654	Valid

Sumber: data primer diolah, 2023

Setiap pertanyaan terkait variabel telah dianggap valid, seperti yang ditunjukkan pada tabel di atas. Koefisien korelasi aritmatika yang dihitung menunjukkan hal ini yang lebih besar dari rtabel yaitu 0,1654 yang menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan dapat mengukur setiap variabel yang digunakan.

2. Uji Reliabilitas

Konsep reliabilitas yang juga mengacu pada konsistensi hasil skor berdasarkan item angket diukur dengan uji reliabilitas. Uji statistik *Cronbach Alpha*(α) dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas pada program SPSS. Variabel tersebut seharusnya dapat diandalkan jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,7 (Hamid, dkk. 2019). Uji reliabilitas disajikan dalam tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Religiusitas	0,764	Diterima
2	Pengetahuan Produk	0,766	Diterima
3	Pendapatan	0,751	Diterima
4	Gaya Hidup	0,782	Diterima

5	Minat	0,793	Diterima
---	-------	-------	----------

Sumber: data primer diolah, 2023

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa variabel religiusitas, pengetahuan produk, pendapatan, gaya hidup, dan minat memiliki *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,70. Dengan demikian, dalam penelitian ini variabel dinyatakan reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa semua tanggapan atas pertanyaan yang berkaitan dengan masing-masing variabel telah konsisten di antara responden.

4.2.2. Hasil Pengujian Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui data yang diperoleh dari hasil pada penelitiannya berdistribusi normal atau tidak (Hamid, dkk. 2019). Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *One-Sample kolmogorov-smirnov* dengan kaidah keputusan jika signifikan lebih dari $\alpha=0,05$ maka dapat dikatakan pada data tersebut berdistribusikan normal yang terlihat pada tabel 4.11 sebagai berikut:

Tabel 4. 10 *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test*

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters	Mean		,0000000
	Std.Deviation		1,74091334
Most Extreme Differences	Absolute		,108
	Positive		,088
	Negative		,108
Test Statistic			,108
Asymp. Sig. (2-tailed)			,006

Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,178
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,169
		Upper Bound	,188

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel 4.11, untuk jumlah observasi *Kolmogorov Smirnov* dalam penelitian ini sebesar 100. Pengujian ini menunjukkan bahwa variabel memiliki nilai distribusi sebesar 0,006 yang berarti nilainya tidak normal, karena kurang dari signifikan yang bernilai 0,05. Pengujian terhadap uji normalitas data telah dilakukan yang dengan menunjukkan hasil bahwa data tidak terdistribusi normal, namun dalam *exact tests* berdasarkan dengan data besar. Dengan hal ini menggunakan menu *monte carlo* dengan nilai distribusi sebesar 0,178 yang berarti nilainya lebih besar dari signifikan, dikarenakan dengan menggunakan *monte carlo* sesuai dengan data yang dimiliki begitu besar (Mehta & Patel, 1989).

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel bebas dengan model regresi. Jika pada nilai VIF diantara angka 1 maka dikatakan tidak terdapat masalah dari multikolinearitas, dan jika koefisien korelasi pada variabel bebas kurang dari 0,5 maka tidak terdapat masalah dari multikolinearitas. Hasil uji multikoliniearitas pada tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients

Model	Tolerance	VIF
Religiusitas	,703	1,422
Pengetahuan Produk	,718	1,392
Pendapatan	,789	1,268
Gaya Hidup	,816	1,225

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan pada tabel 4.10 dapat diketahui bahwa pada nilai tolerance variabel independen semuanya $> 0,10$ dan nilai VIF > 10 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada hasil ini tidak terjadi multikolinearitas dalam regresi.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Hamid, dkk. 2019). Jika nilai signifikan lebih dari 0,05 berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi, tetapi jika pada nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi. Metode yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji *Spearman's rho*. Hasil pada uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Spearman's rho* sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas

		<i>Spearman's rho</i>					
<i>Spearman's Rho</i>	Unstandardized Residual	Correlation	1,000	-	-	-	-,102
		Coefficient		0,213	0,212	0,055	
		Sig.(2-tailed)		0,034	0,034	0,585	0,315
		N	100	100	100	100	100
	Religiusitas	Correlation	-	1,000	0,407	0,301	0,512
		Coefficient	0,213				
		Sig.(2-tailed)	0,304		0,000	0,002	0,132
		N	100	100	100	100	100
	Pengetahuan Produk	Correlation	-	-	1,000	0,113	0,271
		Coefficient	0,212	0,407			
		Sig.(2-tailed)	0,034	0,000		0,262	0,006
		N	100	100	100	100	100
Pendapatan	Correlation	-	0,301	0,113	1,000	0,360	
	Coefficient	0,055					
	Sig.(2-tailed)	0,585	0,002	0,262		0,000	
	N	100	100	100	100	100	
Gaya Hidup	Correlation	-	0,152	0,271	0,360	1,000	
	Coefficient	0,102					
	Sig.(2-tailed)	0,315	0,132	0,006	0,000		
	N	100	100	100	100	100	

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas menunjukkan pada semua variabel independen lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tersebut dikatakan tidak ada gejala heteroskedastisitas, atau terjadi homoskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Penelitian ini tidak menggunakan uji Autokorelasi dikarenakan penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner. Jadi, untuk uji Autokorelasi merupakan uji yang bertujuan untuk menguji dengan cara urut berdasarkan waktu atau ruang, misalnya dalam penelitian laporan keuangan (Paramita, et al., 2021).

4.2.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini memanfaatkan alat *SPSS* 25.0 yang dapat memahami dampak dari beberapa faktor independen atau bebas yaitu religiusitas, pengetahuan produk, pendapatan, dan gaya hidup terhadap minat. Hasil pada uji regresi berganda dapat dilihat dalam tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Mode		Unstanda	Coefficient	Standardized	t	Sig
1		rized	Std.Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	-0,531	2,432		-0,218	0,828

	Religiusitas	0,307	0,094	0,303	3,281	0,001
	Pengetahuan Produk	0,309	0,091	0,310	3,398	0,001
	Pendapatan	0,052	0,096	0,047	0,539	0,591
	Gaya Hidup	0,269	0,102	0,227	2,646	0,010

Sumber: data primer diolah, 2023

Regresi berikut dapat diperoleh berdasarkan hasil uji regresi berganda sebelumnya::

$$\text{Minat} = -0,531 + 0,307 \text{ Religiusitas} + 0,309 \text{ Pengetahuan Produk} + 0,52 \text{ Pendapatan} + 0,269 \text{ Gaya Hidup} + e$$

Keterangan :

M : Minat

X1 : Religiusitas

X2 : Pengetahuan Produk

X3 : Pendapatan

X4 : Gaya Hidup

e : *Disturbance term*

Persamaan regresi tersebut dapat diuraikan, yaitu:

1. Konstanta sebesar - 0,531 yang menyatakan bahwa jika faktor-faktor bebas yang meliputi religiusitas, pengetahuan produk, pendapatan, dan gaya hidup sama dengan 0, maka nilai (Y) adalah -0,531.
2. Koefisien regresi religiusitas (X1) sebesar 0,307, ketika nilai pada variabel religiusitas naik 1 satuan, maka nilai pada variabel minat akan turun 1 satuan. Oleh karena itu, semakin besar religiusitas, maka semakin berkurang terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan. Nilai signifikan $0,001 < 0,05$ maka terdapat pengaruh religiusitas terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan.
3. Koefisien regresi pengetahuan produk (X2) sebesar 0,309 ketika nilai pada variabel pengetahuan produk naik 1 satuan, maka nilai pada variabel minat akan turun 1 satuan. Oleh karena itu, semakin besar pengetahuan produk, maka semakin berkurang terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan. Nilai signifikan $0,001 < 0,05$ maka terdapat pengaruh pengetahuan produk terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan.
4. Koefisien regresi pendapatan (X3) sebesar 0,052 ketika nilai pada variabel pendapatan naik 1 satuan, maka nilai pada variabel minat akan turun 1 satuan. Oleh karena itu, semakin besar pendapatan, maka semakin berkurang terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan. Nilai signifikan $0,591 > 0,05$ maka tidak berpengaruh pendapatan terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan.

5. Koefisien regresi gaya hidup (X_4) sebesar 0,269, ketika nilai pada variabel gaya hidup naik 1 satuan, maka nilai pada variabel minat akan turun 1 satuan. Oleh karena itu, semakin besar gaya hidup, maka semakin berkurang terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan. Nilai signifikan $0,010 < 0,05$ maka terdapat pengaruh gaya hidup terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan.

4.2.4. Uji Ketetapan Model

1. Uji F

Intinya, uji statistik F menentukan apakah setiap variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara simultan. Perbandingan F hitung dan F tabel merupakan uji signifikansi uji F; jika F_{hitung} lebih besar dari F tabel, dapat ditarik kesimpulan bahwa masing-masing variabel bebas menggunakan model yang sesuai untuk variabel terikat. Uji F menghasilkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 14 Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
	Regression	226,703	4	56,676	17,944	0,000
	Residual	300,047	95	3,518		
	Total	526,750	99			

Sumber: data primer diolah, 2023

F hitung adalah 17,944 dan F tabel masing-masing adalah 2,757, sesuai dengan hasil uji F. Karena nilai F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diakui. Sementara nilai sig. adalah 0,000, maka dianggap signifikan. Berdasarkan temuan tersebut, variabel religiusitas, pengetahuan produk, pendapatan, gaya hidup secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi adalah suatu *range* antara $0 < R^2 < 1$. Hasil koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,656	0,430	0,406	1,777

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan data diatas, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,406 yang berarti bahwa besarnya pengaruh religiusitas, pengetahuan produk, pendapatan, dan gaya hidup adalah sebesar 40,6%. Sedangkan sisannya 59,4% minat dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dikecualikan dari model pemeriksaan ulasan ini.

4.2.5. Uji Hipotesis (Uji T)

Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat ditentukan secara parsial melalui pengujian hipotesis yang memiliki validitas 10%. Keputusan dibuat

dengan membandingkan tabel T yang menunjukkan nilai kritis untuk setiap tingkat signifikan, dengan nilai yang dihitung dari setiap koefisien regresi.

Koefisien regresi T hitung lebih kecil dari T tabel, sehingga pilihan untuk mengakui H₀. Artinya, variabel dependen tidak dipengaruhi oleh koefisien regresi variabel independen. Jika T hitung lebih besar dari T tabel, maka H₀ akan ditolak. Akibatnya, variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen. Tabel berikut menjelaskan hasil pengujian hipotesis ini:

Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis

Model		Unstand arized	Coefficient Std.Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig
1	(Constant)	-0,531	2,432		-0,218	0,828
	Religiusita s	0,307	0,094	0,303	3,281	0,001
	Pengetahua n Produk	0,309	0,091	0,310	3,398	0,001
	Pendapatan	0,052	0,096	0,047	0,539	0,591
	Gaya Hidup	0,269	0,102	0,227	2,646	0,010

Sumber: data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji T dapat dilakukan pembahasan sebagai berikut ini:

1. Pengujian variabel religiusitas terhadap minat

Dilihat dari konsekuensi pendugaan informasi yang diperoleh dari T hitung, variabel legalitas sebesar 3,281, sedangkan nilai T tabel sebesar 1,660. Maka H₀ ditolak dan H₁ diakui. Variabel religiusitas (X₁) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat (Y) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari α (0,1).

2. Pengujian variabel pengetahuan produk terhadap minat

Hasil perhitungan menunjukkan nilai T tabel sebesar 1,660 dan nilai T hitung sebesar 3,398 untuk variabel pengetahuan produk. Setelah itu, H₂ diterima dan H₀ ditolak. Fakta bahwa tingkat signifikan adalah 0,001 lebih kecil dari α (0,1) menunjukkan bahwa variabel minat (Y) secara signifikan dipengaruhi oleh variabel pengetahuan produk (X₂).

3. Pengujian variabel pendapatan terhadap minat

Dilihat dari hasil estimasi, informasi yang diperoleh dari T hitung dari variabel pendapatan adalah 0,539, sedangkan nilai T tabel adalah 1,660. H₀ kemudian diterima, sedangkan H₃ ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pendapatan (X₃) memiliki pengaruh yang dapat diabaikan terhadap variabel minat (Y), dengan tingkat signifikansi $0,591 > (0,1)$, maka menunjukkan bahwa variabel pendapatan tidak signifikan terhadap variabel minat.

4. Pengujian variabel gaya hidup terhadap minat

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai T hitung variabel gaya hidup sebesar 2,646, sedangkan nilai T tabel sebesar 1,660. H₀ kemudian ditolak,

sedangkan H4 diterima. Signifikan adalah $0,01 < \alpha (0,1)$ sehingga hal ini menunjukkan bahwa variabel minat (Y dipengaruhi oleh variabel gaya hidup (X4).

4.3. Pembahasan Hasil Analisis Data

Berdasarkan hipotesis (uji t) yang telah di uji pada pengaruh religiusitas, pengetahuan produk, pendapatan, dan gaya hidup terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah (Studi kasus pasa masyarakat Klaten yang sudah berpenghasilan):

4.3.1. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menggunakan Kartu Pembiayaan

Hasil analisis data penelitian ini menunjukkan bagaimana religiusitas mempengaruhi keinginan masyarakat untuk menggunakan kartu pembiayaan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat (Y) dengan nilai T hitung variabel $3,281 > T t$ tabel $1,660$, H_0 ditolak dan H_1 diterima, dan nilai signifikansi $0,001 < (0,1)$.

Religiusitas menurut Glock dan Stark 1986 mendefinisikan tentang religiusitas merupakan bentuk kepercayaan pada suatu adi kodrati yang memiliki penghayatan begitu dalam terhadap kehidupan sehari-hari (Najiyah, 2017). Kepercayaan yang dipaparkan oleh Turban (2010) menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan bentuk psikologis seseorang atau organisasi yang sudah dipercaya bahwa mitra transaksi (perusahaan) akan menepati pada janjinya (Lestari, 2019). Religiusitas terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan yang dipaparkan oleh Bagaskoro (2018) pada perspektif *theory of reasoned action* tentang religiusitas seseorang akan menentukan sesuatu berdasarkan keyakinan yang dimilikinya.

Seseorang muslim yang memiliki religiusitas yang baik diunggulkan bisa membedakan antara baik dan buruk, halal dengan yang haram, dan haq dengan yang bathil sesuai dengan firman Allah yang sudah dijelaskan di dalam Al-Qur'an dan hadits nabi (Asniyati & Yaya, 2020).

Minat penggunaan yang dipaparkan Ari (2013) keinginan seseorang terhadap suatu barang untuk tetap menggunakannya dengan menggunakan rasa ketertarikan demi memanfaatkan barang tersebut (Russetyowati, 2018). Minat menggunakan kartu pembiayaan merupakan suatu perasaan terhadap suatu barang demi memanfaatkannya yang didukung oleh uang yang dipinjam dari perusahaan yang bersedia menerima pembayaran tanpa memerlukan uang tunai (Asniyati & Yaya, 2020)

Hasil Asniyati dan Yaya (2020) sebelumnya menemukan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat kartu pembiayaan. Temuan ini konsisten dengan temuan mereka. Penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting bagi calon pengguna atau yang sudah menggunakan kartu pembiayaan, agar bisa mendorong mereka dalam penggunaannya lebih berhati-hati. Religiusitas merupakan kepercayaan didalam diri seseorang yang memiliki nilai agama.

Responden menyatakan bahwa minat mereka menggunakan kartu pembiayaan, karena pemahaman akan variabel religiusitas sesuai dengan pengetahuan keagamaan yang sesuai dengan prinsip syariah yang dimiliki oleh kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa hasil variabel religiusitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah, hal ini didukung oleh hasil indikator yang telah diolah dalam penelitian. Selain itu, hal ini juga sesuai dengan teori religiusitas yang dikemukakan oleh Ari (2013) yang menyatakan bahwa religiusitas mempengaruhi minat menggunakan kartu pembiayaan.

4.3.2. Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat Menggunakan Kartu Pembiayaan

Hasil data penelitian ini menunjukkan bagaimana pengetahuan produk mempengaruhi keinginan masyarakat untuk menggunakan kartu kredit. Efek samping dari penelitian ini menunjukkan nilai T hitung dari variabel tersebut pengetahuan produk adalah sebesar $3,398 > T$ tabel $1,660$, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, dan nilai signifikan sebesar $0,001 < \alpha (0,1)$, maka hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan produk (X_2) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat (Y).

Pengetahuan produk yang dipaparkan oleh Jamilah dan Aulia (2022) menjelaskan tentang pengetahuan produk merupakan bentuk informasi yang menjelaskan tentang sejarah, pengalaman, dan pola interaksi yang diperoleh dari seseorang. Minat kartu pembiayaan pada pengetahuan produk masih terbilang masih terlalu rendah dan terasa asing (Utami et al., 2018). Pengetahuan produk terhadap minat menggunakan kartu kredit yang dipaparkan oleh Kotler menjelaskan

tentang minat dan pengetahuan bisa saling menguat dimana akibat dari proses pembelajaran pada akhirnya akan meningkatkan minat lebih terhadap produk (Philip Kotler, 2009)

Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jamilah & Aulia (2022) yang menjelaskan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pada kartu pembiayaan. Pengetahuan produk merupakan suatu kumpulan beragam bentuk informasi dalam mengenai suatu produk.

Responden menyatakan bahwa minat mereka menggunakan kartu pembiayaan, karena pemahaman akan informasi produk pada variabel pengetahuan produk terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah. Pengetahuan produk penting dalam minat menggunakan kartu pembiayaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa hasil variabel pengetahuan produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah, hal ini didukung oleh hasil indikator yang telah diolah dalam penelitian. Selain itu, hal ini juga sesuai dengan teori religiusitas yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2009) yang menyatakan bahwa pengetahuan produk mempengaruhi minat menggunakan kartu pembiayaan.

4.3.3. Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Kartu Pembiayaan

Hasil data penelitian ini menunjukkan bagaimana pendapatan mempengaruhi keinginan masyarakat untuk menggunakan kartu kredit. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pendapatan (X3) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel minat (Y) dengan nilai T hitung $0,539 > T$ tabel $1,660$, H_0 diterima dan H_3 ditolak, dan nilai signifikan $0,591 > \alpha (0,1)$. Pengaruh variabel pendapatan terhadap variabel minat menggunakan kartu pembiayaan bernilai positif bagi jumlah sampel, tetapi tidak untuk jumlah populasi dikarenakan nilai signifikan tidak signifikan.

Russel Swanburg (2000) dan Sukirno (2000) mengemukakan pendapatan merupakan suatu bentuk pemasukan dari kegiatan jualan produk dan layanan, juga hal sangat penting didalam kegiatan usaha. Kemudian, para ikatan akutan Indonesia juga memiliki pengertian bahwa pendapatan itu adalah hasil yang diperoleh dari aktivitas secara individu maupun perusahaan (Tindangen1 et al., 2020). *Working Group on Financial Literacy* (2010) Literasi keuangan juga merupakan suatu penguasaan dalam pengetahuan dan *skill* ketika memilih keputusan ekonomik dan juga keuangan yang rasional dengan keyakinan yang penuh juga kompeten. Pendapatan merupakan faktor penting dalam menentukan penggunaan kartu pembiayaan. Pendapatan yang dipaparkan oleh (Adiyanti, 2015) seseorang yang tinggi akan meningkatkan minat seseorang. Maka akan semakin meningkat juga konsumsi yang di gunakan melalui gaya hidup seseorang yang akan berpengaruh meningkat.

Hasil ini tidak sesuai dengan apa yang ditemukan Russetyowati (2018) pada penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat pada kartu pembiayaan atau kartu kredit syariah. Hal tersebut mungkin dikarenakan perolehan penghasilan yang didapat tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Mungkin disebabkan juga dalam faktor perekonomian yang begitu tinggi di negara tidak sesuai dengan tingkat perekonomiannya sendiri. Pendapatan merupakan suatu bentuk pemasukan dari jualan suatu kegiatan produk dan layanan.

Responden menyatakan bahwa minat mereka menggunakan kartu pembiayaan, karena penghasilan yang dimiliki oleh mereka sangat penting dalam penggunaan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah. Dan dikarenakan penghasilan mereka sangat banyak dibutuhkan untuk kebutuhan yang lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa hasil variabel pendapatan memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah, hal ini didukung oleh hasil indikator yang telah diolah dalam penelitian. Selain itu, hal ini juga sesuai dengan teori pendapatan yang dikemukakan Russel Swanburg dan Sukirno (2000)) yang menyatakan bahwa pendapatan produk mempengaruhi minat menggunakan kartu pembiayaan.

4.3.4. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Menggunakan Kartu Pembiayaan

Hasil data penelitian ini menunjukkan bagaimana gaya hidup mempengaruhi keinginan masyarakat untuk memanfaatkan kartu pembiayaan penelitian ini menemukan bahwa faktor gaya hidup (X4) berpengaruh signifikan terhadap faktor minat (Y) dengan nilai t hitung variabel pendapatan $2,646 > t$ tabel $1,660$, H_0 ditolak dan H_4 diterima, dan nilai signifikan $0,010 < \alpha (0,1)$.

Gaya hidup yang dijelaskan oleh Khotler dan Keller (2016) tentang gaya hidup merupakan bentuk pola hidup seseorang di dunia dengan cara mengapresiasi ketika beraktivitas, minat, serta opininya. Gaya hidup juga menggambarkan pada seluruh jati diri seseorang ketika berinteraksi terhadap lingkungannya (Qasas & Hakim, 2019). Gaya hidup merupakan suatu bentuk kehidupan seseorang tentang gimana diri mereka menggunakan waktu di dunia luar maupun di dalam diri sendiri masing-masing.

Gaya hidup terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan yang dipaparkan oleh Alam (2006) menjelaskan bahwa dianggap dapat memperlihatkan karakter, citra, gengsi dan pencapaian ekonomi bagi seseorang yang dapat menimbulkan gaya hidup yang dimana bisa mempengaruhi terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan. Gaya hidup yang semakin tinggi yang dimiliki seseorang maka lebih mengarah pada tingkat penguatan dalam menggunakan kartu pembiayaan yang dipaparkan oleh Anggraini & Soenhadji (2016) (Dewi & Aksari, 2019).

Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jamilah & Aulia (2022) yang menjelaskan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat pada kartu pembiayaan. Gaya Hidup adalah tingkah laku seseorang dalam melakukan aktivitas sehari-hari di masyarakat mau dalam membelanjakan uang atau mengalokasikan waktunya.

Responden menyatakan bahwa minat mereka menggunakan kartu pembiayaan, karena rasa ingin melakukan aktivitas yang dipandang lebih dikalangan masyarakat maka hal ini sangat penting dalam penggunaan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah. Dan dikarenakan penghasilan mereka sangat banyak dibutuhkan untuk kebutuhan yang lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan menunjukkan bahwa hasil variabel gaya hidup memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan pada Bank Umum Syariah, hal ini didukung oleh hasil indikator yang telah diolah dalam penelitian. Selain itu, hal ini juga sesuai dengan teori pendapatan yang dikemukakan Alam (2006) yang menyatakan bahwa gaya hidup mempengaruhi minat menggunakan kartu pembiayaan.

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mencari tahu hubungan antara religiusitas, pengetahuan produk, pendapatan, dan gaya hidup terhadap keinginan menggunakan kartu pembiayaan. Penelitian ini dilakukan di Klaten dengan responden berjumlah 100 orang dan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penelitian ini menyatakan bahwa pada variabel religiusitas menjadi variabel yang mempunyai pengaruh terkuat pertama terhadap variabel minat menggunakan kartu pembiayaan setelah diukur dengan indikator antara lain, pengetahuan agama, perasaan, dan tindakan keagamaan dalam diri seseorang. Religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan pada masyarakat Klaten, dengan hasil perhitungan analisis regresi variabel religiusitas memiliki t_{hitung} sebesar $3,281 > T_{tabel} 1,660$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dan nilai signifikan sebesar $0,001 < \alpha (0,1)$.
2. Penelitian ini menyatakan bahwa pada variabel pengetahuan produk menjadi variabel yang mempunyai pengaruh terkuat kedua terhadap variabel minat menggunakan kartu pembiayaan setelah diukur dengan indikator antara lain, produk, merek, terminologi, karakteristik, harga, dan keyakinan terhadap produk. Minat masyarakat Klaten dalam menggunakan kartu pembiayaan dipengaruhi secara signifikan oleh pengetahuan produk, dengan hasil perhitungan analisis regresi variabel pengetahuan produk memiliki t_{hitung}

sebesar $3,398 > T$ tabel $1,660$, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, dan nilai signifikan sebesar $0,001 < \alpha (0,1)$.

3. Penelitian ini menyatakan bahwa untuk variabel pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan pada masyarakat Klaten. H_0 diterima dan H_3 ditolak, dibuktikan dengan nilai t hitung $0,539 < t$ tabel $1,660$; nilai signifikan adalah $0,591 > \alpha (0,1)$. Kesimpulannya, H_3 ditolak karena minat masyarakat Klaten dalam menggunakan kartu pembiayaan tidak dipengaruhi oleh pendapatan.
4. Penelitian ini menyatakan bahwa pada variabel gaya hidup menjadi variabel yang mempunyai pengaruh terkuat ketiga terhadap variabel minat menggunakan kartupembiayaan setelah diukur dengan indikator antara lain, Kegiatan (*activity*), Minat (*Interest*), dan Opini (*Opinion*). Minat menggunakan kartu sangat dipengaruhi oleh gaya hidup seseorang. pembiayaan pada masyarakat Klaten, dengan hasil perhitungan analisis regresi variabel gaya hidup memiliki T_{hitung} sebesar $2,646 > T$ tabel $1,660$, maka H_0 ditolak dan H_4 diterima, dan nilai signifikan sebesar $0,010 < \alpha (0,1)$.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Berikut adalah beberapa kekurangan dalam komponen penelitian ini:

1. Penyebaran dalam kuesioner ini dilakukan dengan melalui *googleform* sehingga kemungkinan pada responden kurang memahami akan maksud dari pernyataan kuesioner yang dibagikan oleh peneliti dan berdampak pada hasil penelitian yang kurang begitu akurat.

2. Peneliti tidak dapat mengontrol tanggapan responden; akibatnya, responden mungkin tidak jujur saat mengisi kuesioner, sehingga meningkatkan kemungkinan mereka akan memberikan jawaban yang bias.
3. Variabel yang digunakan dalam ulasan ini untuk melihat minat menggunakan kartu pembiayaan hanya terdiri dari empat faktor yaitu religiusitas, pengetahuan produk, pendapatan, dan gaya hidup sedangkan masih banyak faktor yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

5.3. Saran

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, tiga variabel yaitu religiusitas, pengetahuan produk, dan gaya hidup menunjukkan hasilnya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk menggunakan kartu pembiayaan, sedangkan variabel pendapatan memiliki pengaruh yang dapat diabaikan terhadap minat ini. Seperti yang diantisipasi Bank Umum Syariah untuk selalu memperhatikan hal-hal yang berpengaruh terhadap minat menggunakan kartu pembiayaan yang dirasakan oleh para pengguna, khususnya dalam penelitian ini pada masyarakat Klaten, karena dapat meningkatkan minat bagi para konsumen melalui kartu pembiayaan.
2. Agar responden dapat lebih memahami maksud dari peneliti dalam kuesioner, maka pengambilan data responden melalui penyebaran langsung ke lapangan sehingga data yang terkumpul lebih tepat.
3. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang mana sudah berpenghasilan, dan sudah atau berminat menjadi salah satu nasabah di Bank Umum Syariah pada masyarakat Klaten, dengan alat analisis yang

sama demi hasil yang lebih akurat dan signifikan disarankan untuk menambah jumlah responden serta demi mengutamakan pada cakupan wilayah responden agar mendapatkan hasil yang lebih spesifik.

4. Terkait hasil nilai pada *Adjusted R square* 40,6%, masih terbilang kurang baik. Variabel independennya terbilang masih membutuhkan terhadap variabel independen yang lain sesuai dengan penelitian selanjutnya. Variabel lain seperti, perilaku konsumen, dan kualitas produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, R. (2018). *Sejarah Kartu Kredit di Indonesia dan Dunia*. Pricebook. https://www.pricebook.co.id/article/market_issue/7183/sejarah-kartu-kredit-di-indonesia-dan-dunia
- Abigail, P. Y. D. (2022). *BSI (BRIS) Tetapkan Harga Rights Issue Rp 1.000, Simak Jadwalnya* Artikel ini telah tayang di [Katadata.co.id](https://katadata.co.id) dengan judul “*BSI (BRIS) Tetapkan Harga Rights Issue Rp 1.000, Simak Jadwalnya*” , <https://katadata.co.id/lavinda/finansial/6391977cf4025/bsi-bris-t>. DKatadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/lavinda/finansial/6391977cf4025/bsi-bris-tetapkan-harga-rights-issue-rp-1000-simak-jadwalnya>
- Ad-Ins. (2022). *4 Perbedaan Kredit dan Pembiayaan yang Wajib Anda Ketahui!* Advance Innovations. <https://www.ad-ins.com/id/perbedaan-kredit-dan-pembiayaan/>
- Addieningrum, F. M., & Aslina, N. (2021). *Jual Beli Menggunakan Kartu Kredit Menurut Perspektif Hukum Islam*. *STAI Hukum Ekonomi Syari'ah*, XVI(1).
- Adiyanti, A. I. (2015). *Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Brawijaya)*. *Jurnal Ilmiah*.
- Arifudin, O., Sofyan, J. Y., Tanjung, R., Damayanti, F., & Rusmana. (2021). *Pengaruh Kelas Sosial, Pengalaman Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Penggunaan Kartu Kredit*. 5(1), 286–298.
- Asniyati, & Yaya, R. (2020). *Analisis Pengaruh Financial Literacy, Religiusitas, Mental Accounting, dan Norma Subyektif Terhadap Minat Dosen Fakultas Ekonomi Menggunakan Kartu Kredit Syariah*. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 1–14. <https://journal.umy.ac.id/index.php/rab/article/view/10706>
- Astri Rumondang, Acai Sudirman, Samsider Sitorus, Aditya Halim Perdana Kusuma, Melda Manuhutu, Andriasan Sudarso, Janner Simarmata, Dian Hasdiana Tasnim, N. F. A. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen* (A. Rikki (ed.)). [https://books.google.co.id/books?id=WW_6DwAAQBAJ&lpg=PA40&ots=QvvDiwqr99&dq=perilaku konsumen&lr&hl=id&pg=PR4#v=onepage&q=perilaku konsumen&f=false](https://books.google.co.id/books?id=WW_6DwAAQBAJ&lpg=PA40&ots=QvvDiwqr99&dq=perilaku%20konsumen&lr&hl=id&pg=PR4#v=onepage&q=perilaku%20konsumen&f=false)
- B, S. T. P. (2011). *Potensi Pengguna Kartu Kredit Indonesia Sangat Besar*. [Republika.Co.Id. https://republika.co.id/amp/157842](https://republika.co.id/amp/157842)
- Baharuddin, J. (2021). *Pengaruh Religiusitas dan Perilaku Terencana Terhadap Minat Menggunakan Cashless Pada Masyarakat Kota Jayapura dimasa Covid-19*. 7(03), 1306–1312.

- Balaka, M. Y. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (D. (c. I. Ahmaddien (ed.)).
- BSI. (n.d.). *Layanan BSI*. Bank Syariah Indonesia. <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/1618199525bsi-merchant-business>
- Budiastuti, D. D., & Agustinus Bandur, P. D. (2018). *Validitas Dan Reliabilitas Penelitian*. Mitra Wacana Media. <http://www.mitrawacanamedia.com>
- Corriana. (2018). *Teori Gaya Hidup Dalam Psikologi*. DosenPsikologi.Com. <https://dosenpsikologi.com/teori-gaya-hidup-dalam-psikologi>
- Detikfinance. (2007). *Kartu Kredit Danamon Syariah Siap Meluncur*. Detikfinance. <https://finance.detik.com/moneter/d-740075/kartu-kredit-danamon-syariah-siap-meluncur>
- Dewi, N. M. P., & Aksari, N. M. A. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup, Perceived Benevit, Dan Perceived Risk Terhadap Menggunakan Kartu Kredit Di Indonesia*. 8(11), 6598–6617.
- Dian Permata Putri, W. B. (2018). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Kartu Kredit Syariah Pada Pegawai Wanita PT. Riau Mulia Mitra Medika*. 01(01), 1–6.
- Dr. Marwan Hamid, M.Pd, Dr. Ibrahim Sufi, M.Pd, Drs. Wen Konadi, M.Si, drh. Yusrizal Akmal, M.Si, Prof. Dr. Jamaluddin Iddris, M. E. (2019). *Analisis Jalur Dan Aplikasi SPSS Versi 25* (Pertama). https://ppsmm.uniki.ac.id/wp-content/uploads/2020/04/Analisis_Jalur_Marwan-1.pdf
- Dr. Ratna Wijayanti Daniar Paramita, S.E., M. M., Noviansyah Rizal, S.E., M.M., Ak, CA, Cf., Riza Bahtiar Sulistyan, S.E., M. M., & S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. WIDYA GAMA PRESS.
- Dr. Rika Ariyani, M. P. . (2022). *Pengertian dan Jenis-jenis Kuesioner Dalam Penelitian Kuantitatif*. RIKAARIYANI.COM. <https://www.rikaariyani.com/2022/09/pengertian-dan-jenis-jenis-kuesioner.html>
- Dra. Dwi Nastiti, M. S. N. L., & S.Psi., M. P. (2020). *Buku Ajar Asesmen Minat Dan Bakat* (M. S. Effy Wardati Maryam (ed.)).
- Drs. I Wayan Santiyasa, M. S. (2016). Pengujian hipotesis. In *MODUL KULIAH PENGUJIAN HIPOTESIS* (pp. 1–26).
- Fadhila, F., Azhar, & Marpaung, M. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Shopeepaylater. *Jurnal Bisnis Ekonomi Halal*, 1(2), 20–30.
- Fajar Rezky Maulana, Nevi Hasnita, E. (2020). Pengaruh Pengetahuan Produk Dan Word Of Mouth. *Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 124–137.

- Finpedia. (2021). *Mengenal Kartu Kredit Syariah, Kartu Kredit Tanpa Bunga*. Finpedia.Id. <https://www.finpedia.id/info-keuangan/kartu-kredit/mengenal-kartu-kredit-syariah>
- Hartiyah, S. (2014). Teori akuntansi konsep akuntansi pendapatan. *PPKM II*, 84–88.
- Hatmawan, S. R. & A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. CV BUDI UTAMA.
https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Riset_Penelitian_Kuantitatif_Pene/W2vXDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=buku+sampel+rumus+leme+show&printsec=frontcover
- Hussin, J. N. (2016). Forecasting patronage factors of Islamic credit card as a new e-commerce banking service: an integration of TAM with perceived religiosity and trust. *Journal of Islamic Marketing*, 7(4). <http://dx.doi.org/10.1108/JIMA-07-2014-0050>
- Indah Tri Lestari, W. W. (2019). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap keputusan belanja online (studi pada pengguna tokopedia). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 478–484.
- Indonesia, B. (2020). *Fungsi Utama pada Instrumen di Bank Indonesia*. Bank Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/instrumen/default.aspx>
- Indonesia, C. (2022). *Live Now! Kupas Tuntas Transaksi Mudah Dengan Hasanah Card*. CNBC Indonesia.
<https://www.cnbcindonesia.com/market/20220425162030-17-334663/live-now-kupas-tuntas-transaksi-mudah-dengan-hasanah-card>
- Isaskar, R., & Si, M. (2011). Perilaku konsumen : Pengetahuan Produk dan Keterlibatan Konsumen. In M. S. Riyanti Isaskar, SP (Ed.), *Brawijaya University*.
- Iwan Hermawan, S.Ag., M. P. . (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, Mixed Methode*. Hidayatul Quran Kuningan.
https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Vja4DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP10&dq=populasi+dan+sampel+kuantitatif&ots=XvIni1S8lo&sig=WXYh4hcUw2PhtXbt_W5ATGjX3gQ&redir_esc=y#v=onepage&q=populasi+dan+sampel+kuantitatif&f=false
- Jamilah, S., & Aulia, S. (2022). *Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Kepemilikan Kartu Kredit Syariah (Studi Empiris Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMJ)*. 30(1), 78–86.
- Juniarti, Y. P. dan S. (2017). *Pengaruh Persepsi Resiko, Persepsi Kebermanfaatan Dan Gaya Hidup Yang Dianut Terhadap Perilaku Penggunaan Kartu Kredit*. 3(01), 1–12.

- Kartini, A., & Hanurat, I. (2017). Studi Hukum Islam Terhadap Kontrak Studi Hukum Islam Terhadap Kontrak Perjanjian Banking Card atau Credit Card merupakan Gaya Hidup dan Bagian dari Komunitas dikatakan Manusia Moderen untuk dalam dapat Tata Warna baru bagi Dunia perbankan di Indonesia ko. *Hukum Ekonomi Syariah*, 1(2), 147–159.
- Khairani, D. (2020). Syariah Card Dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. *Tahkim*, 16(1).
- Khairi, M. R., & Gunawan, E. (2019). Analisis Penggunaan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) Dan E-Money Terhadap Konsumsi Masyarakat Di Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 1(1), 19–36.
- Kharini, D., Haling, A., Hasanah, U., Nuriatullah, N., & Hidayah, N. R. (2019). Analisis Implementasi Kartu Kredit Syariah Pada PT. Bank BNI Syariah Cabang Palu Perspektif Ekonomi Islam. *Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 1(1), 1–15.
- Khotimah, K. (2013). Pengaruh Kepercayaan Terdapat Loyalitas Nasabah Menabung Pada Kantor Cabang Utama PT. Bank Pembangunan Daerah Papua Di Jayapura. *Jurnal Future Manajemen Dan Akuntansi*, 42–51.
- Kusindriani, N. (2021). *10 Keuntungan dan Kekurangan Kartu Kredit Syariah, Apa Saja? Yuk Simak!* Cekaja.Com. <https://www.cekaja.com/info/keuntungan-dan-kekurangan-kartu-kredit-syariah>
- Lida Puspaningtyas. (2021). *Cara Mudah Memahami Kartu Kredit Syariah*. Republika.Co.Id. <https://www.republika.co.id/berita/r2hcky368/cara-mudah-memahami-kartu-kredit-syariah>
- Lubis, N., & Rahmat, A. (2018). *Attitude Konsumen Pada Pemilihan Kartu Kredit (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Dan Bank Negara Indonesia) Di Pekanbaru-Riau*.
- Lulu Baety, Jumi, dan T. (2020). *Analisis Pengaruh Pengawasan Dan Manajemen Pengetahuan Terhadap Kinerja Karyawan Mengguakan Metode Regresi Berganda*. 6(2), 155–163.
- Maryam Batubara, Purnama Ramadani Silalahi, Audina Rizka Zahra, R., & Prayoga, D. P. A. (2022). *VISA : Journal of Visions and Ideas Peningkatan Minat Dalam Penggunaan Kartu Kredit Syariah VISA : Journal of Visions and Ideas*. 1(2), 207–221.
- Masyhudi, H. (2018). *Akad-akad dalam kartu kredit syariah prespektif hukum islam*. 14, 54–70.
- Mehta, C. R., & Patel, N. R. (1989). *IBM SPSS Exact Tests*.
- Mohamad Irsyad. (2020). Penerapan Model Al Muqassah Sebagai Model Alternatif Kartu Kredit Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 153–168.

- Muhammad Farid, E. A. (2014). Religiusitas, Kontrol Diri Dan Kenakalan Remaja. *Psikologi Indonesia*, 3(02), 126–129.
- Najiyah, F. (2017). Pengaruh Nilai-Nilai Religiusitas Terhadap Loyalitas Kerja Agency Pada PT . Takaful Umum Cabang Surabaya. *OECONOMICUS Journal Of Economics*, 1(2), 26–44.
- Nasikhah, D. (2013). *Hubungan antara Tingkat Religiusitas dengan Perilaku Kenakalan Remaja pada Masa Remaja Awal*. 02(01), 1–4.
- Nasri, D., Najib, M., & Anwar, S. (2020). *Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Produk Pembiayaan di Multifinance Syariah*. 5(2), 54–68.
- Nora Anisa Br Sinulingga, H. T. S. (2021). Perilaku Konsumen: strategi dan teori. In *Perilaku Konsumen: strategi dan teori*. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=g646EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=teori+keyakinan+konsumen&ots=4MHsJQdoGr&sig=1hwRx6Y-OizN19VglVju0yNvnI&redir_esc=y#v=onepage&q=teori keyakinan konsumen&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=g646EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=teori+keyakinan+konsumen&ots=4MHsJQdoGr&sig=1hwRx6Y-OizN19VglVju0yNvnI&redir_esc=y#v=onepage&q=teori%20keyakinan%20konsumen&f=false)
- Norman, E. (2020). Syari'ah Card (Kartu Kredit Syariah) Ditinjau dari Maqashid Syari'ah dan Asas Manfaat. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 2(2), 182–195. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v2i2.113>
- Nuraini Rita, R. W. F. (2022). Strategi Komunikasi Kartu Kredit BSI Hasanah Card PT Bank Syariah Indonesia TBK Era Kenormalan Baru Pandemi Global. *Https://Medium.Com/*, 7(11). <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Ojk. (2019). *Apa itu kartu kredit dan pembiayaan*. Sikapiuangmu.Ojk. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/316>
- OJK. (2021). Snapshot Perbankan Syariah September 2021. *Www.Ojk.Go.Id*, 1–6.
- Philip Kotler, K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Thirteenth). Jakarta: Erlangga, 2009.
- Pratami, A., Rahman, A., & Hadi, M. (2022). *Prospek E-Commerce Syariah pada Masa Pandemi Covid-19 Prospects of Sharia E-Commerce during the Covid-19 Pandemic*. 8(1), 29–40. <https://doi.org/10.31289/jab.v8i1.5950>
- Qasas, A., & Hakim, A. (2019). *Pengaruh pengetahuan, gaya hidup, pertimbangan halal-haram, dan faktor sosial terhadap keputusan menggunakan kartu kredit syariah*. 1, 1–8. <https://doi.org/10.20885/ncaf.vol1.art1>
- Raharjo, U., & Kristiyanto, S. (2019). *Sharia Credit Card, Rules and Reality*. 01(1), 48–61.
- Regency, A. G. and S. in K. (2022). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Klaten, 2021*. BPS/BPS-Statistics Indonesia. <https://klatenkab.bps.go.id/statictable/2022/09/01/561/jumlah-penduduk->

- menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kabupaten-klaten-2021.html
- Rifai, A. B. A. (2020). *Buku Kesyariahan Kartu Kredit Syariah di Indonesia*. <https://kaffahku.com/buku-kesyariahan-kartu-kredit-syariah-di-indonesia/>
- Rijal, A. (2018). Pengetahuan Konsumen Terhadap IB Hasanah Card BNI Syariah Cabang Surabaya. *ADILLA: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 117–139. [file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/jurnal/736-Article Text-851-1-10-20180430.pdf](file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/jurnal/736-Article%20Text-851-1-10-20180430.pdf)
- Rochmat Aldy Purnomo, S.E., M. S. (2016). Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS. In *Cv. Wade Group*. WADE GROUP. BuatBuku.com
- Russetyowati, A. (2018). Peningkatan Minat Penggunaan Kartu Kredit Syariah Melalui Pendekatan Kepercayaan, Sikap, dan Pendapatan. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 1(1), 39–54. <https://doi.org/10.22515/jfib.v1i1.728>
- Selvi. (2018). *Literasi Keuangan Masyarakat*. Ideas Publishing.
- Setiawan, R. (2021). *Kartu Kredit BNI Syariah: Fasilitas, Limit, Syarat, dan Cara Apply*. Litepal. <https://lifepal.co.id/media/kartu-kredit-bni-syariah/>
- Syifa; Sofian Muhlisin; Sahlan Hasbi. (2019). Analisis Perbandingan Kartu Kredit Konvensional Dan Kartu Kredit Syariah Ditinjau Dari Perspektif Tujuan Penggunaan. *Jurnal Nisbah*, 5(1), 55–66.
- Takim, A. (2021). Pengaruh Produk, Nisba Bagi Hasil, Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah Mandiri Kota Ternate. *Al-Mizan: Jurnal Kajian Hukum Dan ...*, 2, 91–113. <http://e-jurnal.staibabussalamsula.ac.id/index.php/al-mizan/article/view/60>
- Tindangen1, M., Engka2, D. S. ., & Patric C. Wauran3. (2020). Peran Perempuan Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus : Perempuan Pekerja Sawah Di Desa Lemoh Barat Kecamatan Tombiriri Timur Kabupaten Minahasa). *Berkala Ilmiah Efisiensi*, 20(03), 79–87.
- Utami, P. N., Rahim, A., & Fathoni, A. (2018). Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Permintaan Kartu Kredit Berbasis Syariah. *KASABA: JOURNAL OF ISLAMIC ECONOMY*, 11(1), 16–24.
- Wahyuningsih, N. (2013). Kartu Kredit (Suatu Tinjauan Syariat Islam). *Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(2).
- Widi, S. (2022). *Jumlah Kartu Kredit Beredar Capai 16,58 Juta pada Juni 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/digital/detail/jumlah-kartu-kredit-beredar-capai-1658-juta-pada-juni-2022>
- Yusuf Bagus Prakosa, E. T. (2021). Pengaruh kualitas produk, gaya hidup, dan pengetahuan produk terhadap proses keputusan pembelian sepeda lipat di kota semarang. *Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 04(03), 361–374.

Zuhirsyan, M. (2018). *Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah*. 10(1), 48–62.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Jadwal Penelitian

BULAN	JANUARI				FEBRUARI				MARET				APRIL				MEI				
Kegiatan	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Penyusunan Proposal	x	x	x	x																	
Pendaftaran, Penjadwalan Ujian Seminar					x	x	x	x													
Ujian Seminar Proposal									x												
Revisi Proposal									x	x											
Pengumpulan Data										x	x										
Analisis Data												x	x								
Penyusunan Naskah Skripsi														x	x	x	x				
Pendaftaran, Penjadwalan Ujian Munaqosah																		x			
Ujian Munaqosah																			x		

Lampiran 2: Kuesioner Penelitian

KUESIONER**“PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN PRODUK,
PENDAPATAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT
MENGUNAKAN KARTU PEMBIAYAAN PADA
PERBANKAN SYARIAH”**

A. IDENTITAS RESPONDEN

Isilah identitas diri saudara dengan keadaan yang sebenarnya :

- a. Nama :
- b. Alamat :
- c. Pekerjaan :
- Karyawan Swasta
 - Pegawai Negeri
 - Wirausaha
 - Lain-lain
- d. Jenis Kelamin:
- Laki-laki
 - Perempuan
- e. Umur :
- 20-30 Tahun
 - 31-40 Tahun
 - 41-50 Tahun
 - Lebih dari 50 Tahun
- f. No. HP/WA :

g. Penghasilan Dalam Sebulan :

- <Rp. 1.000.000
- Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
- Rp. 4.000.000 – Rp. 6.000.000
- >Rp. 6.000.000

h. Sudah menjadi nasabah di Bank Syariah : ()Sudah ()Berminat

B. PETUNJUK PENGISIAN

Isilah semua pertanyaan dalam kuesioner sesuai dengan kenyataan, dengan cara memberi tanda pada pilihan yang sudah tersedia.

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

C. PERTANYAAN KUESIONER

1. Religiusitas

No	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya Percaya Allah SWT tuhan yang Maha Esa					
2.	Saya percaya bahwa pada produk Kartu Pembiayaan tidak mengandung riba, dan penggunaannya dengan sistem akad syariah					

3.	Saya merasa aman dan nyaman ketika menggunakan Kartu Pembiayaan karena dijamin halalnya					
4.	Saya Paham bahwa prinsip syariah pada produk Kartu Pembiayaan belandaskan Al-Qur'an dan Hadits					
5.	Kartu Pembiayaan dibatasi oleh Prinsip Syariah					
6.	Dalam agama Islam dianjurkan untuk lebih memilih yang berbasis syariah					

2. Pengetahuan Produk

No	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya mengetahui bahwa pada produk Kartu Pembiayaan menggunakan akad Ijarah, Kafalah, dan Qardh					
2.	Saya mengetahui pada produk Kartu Pembiayaan terjamin pada kualitas dan keamanannya					
3.	Saya mengetahui informasi dalam menggunakan Kartu Pembiayaan jika tidak direkomendasikan oleh orang lain					

4.	Saya paham dalam cara menggunakannya ketika bertransaksi					
5.	Saya mengetahui Produk Kartu Pembiayaan memberikan kemudahan dalam memiliki produknya?					
6.	Saya mengetahui bahwa Kartu Pembiayaan sudah ditetapkan oleh Dewan Syari'ah Nasional tentang Syari'ah Card					

3. Pendapatan

No	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya belum mengetahui syarat dalam pembuatan Kartu Pembiayaan harus menggunakan limit penghasilan					
2.	Saya memiliki penghasilan yang diperoleh dari kerja keras sendiri					
3.	Penghasilan yang saya dapatkan sesuai dengan kebutuhan hidup sehari-hari					
4.	Saya bekerja dan mendapatkan bonus tambahan yang banyak demi menambah saldo pada Kartu Pembiayaan yang dimiliki					

4. Gaya Hidup

No	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya akan menggunakan Kartu Pembiayaan karena sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau aktivitas sehari-hari					
2.	Saya akan menggunakan Kartu Pembiayaan karena memberikan kenyamanan dalam berbelanja barang branded sesuai dengan yang saya inginkan					
3.	Kartu Pembiayaan kemungkinan akan sangat berpengaruh dalam tingkat kepribadian saya dikalangan masyarakat					
4.	Hidup saya terasa tenang menggunakan Kartu Pembiayaan berbasis Syari'ah					

5. Minat

No	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya tertarik untuk membuat produk Kartu Pembiayaan yang dimiliki oleh Bank Syariah					
2.	Saya tertarik untuk menggunakan produk Kartu Pembiayaan yang dimiliki oleh Bank Syari'ah					
3.	Saya kemungkinan akan lebih tertarik ketika memilih Kartu Pembiayaan di Bank Syari'ah daripada Kartu Kredit di Bank Konvensional					
4.	Saya telah mempertimbangkan beberapa hal ketika sebelum membuat atau menggunakan produk Kartu Pembiayaan di Bank Syariah					
5.	Saya sangat berkeinginan sekali menggunakan dan memiliki produk Kartu Pembiayaan dalam jangka waktu yang lama					

Lampiran 3: Data Kuesioner Penelitian

Data Variabel Religiusitas (X1)

No	RELIGIUISITAS					PENGETAHUAN PRODUK					PENDAPATAN				GAYA HIDUP				MINAT							
1	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	2	2	2	4	1	3	4	4	4	4	3
2	5	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	1	5	5	2	3	3	5	3	3	3	4	4	4	3
3	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	
4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	2	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4
7	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	2	4	2	4	2	2	2	5	5	4	5	4	5	5
8	5	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
9	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
12	5	4	4	5	4	5	4	4	2	5	4	4	4	3	5	4	5	3	5	4	5	3	5	2	4	4
13	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	5	5	4	4	4	5	4	5	3	3	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4
15	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4
16	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	3	5	3	2	5	3	3	4	3	3	3	4	3	3
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
18	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5
19	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	5	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	1	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3
21	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4
22	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	3	3
23	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
24	5	3	3	3	3	3	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	4	5	3	3	3	3
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	3	3	3	3	4	3	3	4	2	4	3	4	1	2	1	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3
28	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	5	4	4	4	5	5	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3
30	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
31	5	3	2	2	2	5	4	4	4	4	3	1	2	2	4	4	4	4	3	2	1	1	1	1	1	1
32	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
33	5	5	5	5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
34	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4

35	5	4	4	5	5	4	5	4	3	4	5	5	3	4	3	2	3	2	3	4	4	4	4	5	4
36	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	5	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4
38	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3
44	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	4	3	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4
45	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	5	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	3	2	3	2	4	4	4	5	5	5	3	5	5	4
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	2	3	2	4	4	5	5	2
48	5	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	5	2	3	3	4	4	4	4	3	5	4
49	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	2	5	2	2	4	4	4
50	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4
52	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4
53	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	1
55	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
57	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	5	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
60	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	2	3	5	3	4	4	3	4	4	3	4	4
61	5	3	3	3	4	4	4	5	3	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
62	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4
63	4	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	5	4	5	4	2	3	4	3	4	4	3	5	5	5
64	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	5	1	3	3	4	5	5	4	2	3	3	4	4	5	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4
67	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69	5	5	3	5	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	5	2	4	4	3	4	4	3	3	4	3
70	5	4	4	4	4	4	1	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4
71	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4
72	5	2	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	2	4	5	5	5	4	4	3	4	4
73	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5

74	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4
75	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	
77	5	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	
78	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	
79	5	4	4	4	1	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	5	4	
80	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	
81	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
82	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	3	3	4	4	3	5	4	4	4	5	
83	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
84	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	
85	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
86	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
87	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	
88	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	
89	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	
90	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	
91	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	
92	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	
93	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	
94	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	
95	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
96	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
97	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	
98	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
99	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
100	5	4	4	5	5	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	

Lampiran 4: Statistik Deskriptif Responden

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	44	44,0	44,0	44,0
	Perempuan	56	56,0	56,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

		Alamat				
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	Bayat	4	4,0	4,0	4,0	
	Cawas	2	2,0	2,0	6,0	
	Ceper	6	6,0	6,0	12,0	
	Delanggu	3	3,0	3,0	15,0	
	Gantiwarno	2	2,0	2,0	17,0	
	Jatinom	8	8,0	8,0	25,0	
	Jogonalan	1	1,0	1,0	26,0	
	Juwiring	4	4,0	4,0	30,0	
	Kalikotes	3	3,0	3,0	33,0	
	Karanganom	19	19,0	19,0	52,0	
	Karangdowo	4	4,0	4,0	56,0	
	Karangnongk o	3	3,0	3,0	59,0	
	Kebonarum	2	2,0	2,0	61,0	
	Kemalang	1	1,0	1,0	62,0	
	Klaten Selatan	1	1,0	1,0	63,0	
	Klaten Tengah	1	1,0	1,0	64,0	
	Klaten Utara	4	4,0	4,0	68,0	
	Manisrenggo	2	2,0	2,0	70,0	
	Ngawen	2	2,0	2,0	72,0	
	Pedan	2	2,0	2,0	74,0	
	Polanharjo	4	4,0	4,0	78,0	
	Prambanan	4	4,0	4,0	82,0	
	Trucuk	5	5,0	5,0	87,0	
	Tulung	6	6,0	6,0	93,0	
	Wedi	3	3,0	3,0	96,0	
	Wonosari	4	4,0	4,0	100,0	
	Total		100	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30 Tahun	85	85,0	85,0	85,0
	31-40 Tahun	8	8,0	8,0	93,0
	41-50 Tahun	5	5,0	5,0	98,0
	Lebih dari 50 Tahun	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Karyawan Swasta	25	25,0	25,0	25,0
	Pegawai Negeri	2	2,0	2,0	27,0
	Wirasaha	11	11,0	11,0	38,0
	Lain-lain	62	62,0	62,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

		Penghasilan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<Rp. 1.000.000	49	49,0	49,0	49,0
	Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000	39	39,0	39,0	88,0
	Rp. 4.000.000-Rp. 6.000.000	4	4,0	4,0	92,0
	>Rp. 6.000.000	8	8,0	8,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

		Status_Nasabah			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sudah	38	38,0	38,0	38,0
	Berminat	62	62,0	62,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 5: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Religiusitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,764	7

		Correlations						RELIGIU SITAS
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
X1.1	Pearson Correlation	1	,053	-,034	,046	,120	,010	,176
	Sig. (2-tailed)		,599	,736	,650	,235	,918	,080
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,053	1	,590**	,521**	,368**	,205*	,753**
	Sig. (2-tailed)	,599		,000	,000	,000	,041	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	-,034	,590**	1	,691**	,545**	,233*	,820**
	Sig. (2-tailed)	,736	,000		,000	,000	,020	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,046	,521**	,691**	1	,501**	,235*	,803**
	Sig. (2-tailed)	,650	,000	,000		,000	,019	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,120	,368**	,545**	,501**	1	,240*	,734**
	Sig. (2-tailed)	,235	,000	,000	,000		,016	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	,010	,205*	,233*	,235*	,240*	1	,501**
	Sig. (2-tailed)	,918	,041	,020	,019	,016		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
RELIGIU SITAS	Pearson Correlation	,176	,753**	,820**	,803**	,734**	,501**	1
	Sig. (2-tailed)	,080	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pengetahuan Produk

Reliability Statistics

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Pendapatan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,751	5

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	PENDAPA TAN
X3.1	Pearson Correlation	1	,157	,148	,120	,511**
	Sig. (2-tailed)		,118	,142	,233	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,157	1	,556**	,143	,694**
	Sig. (2-tailed)	,118		,000	,155	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,148	,556**	1	,297**	,737**
	Sig. (2-tailed)	,142	,000		,003	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,120	,143	,297**	1	,664**
	Sig. (2-tailed)	,233	,155	,003		,000
	N	100	100	100	100	100
PENDAPA TAN	Pearson Correlation	,511**	,694**	,737**	,664**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Gaya Hidup

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,782	5

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	GAYA HIDUP
X4.1	Pearson Correlation	1	,418**	,369**	,282**	,708**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,004	,000
	N	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	,418**	1	,456**	,290**	,796**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,003	,000
	N	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	,369**	,456**	1	,196	,722**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,050	,000
	N	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	,282**	,290**	,196	1	,602**
	Sig. (2-tailed)	,004	,003	,050		,000
	N	100	100	100	100	100
GAYA HIDUP	Pearson Correlation	,708**	,796**	,722**	,602**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Minat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,793	6

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	MINAT
Y.1	Pearson Correlation	1	,617**	,480**	,401**	,560**	,821**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	,617**	1	,376**	,456**	,414**	,756**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	,480**	,376**	1	,513**	,332**	,725**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	,401**	,456**	,513**	1	,375**	,713**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	,560**	,414**	,332**	,375**	1	,731**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
MINA T	Pearson Correlation	,821**	,756**	,725**	,713**	,731**	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).

Lampiran 6: Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,74091334
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,108
	Positive	,088
	Negative	-,108
Test Statistic		,108
Asymp. Sig. (2-tailed)		,006 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			Unstandardized Residual	RELIGIUSITAS	PENGETAHUAN PRODUK	PENDAPATAN	GAYAHIDUP
Spearman's rho	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1,000	-,213*	-,212*	-,055	-,102
		Sig. (2-tailed)	.	,034	,034	,585	,315
		N	100	100	100	100	100
	RELIGIUSITAS	Correlation Coefficient	-,213*	1,000	,407**	,301**	,152

	Sig. (2-tailed)	,034	.	,000	,002	,132
	N	100	100	100	100	100
PENGETAHUAN PRODUK	Correlation Coefficient	-,212*	,407**	1,000	,113	,271**
	Sig. (2-tailed)	,034	,000	.	,262	,006
	N	100	100	100	100	100
PENDAPATAN	Correlation Coefficient	-,055	,301**	,113	1,000	,360**
	Sig. (2-tailed)	,585	,002	,262	.	,000
	N	100	100	100	100	100
GAYA HIDUP	Correlation Coefficient	-,102	,152	,271**	,360**	1,000
	Sig. (2-tailed)	,315	,132	,006	,000	.
	N	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

3. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	RELIGIUSITAS	,703	1,422
	PENGETAHUAN PRODUK	,718	1,392
	PENDAPATAN	,789	1,268
	GAYA HIDUP	,816	1,225

a. Dependent Variable: MINAT

Lampiran 7: Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-,531	2,432		-,218	,828
	RELIGIUSITAS	,307	,094	,303	3,281	,001
	PENGETAHUAN PRODUK	,309	,091	,310	3,398	,001
	PENDAPATAN	,052	,096	,047	,539	,591
	GAYA HIDUP	,269	,102	,227	2,646	,010

a. Dependent Variable: MINAT

Lampiran 8: Hasil Uji Ketetapan Model

1. Uji F

		ANOVA^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	226,703	4	56,676	17,944	,000 ^b
	Residual	300,047	95	3,158		
	Total	526,750	99			

a. Dependent Variable: MINAT

b. Predictors: (Constant), GAYA HIDUP, RELIGIUSITAS, PENDAPATAN, PENGETAHUAN PRODUK

2. Uji R

		Model Summary^b			
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,656 ^a	,430	,406	1,777	

a. Predictors: (Constant), GAYA HIDUP, RELIGIUSITAS, PENDAPATAN, PENGETAHUAN PRODUK

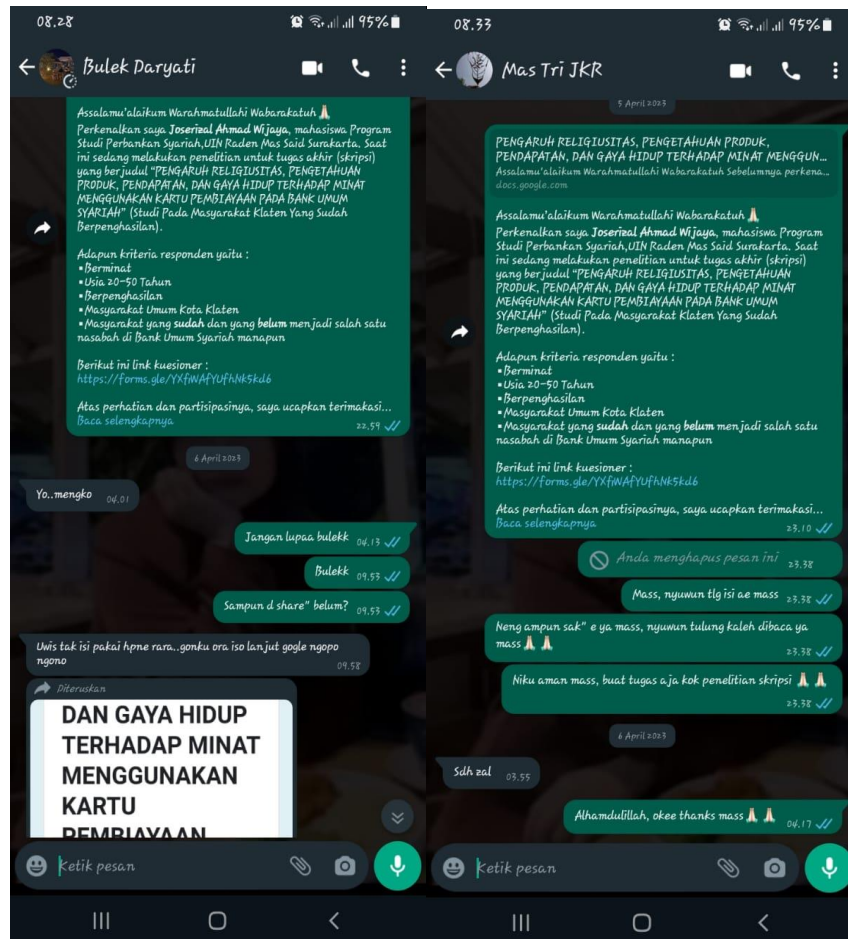
b. Dependent Variable: MINAT

3. Uji T

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,531	2,432		-,218	,828
	RELIGIUSITAS	,307	,094	,303	3,281	,001
	PENGETAHUAN PRODUK	,309	,091	,310	3,398	,001
	PENDAPATAN	,052	,096	,047	,539	,591
	GAYA HIDUP	,269	,102	,227	2,646	,010

a. Dependent Variable: MINAT

Lampiran 9: Dokumentasi Penelitian



08.32 95%

Bu Puji Saj

1 April 2019

PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN PRODUK, PENDAPATAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN KARTU PEMBIAYAAN PADA BANK UMUM SYARIAH (Studi Pada Masyarakat Klaten Yang Sudah Berpenghasilan).

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan saya, **Joserinal Ahmad Wijaya**, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, UIN Raden Mas Said Surakarta. Saat ini sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir (skripsi) yang berjudul "PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN PRODUK, PENDAPATAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN KARTU PEMBIAYAAN PADA BANK UMUM SYARIAH" (Studi Pada Masyarakat Klaten Yang Sudah Berpenghasilan).

Adapun kriteria responden yaitu :

- Bermat
- Usia 20-50 Tahun
- Berpenghasilan
- Masyarakat Umum Kota Klaten
- Masyarakat yang sudah dan yang belum menjadi salah satu nasabah di Bank Umum Syariah manapun

Berikut ini link kuesioner :
<https://forms.gle/YXmHfYUfHNSk66>

Atas perhatian dan partisipasinya, saya ucapkan terimakasih...
 Baca selengkapnya

06.12

Minta tolong di isi ya mbakk 🙏🏻

06.13

Soale kmrn dataku gak relabel 🙏🏻

07.14

Oke zsl

09.29

Sama minta tolong di share ke teman-teman mbak kerja ya mbak, aku teman-teman mbak yg sesuai kriterianya ya mbak Huti 🙏🏻. Karena aku mengulang lagi, nyuri responden lagi 🙏🏻

13.36

Insyallah dek

13.37

Baikk mbakk, semoga menjadi amal jariyahmu ya mbak. Semangat kerjanya juga 🙏🏻🙏🏻

13.39

Aamin makasih dek

08.26 96%

Mbk Mutya

1 April 2019

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan saya, **Joserinal Ahmad Wijaya**, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, UIN Raden Mas Said Surakarta. Saat ini sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir (skripsi) yang berjudul "PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN PRODUK, PENDAPATAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN KARTU PEMBIAYAAN PADA BANK UMUM SYARIAH" (Studi Pada Masyarakat Klaten Yang Sudah Berpenghasilan).

Adapun kriteria responden yaitu :

- Bermat
- Usia 20-50 Tahun
- Berpenghasilan
- Masyarakat Umum Kota Klaten
- Masyarakat yang sudah dan yang belum menjadi salah satu nasabah di Bank Umum Syariah manapun

Berikut ini link kuesioner :
<https://forms.gle/YXmHfYUfHNSk66>

Atas perhatian dan partisipasinya, saya ucapkan terimakasih...
 Baca selengkapnya

03.52

Link tdk bisa dibuka

03.53

Maaf bu, sebentar ya bu 🙏🏻

03.54

Maaf bu, masak tidak bisa bu? Soale teman saya bisa itu bu 🙏🏻

03.55

Sudah bisa...td hitam smua...ko warna biru dah bisa di klik

03.55

Hehe, Alhamdulillah 🙏🏻🙏🏻

03.56

Terima kasih banyak ya bu 🙏🏻

Ketik pesan

08.32 95%

← Bu Dina SAJ

21 Januari 2023

Pesan dan panggilan terenkripsi secara end-to-end. Tidak seorang pun di luar chat ini, termasuk WhatsApp, yang dapat membaca atau mendengarkannya. Ketuk untuk info selengkapnya.

5 April 2023

PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN PRODUK, PENDAPATAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT MENGGUN...
Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh Sebelumnya perkena... docs.google.com

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh 🕌
Perkenalkan saya Joserizal Ahmad Wijaya, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, UIN Raden Mas Said Surakarta. Saat ini sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir (skripsi) yang berjudul "PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN PRODUK, PENDAPATAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN KARTU PEMBIAYAAN PADA BANK UMUM SYARIAH" (Studi Pada Masyarakat Klaten Yang Sudah Berpenghasilan).

Adapun kriteria responden yaitu :

- Berminat
- Usia 20-50 Tahun
- Berpenghasilan
- Masyarakat Umum Kota Klaten
- Masyarakat yang sudah dan yang belum menjadi salah satu nasabah di Bank Umum Syariah manapun

Berikut ini link kuesioner :
<https://forms.gle/YXfjwAFYUfhNk5kd6>

Atas perhatian dan partisipasinya, saya ucapkan terimakasih... Baca selengkapnya 23.13 ✓✓

4 April 2023

Okee Josee siap 12.40

Makasihh Ibu Dinaa 🥰 12.41 ✓✓

Walaikum salam 09.42

Ya dek rizal nanti ya 09.42

5 April 2023

PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN PRODUK, PENDAPATAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT MENGGUN...
Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh Sebelumnya perkena... docs.google.com

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh 🕌
Perkenalkan saya Joserizal Ahmad Wijaya, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, UIN Raden Mas Said Surakarta. Saat ini sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir (skripsi) yang berjudul "PENGARUH RELIGIUSITAS, PENGETAHUAN PRODUK, PENDAPATAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN KARTU PEMBIAYAAN PADA BANK UMUM SYARIAH" (Studi Pada Masyarakat Klaten Yang Sudah Berpenghasilan).

Adapun kriteria responden yaitu :

- Berminat
- Usia 20-50 Tahun
- Berpenghasilan
- Masyarakat Umum Kota Klaten
- Masyarakat yang sudah dan yang belum menjadi salah satu nasabah di Bank Umum Syariah manapun

Berikut ini link kuesioner :
<https://forms.gle/YXfjwAFYUfhNk5kd6>

Atas perhatian dan partisipasinya, saya ucapkan terimakasih... Baca selengkapnya 22.59 ✓✓

6 April 2023

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh 🕌
Perkenalkan saya Joserizal Ahmad Wijaya, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, UIN Raden Mas Said Sur...

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, Mbakk Meii 🕌
Minta tolong di isi lagi ya mbak Meii 🕌 09.36 ✓✓

Walaikum salam 09.42

Ya dek rizal nanti ya 09.42

Baikk mbakk Meii 🕌 09.43 ✓✓

Ketik pesan



Lampiran 10: Bukti Cek Turnitin

Joserizal Ahmad Wijaya_195231256_PBS_Skripsi

ORIGINALITY REPORT

25%

SIMILARITY INDEX

25%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

13%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	5%
2	ejournal.inkafa.ac.id Internet Source	1%
3	jurnal.syntaxliterate.co.id Internet Source	1%
4	ppsmm.uniki.ac.id Internet Source	1%
5	core.ac.uk Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	1%
7	febi.uinsaid.ac.id Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1%
9	digilib.iain-palangkaraya.ac.id Internet Source	1%

70 repository.ibs.ac.id <1%
Internet Source

71 sikapiuangmu.ojk.go.id <1%
Internet Source

Exclude quotes On

Exclude matches < 20 words

Exclude bibliography On

Lampiran 11: Daftar Riwayat Hidup

Nama : Joserizal Ahmad Wijaya

Tempat, Tanggal Lahir : Magetan, 25 Agustus 2000

Agama : Islam

Alamat : Jungkare, Karangnom, Klaten

No. HP : 085788971764

E-mail : joserizalahmadw@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

SD NEGERI LEBAK BULUS 03 PAGI 2007-2010

MI NEGERI KARANGANOM 2010-2013

SMP NEGERI 4 KARANGANOM 2013-2016

SMA MTA SURAKARTA 2016-2019