

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah Singkat BNI Syariah⁷³

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip Syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (*office channelling*) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH. Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan dengan dikeluarkannya Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2000 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS).

Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap

⁷³ <http://www.bnisyariah.co.id/sejarah-bni-syariah>
Akses tgl 18/4/2016 jam: 11.42

pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.

Hingga bulan Juni di tahun 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Point. Disamping itu, BNI Syariah senantiasa mendapatkan dukungan teknologi informasi dan penggunaan jaringan saluran distribusi yang meliputi kantor cabang BNI, 7.481 jaringan ATM BNI, 21.143 ATM LINK dan 30.794 ATM bersama, serta fasilitas phone banking *24 jam BNI Call di 021-500046* atau *68888 (via ponsel)*, serta SMS Banking dan BNI Internet Banking untuk kebutuhan transaksi perbankan dengan berbagai fitur.

2. Profil BNI Syariah Kantor Kas Condongcatur, Sleman, Yogyakarta.

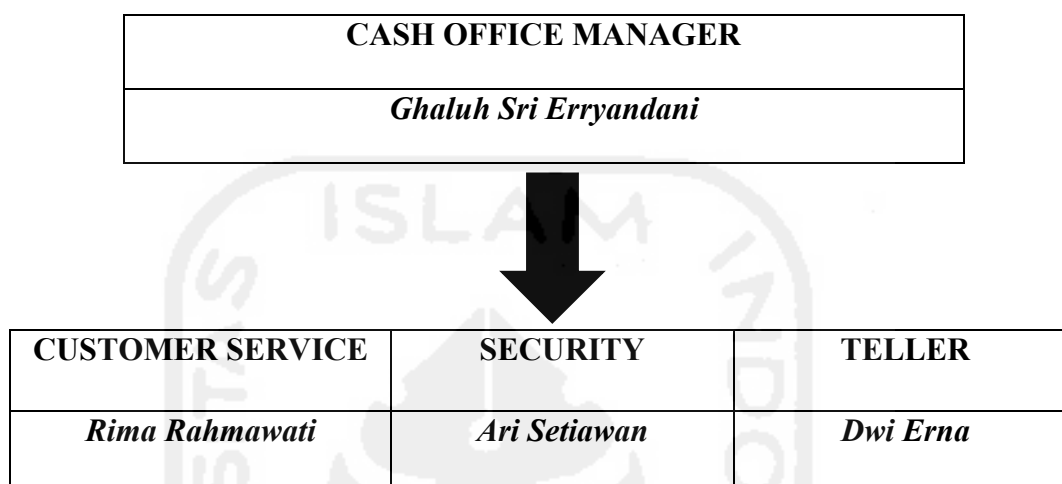
Kantor kas merupakan sebuah kantor yang dipergunakan untuk kegiatan penghimpunan dan juga penyaluran dana dari dan untuk nasabah yang membutuhkan dana tersebut. Begitu halnya dengan kantor kas Condongcatur ini, yang mana seluruh kegiatan yang dijalankan adalah untuk menghimpun dan menyalurkan dana kepada para nasabah.

Bank BNI Syariah kantor kas condongcatur berdiri pada tanggal *13 Oktober 2012*. Bertempat di jalan Pawirokuat, No.146, Condongcatur, Sleman, Yogyakarta. Didirikannya kantor kas di Condongcatur ini tidak lepas dari *market share* maupun juga dilihat dari prospektif ekonominya, seperti lokasi yang strategis, adanya kegiatan bisnis, sehingga layak untuk didirikan suatu bank.

Sama halnya seperti dalam melakukan kegiatan bisnis, dimana dibutuhkan kecermatan dalam melihat peluang terbaik untuk melancarkan segala bentuk kegiatan bisnis yang akan dilakukan. Sehingga dengan melihat peluang tersebut kegiatan perbankan dapat melakukan kegiatan bisnisnya berupa penyaluran dan penghimpunan dana bahkan juga termasuk kegiatan pembiayaan.

Diharapkan dengan didirikannya kantor kas dikawasan yang juga penuh dengan kegiatan bisnis ini, kawasan perkuliahan yang berupa kampus-kampus, dan juga permukiman padat penduduk, dapat memudahkan para nasabah untuk mencapai lokasi yang strategis ini. Produk-produk yang ada di kantor kas ini tentunya sama dengan produk apa yang ada di kantor pusat bank BNI Syariah.

Untuk struktur organisasi didalam kantor kas Condongcatur ini tentunya sangatlah berbeda dengan kantor cabang ataupun kantor pusatnya. Didalam kantor kas ini hanya ada tiga bagian saja yaitu: Cash Office Manager, Customer Service, Teller, dan juga Security. Sehingga dapat digambarkan *sebagai berikut*:



Tabel 4.1: Struktur Organisasi Kantor Kas FE Condongcatur, Yogyakarta.

Demikianlah profil singkat perusahaan yang menjadi tempat ataupun lokasi penelitian penulis. Yang berada pada JL. Pawirokuat, no 146, condongcatur, depok, kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

3. Visi Bank dan Misi Bank BNI Syariah⁷⁴

a) Visi BNI Syariah

“Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”.

b) Misi BNI Syariah

- 1) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- 2) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- 3) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.

⁷⁴ <http://www.bnisyariah.co.id/visi-dan-misi>
Akses tgl 18/4/2016

- 4) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- 5) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

4. Produk dan Layanan BNI Syariah⁷⁵

a) Produk Penghimpunan Dana

1) Deposito

Deposito iB Hasanah (BNI Syariah Deposito) yaitu investasi berjangka yang dikelola berdasarkan prinsip syariah yang ditujukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan, dengan menggunakan akad mudharabah.

2) Giro

Giro iB Hasanah (BNI Syariah Giro) ialah titipan dana dari pihak ketiga yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Cek, Bilyet Giro, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan.

3) Tabungan

b. Tabungan iB Baitullah Hasanah

Adalah tabungan dengan akad Mudharabah atau Wadiah yang dipergunakan sebagai sarana untuk mendapatkan kepastian porsi berangkat menunaikan ibadah Haji (Reguler/Khusus) dan merencanakan ibadah Umrah sesuai keinginan penabung dengan sistem setoran bebas atau bulanan dalam mata uang Rupiah dan USD.

c. Tabungan iB Hasanah Prima (BNI Syariah Tabungan Prima)

adalah tabungan dengan akad Mudharabah yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi Nasabah segmen high networth individuals secara perorangan dalam mata uang rupiah dan bagi hasil yang lebih kompetitif.

d. BNI Syariah Tabungan Anak (Tabungan iB Tunas Hasanah)

⁷⁵ <http://www.bnisyariah.co.id/kategori-produk/deposito>
Akses tgl 18/4/3016

adalah tabungan dengan akad Wadiah yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun.

e. Tabungan iB Bisnis Hasanah

adalah tabungan dengan akad Mudharabah yang dilengkapi dengan detail mutasi debit dan kredit pada buku tabungan dan bagi hasil yang lebih kompetitif dalam mata uang rupiah.

f. Tabungan iB Hasanah Tabungan dengan akad Mudharabah atau Wadiah yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan dalam mata uang Rupiah. Fasilitas: Buku Tabungan BNI Syariah Card Silver E-banking (ATM, SMS Banking, Internet Banking dan Phone Banking).

g. Tabungan iB Tapenas Hasanah (BNI Syariah Tabungan Rencana) adalah tabungan berjangka dengan akad Mudharabah untuk perencanaan masa depan yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan sistem setoran bulanan yang bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana liburan, ibadah umrah, pendidikan ataupun rencana masa depan lainnya.

h. TabunganKu iB

Ialah produk simpanan dana dari Bank Indonesia yang dikelola sesuai dengan prinsip syariah dengan akad Wadiah dalam mata uang Rupiah untuk meningkatkan kesadaran menabung masyarakat.

b) Produk Pembiayaan⁷⁶

1) Produk Pembiayaan Griya ib hasanah

BNI Syariah KPR Syariah (Griya iB Hasanah) adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi rumah (termasuk ruko, rusun, rukan, apartemen dan sejenisnya), dan membeli tanah kavling serta rumah indent, yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon.

⁷⁶ <http://www.bnisyariah.co.id/kategori-produk/produk-pembiayaan>
Diakses pada tanggal 26/5/2016 jam: 18.17

2) Produk Pembiayaan Oto ib hasanah

Oto iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif murabahah yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian kendaraan bermotor dengan agunan kendaraan bermotor yang dibiayai dengan pembiayaan ini.

3) Produk Pembiayaan Multiguna Hasanah

Fasilitas Pembiayaan Konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian barang kebutuhan konsumtif dan/ atau jasa sesuai prinsip syariah dengan disertai agunan berupa tanah dan bangunan yang ditinggali berstatus SHM atau SHGB dan bukan barang yang dibiayai.

4) BNI Syariah Kepemilikan Emas

Pembiayaan Emas iB Hasanah (BNI Syariah Kepemilikan Emas) merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan untuk membeli emas logam mulia dalam bentuk batangan yang diangsur secara pokok setiap bulannya melalui akad murabahah (jual beli). Keunggulan Objek pembiayaan berupa logam mulia yang bersertifikat PT ANTAM. Angsuran tetap setiap bulannya selama masa pembiayaan sampai dengan lunas.

5) BNI Syariah Pembiayaan Jaminan Cash

CCF iB Hasanah adalah pembiayaan yang dijamin dengan cash, yaitu dijamin dengan Simpanan dalam bentuk Deposito, Giro, dan Tabungan yang diterbitkan BNI Syariah. Keunggulan: Memberi kemudahan kepada nasabah yang mempunyai Simpanan Rupiah ataupun Valas USD untuk memperoleh pembiayaan dengan cara cepat.

6) BNI Syariah Jasa Umroh

Fleksi iB Hasanah Umroh (Fleksi Umroh) Pembiayaan konsumtif bagi anggota masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pembelian Jasa Paket Perjalanan Ibadah Umroh melalui BNI Syariah yang telah bekerja sama dengan Travel Agent sesuai dengan prinsip syariah. Keunggulan: Proses cepat dengan persyaratan yang mudah sesuai dengan prinsip syariah.

7) Hasanah card

iB hasanah card adalah kartu berbasis Syariah yang berfungsi seperti kartu pembiayaan sehingga diterima di seluruh tempat bertanda MasterCard dan semua ATM yang bertanda CIRRUS di seluruh dunia. iB hasanah card adalah salah satu kartu kredit yang menggunakan akad Syariah, yang diterbitkan oleh BNI Syariah.

c) Jasa Perbankan

1) Kiriman Uang

Layanan kiriman uang menyediakan pilihan yaitu kiriman uang dalam negeri dan internasional.

Kiriman Uang Dalam Negeri

Anda dapat memilih layanan kiriman uang dalam negeri sesuai kebutuhan. Kami menyediakan layanan kiriman dalam mata uang Rupiah dengan berbagai pilihan:

- Kiriman uang antar rekening BNI Syariah, didukung oleh sistem on line, sehingga kiriman uang Anda bisa segera efektif di rekening penerima.
- Kiriman uang antar bank melalui fasilitas :
- Kliring, kami sediakan bagi Anda yang akan mengirimkan uang untuk keperluan pribadi maupun bisnis, kiriman uang akan efektif di rekening penerima sesuai dengan jam pelayanan fasilitas kliring Bank Indonesia.
- RTGS (Real Time Gross Settlement), kami sediakan pilihan lain bagi Anda atau perusahaan Anda yang membutuhkan layanan kiriman uang dalam aktu cepat. Dengan menggunakan fasilitas RTGS Bank Indonesia, kiriman uang Anda akan segera efektif di rekening penerima.

Kiriman Uang Luar Negeri

Bagi Anda yang akan mengirim uang dalam valuta asing ke bank di luar negeri, Kami menyediakan layanan kiriman uang luar negeri atau remittance dengan biaya yang bersaing. Kami bekerja sama dengan berbagai bank koresponden di luar negeri sehingga kiriman uang Anda dapat cepat dan aman. Layanan kiriman uang luar negeri kami sediakan baik untuk keperluan pribadi maupun bisnis.

2) Transaksi Kiriman Uang Luar Negeri

Kiriman Uang atau remittance atau funds transfer adalah pemindahan uang antar bank baik dalam *valuta asing (valas)* atau *rupiah (idr)* yang dilaksanakan oleh bank untuk kepentingan sendiri atau atas perintah nasabah untuk kepentingan pihak lain, baik bank atau non bank.

3) Cash Management

Banyak kemudahan yang diperoleh perusahaan dengan menggunakan cash management. Kami menyediakan berbagai macam fitur cash management yang dapat memenuhi kebutuhan perusahaan dalam pengelolaan keuangan.

4) Internet Banking Corporate

Kemudahan

Internet Banking memberikan kemudahan bagi perusahaan karena :

1. Mudah dalam penggunaannya.
2. Responnya real time, transaksi tercatat secara real time
3. Keamanan terjamin, menggunakan sistem keamanan berlapis, menggunakan *user id- password* dan *dinamic password*
4. Fleksibilitas tinggi karena level otorisasi dapat diubah sesuai keperluan dan otorisasi dapat dilakukan secara remote.

Layanan Internet Banking Corporate memiliki banyak fitur dan memberikan kemudahan, kenyamanan dan keamanan untuk bagi perusahaan Anda untuk melakukan transaksi :

1) Melakukan berbagai transaksi non keuangan seperti: melihat rekening, mengecek saldo rekening, melihat mutasi rekening dan mencetak rekening koran ataupun

2) Melakukan berbagai transaksi keuangan seperti :

- ✓ Transfer antar Rekening BNI Syariah.
- ✓ Transfer ke Rekening di bank lain melalui fasilitas kliring dan BI-RTGS.

5) Bank Notes

Yang dimaksud Banknotes adalah uang kertas asing yang merupakan alat pembayaran yang sah di Negara Penerbit, namun merupakan “barang dagangan” di negara lain (termasuk Indonesia).

6) Transaksi Ekspor

Transaksi Ekspor adalah kegiatan perdagangan dengan cara mengeluarkan barang dari Wilayah Pabean suatu negara dan memasukkan ke daerah Pabean negara lain dengan memenuhi ketentuan-ketentuan yang berlaku dibidang eksportir.

7) Transaksi Impor

Transaksi impor adalah Kegiatan mendatangkan barang dari luar Daerah Pabean Indonesia untuk dimasukkan ke dalam wilayah Pabean Indonesia.

8) Bank Garansi

Bank garansi adalah pelaksanaan pemberian jaminan dari bank atas permohonan nasabah untuk membayar sejumlah uang kepada pihak lain dengan persyaratan dan jangka waktu tertentu.

9) Collections

Yang dimaksud dengan Collection (*inkaso*) yaitu penanganan oleh Bank atas dokumen-dokumen sesuai dengan instruksi yang diterima dari nasabah/koresponden untuk:

- ✓ Mendapatkan pembayaran atau akseptasi, atau
- ✓ Menyampaikan dokumen-dokumen atas dasar pembayaran dan atau dasar akseptasi atau
- ✓ Menyampaikan dokumen-dokumen atas dasar syarat-syarat pembayaran lainnya.

10) Surat Kredit Berdokumen Dalam Negeri

Surat Kredit Berdokumen Dalam Negeri (SKBDN) atau Letter of Credit (L/C) Dalam Negeri Adalah setiap Janji Tertulis dari Bank (Bank pembuka) yang diterbitkan berdasarkan permintaan tertulis dari Pemohon (*Applicant*) yang mengikat *Bank Pembuka untuk* :

- ✓ Melakukan pembayaran kepada Penerima atau ordernya, atau meng-aksep dan membayar Wesel (Draft) yang ditarik oleh Penerima, atau

- ✓ Memberi Kuasa kepada Bank lain untuk melakukan pembayaran kepada Penerima, meng-aksep dan membayar Wesel yang ditarik oleh Penerima, atau
- ✓ Memberi Kuasa kepada Bank lain untuk me-negosiasi Wesel yang ditarik oleh Penerima.
Atas penyerahan dokumen, sepanjang persyaratan dan kondisi SKBDN dipenuhi.

5. Letak Kantor Perusahaan

Fokus dalam penelitian kali ini adalah para nasabah sebagai responden dan juga beberapa pegawai dalam bank tersebut. Lokasi penelitian yang dilakukan oleh penulis kali ini adalah berada di PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Kas FE Condong Catur Yogyakarta. Berada di alamat: *Jalan Pawirokuat, Condong Catur, Depok, Sleman, D.I Yogyakarta.*

A. Hasil Analisis Data

1. Karakteristik Demografi

Responden terdiri dari beberapa nasabah yang telah berhasil ditemui dan diberikan beberapa pertanyaan melalui kuisisioner yang diberikan oleh penulis kepadanya. Dalam penelitian kali ini penulis mengambil sampel penelitian sebanyak *100 orang responden* kepada para nasabah bank BNI Syariah Kantor Kas Condong Catur Yogyakarta.

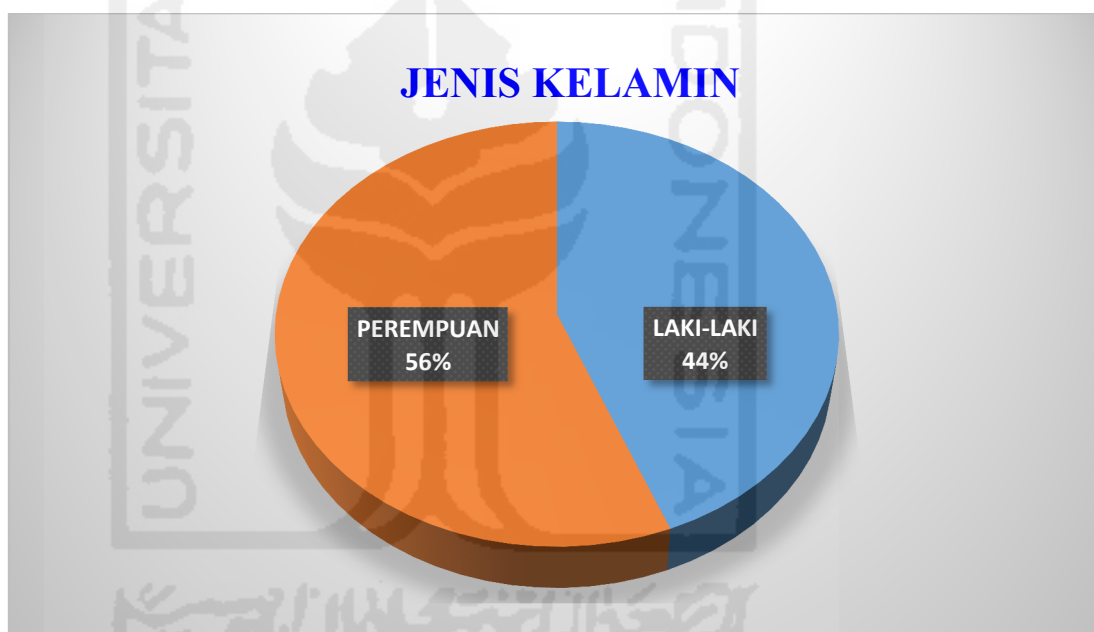
Disini peneliti terlebih dahulu menanyakan akan kesediaan para nasabah untuk mengisi kuesioner yang penulis berikan kepada para responden apakah mereka bersedia atau tidak, mengingat keperluan transaksi yang dilakukan oleh nasabah yang berbeda-beda.

Adapun karakteristik demografi yang akan diteliti ini diperinci menjadi beberapa kriteria seperti, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan, memperoleh informasi, dan lamanya menjadi nasabah. Hal ini diperlukan untuk mengetahui klasifikasi responden yang ada dan juga sebagai landasan untuk melihat seberapa besar pengaruhnya pengetahuan, religiusitas, promosi dan tingkat pendapatan

konsumen yang ada di dalam lingkup BNI Syariah Kantor Kas FE Condong Catur.

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Dilihat dari hasil penyebaran kuisisioner, maka dapat diperoleh data bahwasanya antara laki-laki dan juga perempuan mempunyai peluang yang sama untuk menjadi nasabah bank BNI Syariah. Namun setelah dilakukan penelitian dengan penyebaran kuisisioner maka diperoleh data bahwasanya, mayoritas nasabah yang datang dan melakukan transaksi adalah dari kaum perempuan. Dimana responden *laki-laki berjumlah 44 orang* dan responden *perempuan yang berjumlah 56 orang*. Dan dapat disimpulkan dengan diagram sebagai berikut:



Sumber: data primer yang telah diolah

Gambar 4.1

Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

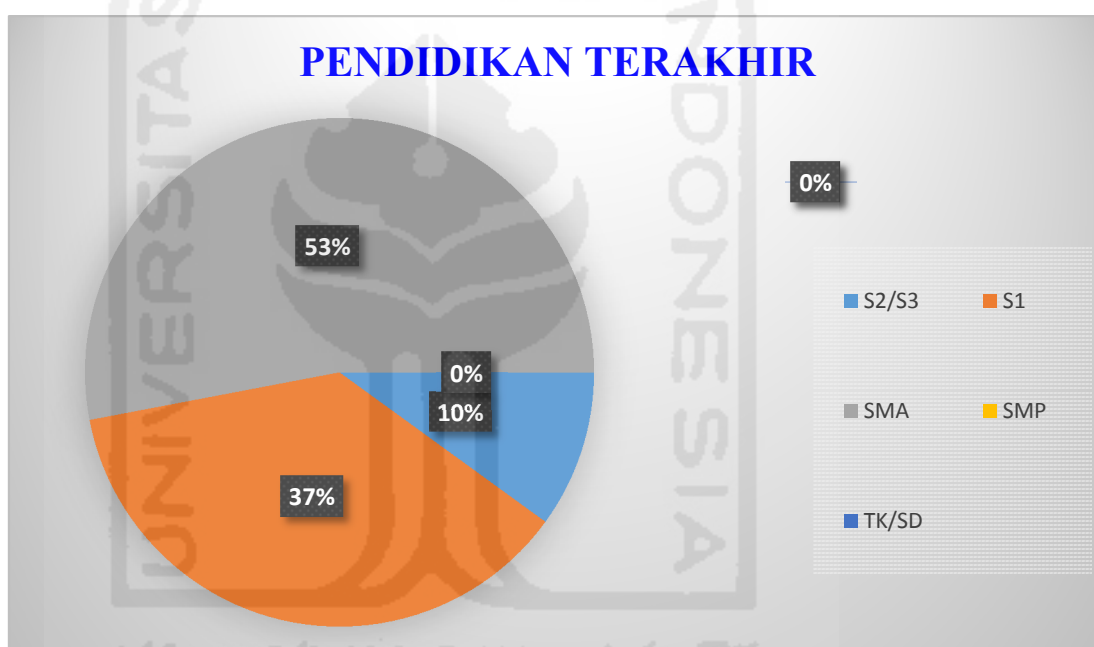
b. Pendidikan Terakhir

Dilihat dari sisi pendidikan terakhir para nasabah ini, maka dapat diperoleh data bahwasanya nasabah ini jelas bahwa mempunyai tingkat pendidikan yang berbeda-beda. Baik itu dari TK/SD, kemudian juga ditingkat SMP, lalu tingkat

SMA, tingkat perguruan tinggi (Diploma/S1), dan terakhir tingkat pascasarjana (Magister (S2) maupun Doktorat (S3)).

Dimana jumlah dari *TK/SD berjumlah 0 (nol), tingkat SMP 0 (nol), tingkat SMA berjumlah 53 orang, tingkat perguruan tinggi berjumlah 37 orang dan terakhir tingkat pascasarjana dengan jumlah 10 orang.*

Sehingga dengan ini dapat disimpulkan setelah penyebaran kuisioner, mayoritas pendidikan akhir yang telah ditempuh konsumen adalah dari sekolah menengah atas (SMA) **dengan jumlah 53 orang**. Disimpulkan dengan diagram sebagai berikut:



Sumber: data primer yang telah diolah

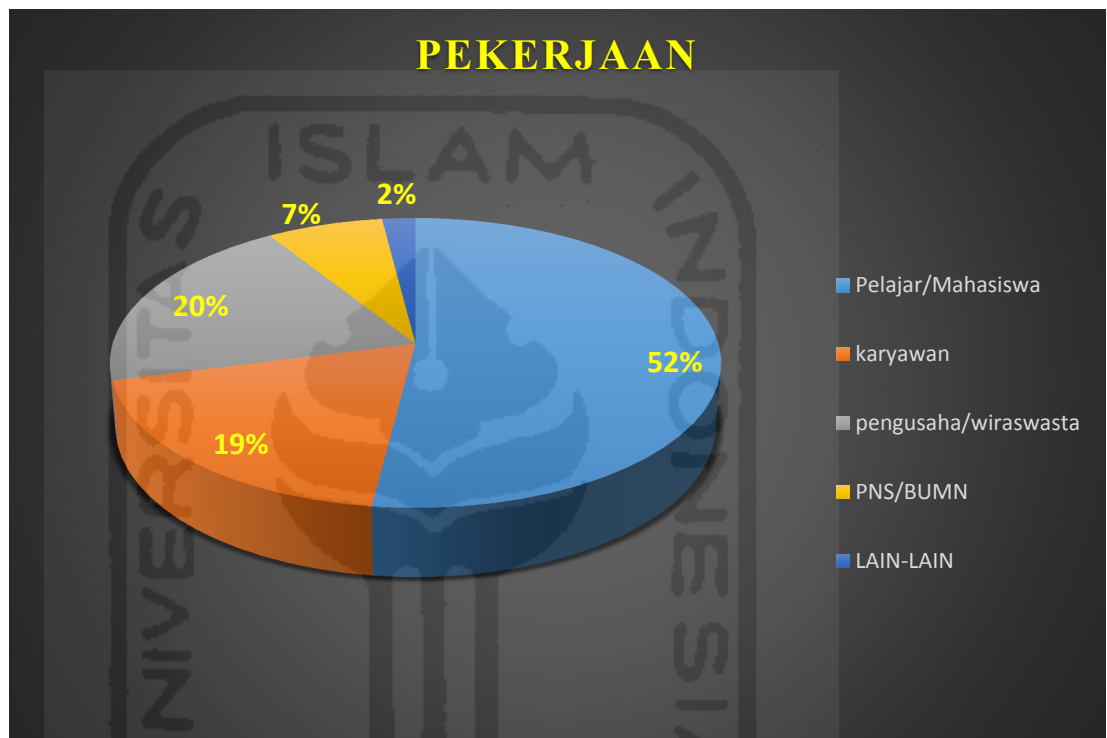
Gambar 4.2

Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

c. Pekerjaan

Dilihat dari segi pekerjaan yang dilakukan oleh para nasabah dalam bank BNI Syariah ini maka dapat diketahui, bahwasanya mayoritas pekerjaan yang sedang dilakukan ataupun kerjakan adalah sebagai Pelajar/Mahasiswa.

Dengan rincian bahwa *pelajar berjumlah 52 orang, karyawan berjumlah 19 orang, pengusaha/wiraswasta 20 orang, PNS/BUMN berjumlah 7 orang, dan lainnya sejumlah 2 orang*. Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya paling banyak responden bekerja sebagai *pelajar/mahasiswa dengan jumlah 52 orang*. Sehingga dapat dijelaskan menggunakan diagram sebagai berikut:



Sumber: data primer yang telah diolah

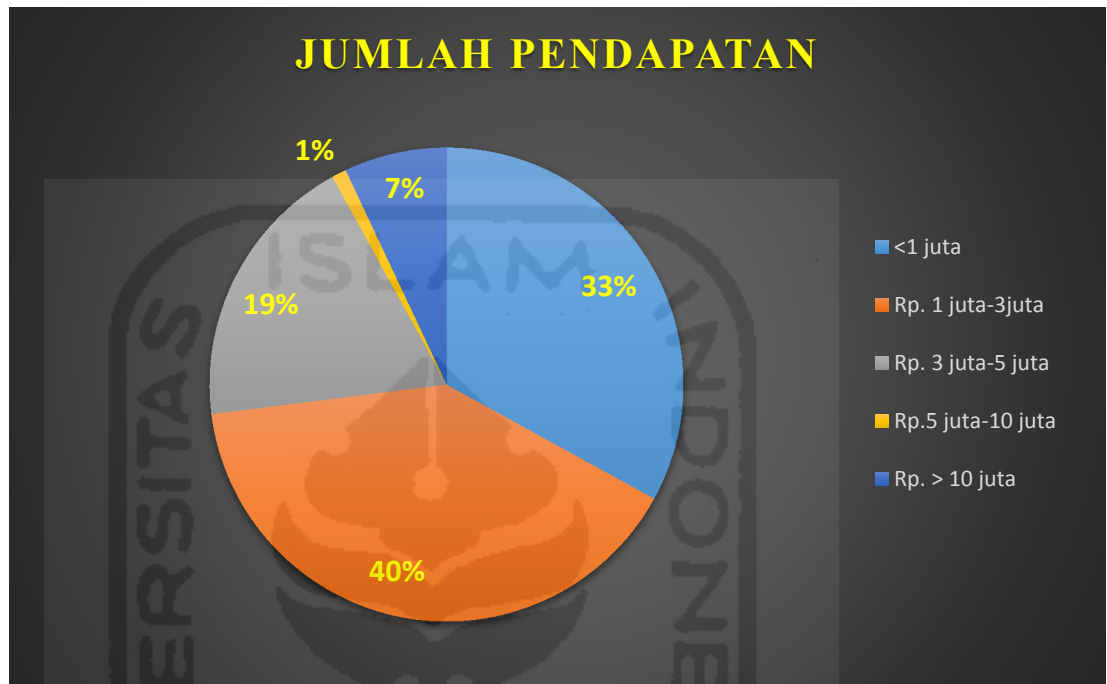
Gambar 4.3

Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

d. Pendapatan yang Diperoleh

Dilihat dari jumlah pendapatan yang diperoleh per bulan, maka mayoritas para nasabah ini mempunyai jumlah pendapatan yang cukup sesuai dengan pekerjaan yang dimiliki masing-masing individu. *Pendapatan < 1juta berjumlah 33 orang, pendapatan Rp 1juta-3juta berjumlah 40 orang, pendapatan Rp 3juta-5juta berjumlah 19 orang, pendapatan Rp 5juta-10juta berjumlah 1 orang dan yang terakhir adalah pendapatan > Rp 10juta sejumlah 7 orang*.

Pendapatan mayoritas responden setelah melalui kuisisioner adalah *sejumlah 1 juta hingga 3 juta rupiah per-bulannya*. Sehingga informasi pendapatan yang disimpulkan dengan diagram adalah sebagai berikut:



Sumber: data primer yang telah diolah

Gambar 4.4

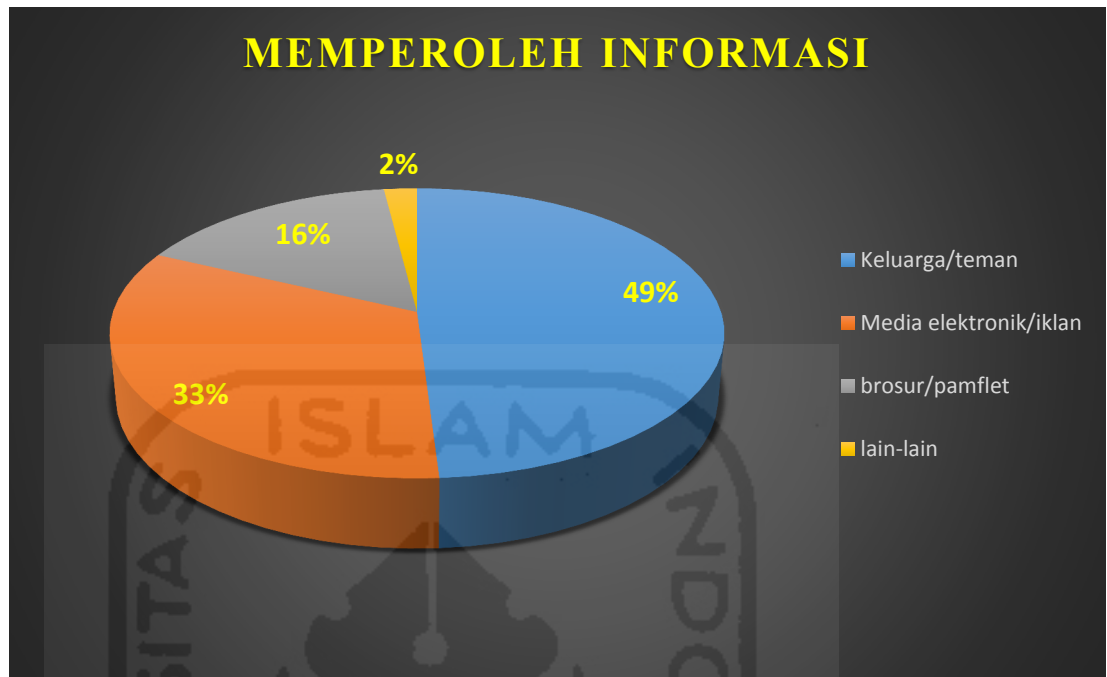
Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan Yang Diperoleh.

e. Memperoleh Informasi

Dilihat dari segi perolehan informasi tentunya mengenai bank syariah ini, diperoleh data bahwasanya mayoritas nasabah mendapatkan informasi mengenai bank syariah adalah melalui keluarga ataupun juga dari teman-temannya. Memperoleh *informasi melalui keluarga/teman sebanyak 49 orang, informasi melalui media elektronik/iklan sebanyak 33 orang, informasi melalui brosur/pamflet sebanyak 16 orang dan memperoleh informasi lainnya sebanyak 2 orang.*

Sehingga disimpulkan bahwasanya *informasi melalui teman/keluarga mendominasi perolehan para responden ini sebanyak 49 orang.*

Dan disimpulkan menggunakan diagram sebagai berikut:



Sumber: data primer yang telah diolah

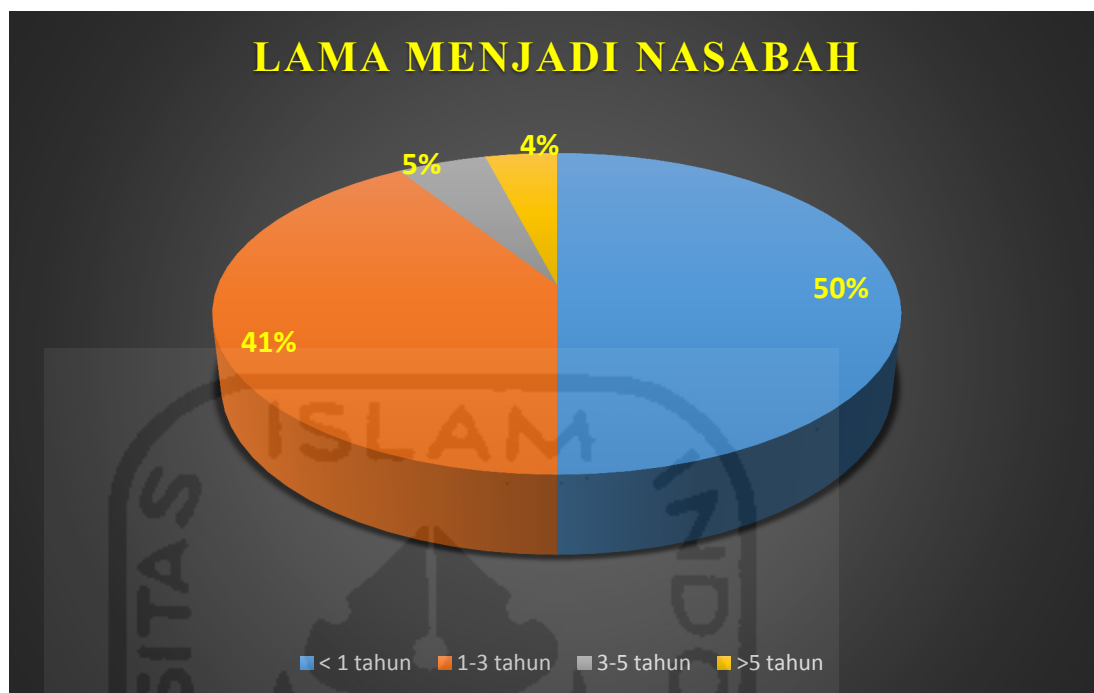
Gambar 4.5
Jumlah Responden Berdasarkan Dari Mana Memperoleh Informasi

f. Lama Menjadi Nasabah

Yang terakhir adalah dilihat dari segi lamanya menjadi nasabah, diperoleh data bahwasanya rata-rata para nasabah telah menjadi nasabah selama satu sampai dengan lima tahun. Lama menjadi nasabah <1 tahun berjumlah 50 orang, lama menjadi nasabah 1-3 tahun berjumlah 41 orang, lama menjadi nasabah 3-5 tahun berjumlah 5 orang dan yang terakhir adalah > 5 tahun sejumlah 4 orang.

Setelah dilakukan penelitian dengan penyebaran kuisioner maka dapat disimpulkan bahwasanya mayoritas para nasabah telah bergabung bersama dengan BNI Syariah KK FE Yogyakarta selama < 1 tahun.

Dapat disimpulkan menggunakan diagram sebagai berikut:



Sumber: data primer yang telah diolah

Gambar 4.6

Jumlah Responden Berdasarkan dari Lamanya Menjadi Nasabah

2. Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (*Studi Pada Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta*)

Untuk menjawab permasalahan didalam penelitian kali ini, diperlukan model ekonometri. Hal tersebut dikarenakan terdapat lebih dari satu variabel independen (variabel bebas) yang diujikan untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap variabel dependen (variabel terikat). Model ini berguna untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengetahuan, religiusitas, promosi dan tingkat pendapatan konsumen terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah (*Studi Pada Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta*), secara bersamaan.

Selanjutnya data yang akan diujikan menggunakan *SPSS 21 for windows* adalah data primer dari hasil penyebaran kuisisioner yang telah disebarkan

sebelumnya oleh peneliti kepada para nasabah yang berhasil ditemui di kantor bank BNI Syariah Kantor Kas FE UII Yogyakarta. Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah studi pustaka ataupun disebut juga studi literatur dengan membaca, melihat, dan kemudian menganalisis beberapa buku yang sesuai dengan landasan teori yang penulis teliti, juga berbagai jurnal ilmiah, beberapa skripsi terdahulu, termasuk juga tesis dan karya ilmiah lainnya. Tentunya studi literatur tersebut yang memang berkaitan dengan pengetahuan, religiusitas, promosi, juga dengan tingkat pendapatan konsumen terhadap keputusannya untuk menjadi nasabah bank syariah.

Dalam penelitian kali ini digunakan dua jenis variabel, yaitu variabel dependen (variabel terikat) dan variabel independen (variabel bebas). Yang dimaksud variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan konsumen untuk menjadi nasabah bank syariah. Sedangkan untuk variabel bebas terdapat 4 variabel yang menjadi pendukung dalam penelitian ini, yaitu:

- a) *Pengaruh Pengetahuan*
- b) *Pengaruh Religiusitas*
- c) *Pengaruh Promosi*
- d) *Pengaruh Tingkat Pendapatan*

3. Uji Validitas Butir Pertanyaan dan Uji Validitas Model

Penelitian kuantitatif memerlukan instrumen dalam mengumpulkan data penelitian. Instrumen tersebut akan digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti. Maka, untuk menentukan jumlah instrumen tersebut harus disesuaikan pada jumlah variabel yang akan diteliti juga. Instrumen penelitian tersebut sudah ada yang dibakukan, artinya instrumen tersebut sudah ditetapkan untuk digunakan dalam suatu penelitian.

Namun, adakalanya peneliti membuat beberapa instrumen tambahan sendiri guna menyesuaikan dengan penelitiannya agar instrumen lebih mudah dipahami oleh responden. Instrumen penelitian tersebut digunakan untuk melakukan pengukuran terhadap suatu penelitian. Maka diperlukan alat ukur untuk melakukannya. Dalam penelitian ini, alat ukur yang digunakan dengan skala likert, dengan alat ukur tersebut maka hasil penelitian ini bisa akurat.

4. Uji Validitas Butir Pernyataan

Tingkat kevalidan atau validitas suatu pernyataan bisa diketahui dengan cara mengkorelasikan skor nilai pernyataan dengan total skor dari keseluruhan pernyataan. Batasan suatu pernyataan akan dikatakan valid apabila nilai r hitung sama dengan atau lebih dari nilai r tabel pada taraf signifikansi 5% dengan 0,1996 sebaliknya jika nilai r hitung lebih kecil daripada nilai r tabel, maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid. Dibawah ini merupakan hasil uji validitas dengan menggunakan *SPSS 21 For Windows* terhadap *100 responden*:

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Butir Pernyataan

Variabel	Indikator/item	r hitung	r tabel	Keterangan
Pengaruh Pengetahuan	X1_1	0,561	0,1996	VALID
	X1_2	0,546	0,1996	VALID
	X1_3	0,448	0,1996	VALID
	X1_4	0,48	0,1996	VALID
	X1_5	0,52	0,1996	VALID
	X1_6	0,6	0,1996	VALID
	X1_7	0,486	0,1996	VALID
	X1_8	0,486	0,1996	VALID
Pengaruh Religiusitas	X2_1	0,749	0,1996	VALID
	X2_2	0,553	0,1996	VALID
	X2_3	0,66	0,1996	VALID
	X2_4	0,548	0,1996	VALID
	X2_5	0,601	0,1996	VALID
	X2_6	0,621	0,1996	VALID
	X2_7	0,526	0,1996	VALID
	X2_8	0,65	0,1996	VALID
Pengaruh Promosi	X3_1	0,366	0,1996	VALID
	X3_2	0,561	0,1996	VALID
	X3_3	0,704	0,1996	VALID
	X3_4	0,475	0,1996	VALID
	X3_5	0,615	0,1996	VALID
	X3_6	0,654	0,1996	VALID
	X3_7	0,501	0,1996	VALID
	X3_8	0,615	0,1996	VALID

Pengaruh Tingkat Pendapatan	X4_1	0,742	0,1996	VALID
	X4_2	0,673	0,1996	VALID
	X4_3	0,7	0,1996	VALID
	X4_4	0,702	0,1996	VALID
	X4_5	0,369	0,1996	VALID
	X4_6	0,731	0,1996	VALID
	X4_7	0,56	0,1996	VALID
	X4_8	0,553	0,1996	VALID
Keputusan Menjadi Nasabah	Y_1	0,459	0,1996	VALID
	Y_2	0,569	0,1996	VALID
	Y_3	0,541	0,1996	VALID
	Y_4	0,53	0,1996	VALID
	Y_5	0,623	0,1996	VALID
	Y_6	0,543	0,1996	VALID
	Y_7	0,601	0,1996	VALID
	Y_8	0,411	0,1996	VALID

Sumber: data primer yang telah diolah

Dari hasil uji validitas yang dilakukan menggunakan *SPSS 21 for windows*, maka diperoleh hasil yang menyatakan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan dalam penelitian adalah valid. Dapat dilihat pada tabel hasil uji diatas yang menunjukkan bahwa masing-masing item pernyataan memiliki koefisien korelasi positif. **Dan berdasarkan seluruh pernyataan dalam penelitian ini memiliki nilai r_{hitung} yang berkisar dari 0,2 sampai 0,7 yang mana lebih besar dari r_{tabel} yang memiliki nilai 0,1996.** Maka sudah dapat dipastikan bahwasanya seluruh pertanyaan ini valid sehingga dapat digunakan sebagai alat penelitian.

5. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan guna mengukur kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pernyataan-pernyataan yang merupakan dimensi dari suatu variabel dan kemudian disusun kedalam bentuk berupa kuisioner. Untuk mengukur tingkat reliabilitas dari masing-masing variabel, digunakan teknik *cronbach's alpha*. Teknik ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai Alpha dengan standarnya.

Jika *cronbach's alpha* yang dihasilkan didalam pengujian reliabilitas suatu pernyataan > 0,60 artinya tingkat reliabilitas pernyataan tersebut dikatakan baik dan kuisisioner penelitian telah memenuhi syarat reliabilitas.

a) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan (X1)

Tabel 4.3
Hasil Uji Relibilitas Variabel Pengetahuan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,599	8

Sumber: data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel X1, delapan item indikator memiliki koefisien alpha sebesar 0,599 yang mana nilai tersebut lebih besar 0,60. Berdasarkan ketentuan, maka semua pernyataan dalam variabel X1 yang merupakan pengaruh pengetahuan dinyatakan reliabel.

b) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Religiusitas (X2)

Tabel 4.4
Hasil uji reliabilitas variabel religiusitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,761	8

Sumber: data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel X2, delapan item indikator memiliki koefisien alpha sebesar 0,761 yang mana nilai ini lebih besar dari 0,60. Berdasarkan ketentuan, maka semua pernyataan dalam variabel X2 yang merupakan pengaruh religiusitas dikatakan reliabel.

c) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X3)

Tabel 4.5
Hasil Uji reliabilitas variabel promosi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,698	8

Sumber: data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel X3, delapan item indikator memiliki koefisien alpha sebesar 0,698 yang mana nilainya lebih besar dari 0,60. Berdasarkan ketentuan, maka semua pernyataan dalam variabel X3 yang merupakan pengaruh promosi dikatakan reliabel.

d) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tingkat Pendapatan (X4)

Tabel 4.6
Hasil uji reliabilitas variabel tingkat pendapatan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,784	8

Sumber: data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel X4, delapan item indikator memiliki koefisien alpha sebesar 0,784 yang mana nilainya lebih besar dari 0,60. Berdasarkan ketentuan, maka semua pernyataan dalam variabel X3 yang merupakan pengaruh promosi dikatakan reliabel.

e) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Menjadi Nasabah (Y)

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Jadi Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,633	8

Sumber: data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel Y, lima item indikator memiliki koefisiens *alpha* sebesar 0,633 yang mana nilainya lebih besar dari 0,60. Berdasarkan ketentuan, maka semua pernyataan dalam variabel Y yang merupakan variabel Keputusan menjadi nasabah bank syariah dikatakan reliabel.

B. HASIL UJI REGRESI LINEAR SEDERHANA

1. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.8
Uji regresi linear berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.		
					B	Std. Error
1	(Constant)	14,269	3,202		4,457	,000
	pengetahuan	-,099	,091	-,098	-1,098	,275
	religiusitas	,202	,078	,243	2,569	,012
	promosi	,183	,086	,207	2,133	,035
	tingkat_pendapatan	,267	,086	,335	3,115	,002

a. Dependent Variable: keputusan_jadi_nasabah

Bentuk *Standardize Coeficients* diperoleh melalui persamaan berikut:

$$Y = 14,269 + (-0,099)X_1 + 0,202X_2 + 0,183X_3 + 0,267X_4$$

Dimana:

X1 : Pengetahuan

X2 : Religiusitas

X3 : Promosi

X4 : Tingkat Pendapatan

Y : Keputusan Menjadi Nasabah

Persamaan regresi tersebut diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Jika semua variabel bebas memiliki nilai nol (0) maka variabel terikat adalah sebesar 14,269
- 2) Variabel independen pengetahuan (X_1) berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) dengan *nilai koefisien sebesar -0,099*. Artinya setiap kenaikan pengetahuan satu satuan maka variabel Y akan naik sebesar -0,099 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.
- 3) Variabel independen religiusitas (X_2) berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) dengan *nilai koefisien sebesar 0,202*. Artinya setiap kenaikan religiusitas satu satuan maka variabel Y akan naik sebesar 0,202 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.
- 4) Variabel independen promosi (X_3) berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) dengan *nilai koefisien sebesar 0,183*. Artinya setiap promosi satu satuan maka variabel Y akan naik sebesar 0,183 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.
- 5) Variabel independen tingkat pendapatan (X_4) berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) dengan *nilai koefisien sebesar 0,267*. Artinya setiap kenaikan tingkat pendapatan satu satuan maka

variabel Y akan turun sebesar 0,267 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

2. Uji Parsial (Uji t-Statistik)

Pada dasarnya uji t dilakukan dengan maksud untuk mengetahui berapa besar pengaruhnya satu variabel independen (pengaruh pengetahuan, pengaruh religiusitas, pengaruh promosi, dan pengaruh tingkat pendapatan) dalam menerangkan variabel dependen (keputusan menjadi nasabah). Hasil Uji t yang telah diolah dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		Coefficients ^a				Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,269	3,202		4,457	,000
	pengetahuan	-,099	,091	-,098	-1,098	,275
	religiusitas	,202	,078	,243	2,569	,012
	promosi	,183	,086	,207	2,133	,035
	tingkat_pendapatan	,267	,086	,335	3,115	,002

a. Dependent Variable: keputusan_jadi_nasabah

1) Pengaruh Pengetahuan

Tujuan dilakukannya pengujian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah bank syariah. Hasil pengujian dengan menggunakan *SPSS 21* untuk variabel pengetahuan (X1) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) diperoleh t hitung sebesar (-1,098) dan signifikansi sebesar 0,275. Dengan menggunakan derajat kepercayaan 5% (0,05) dan degree of freedom (n-5) atau (100-5)=95, diperoleh t tabel sebesar 1,996.

2) Pengaruh Religiusitas

Tujuan dilakukannya pengujian ini adalah untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap keputusan menjadi nasabah. Hasil pengujian dengan menggunakan SPSS 21 untuk variabel religiusitas (X_2) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,569 dan signifikansi sebesar 0,012 Dengan menggunakan derajat kepercayaan 5% (0,05) dan *degree of freedom* ($n-k$) atau $(100-5) = 95$, diperoleh t_{tabel} sebesar 1,996.

Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,569 yang mana lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,569 > 1,996$). Selain itu juga probabilitasnya menunjukkan nilai yang lebih besar dari derajat kepercayaan ($0,012 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis dapat diterima. Artinya variabel religiusitas (X_2) berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah (Y).

3) Pengaruh Promosi

Tujuan dilakukannya pengujian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promositerhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Hasil pengujian dengan menggunakan SPSS 21 untuk variabel promosi (X_3) terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,133 dan signifikansi sebesar 0,035. Dengan menggunakan derajat kepercayaan 5% (0,05) dan *degree of freedom* ($n-5$) atau $(100-5) = 95$, diperoleh t_{tabel} sebesar 1,996.

Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,133 yang mana lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,133 > 1,996$). Selain itu juga probabilitasnya menunjukkan nilai yang lebih kecil dari derajat kepercayaan ($0,35 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis dapat diterima. Artinya variabel promosi (X_3) berpengaruh terhadap keputusan konsumen menjadi nasabah bank syariah (Y).

4) Pengaruh Tingkat Pendapatan

Tujuan dilakukannya pengujian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat pendapatan terhadap keputusan konsumen menjadi nasabah bank syariah. Hasil pengujian dengan menggunakan SPSS 21 untuk variabel tingkat pendapatan (X_4) terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah (Y) diperoleh t_{hitung} sebesar 3,115 dan signifikansi sebesar 0,002. Dengan

menggunakan derajat kepercayaan 5% (0,05) dan *degree of freedom* (n-5) atau $(100-5) = 95$, diperoleh t_{tabel} sebesar 1,996.

Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,155 yang mana lebih besar dari nilai t_{tabel} ($3,155 > 1,996$). Selain itu juga probabilitasnya menunjukkan nilai yang lebih kecil dari derajat kepercayaan ($0,002 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis dapat diterima. Artinya variabel tingkat pendapatan (X4) berpengaruh terhadap keputusan konsumen menjadi nasabah bank syariah (Y).

3. Uji F-Statistik

Uji statistik F bertujuan untuk memberitahukan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. Hasil perhitungan Uji F dengan menggunakan SPSS 21 bisa dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji F-Statistik

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	560,314	4	140,079	8,122	,000 ^b
Residual	1638,526	95	17,248		
Total	2198,840	99			

a. Dependent Variable: keputusan_jadi_nasabah

b. Predictors: (Constant), tingkat_pendapatan, pengetahuan, religiusitas, promosi

Uji F merupakan uji yang dilakukan secara bersama-sama untuk menguji signifikansi pengaruh variabel pengaruh pengetahuan (X1), religiusitas (X2), promosi (X3), dan tingkat pendapatan (X4) secara bersama-sama terhadap variabel keputusan menjadi nasabah bank syariah (Y). Hasil pengujian dengan menggunakan *SPSS 21 for windows* diperoleh sebesar 8,122 dan signifikansi

sebesar 0,000. Dengan menggunakan derajat kepercayaan 5% (0,05) dan *degree of freedom* (k-1), (n-k) atau (5-1), (100-5) = (4), (95), diperoleh F_{tabel} sebesar 2,47.

Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 8,122 yang mana lebih besar dari nilai F_{tabel} ($8,122 > 2,47$). Selain itu juga probabilitasnya menunjukkan nilai yang lebih kecil dari derajat kepercayaan ($0,000 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa pengetahuan, religiusitas, promosi dan tingkat pendapatan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen menjadi nasabah bank syariah (studi pada bank BNI Syariah Kantor Kas FE Condong Catur Yogyakarta) dinyatakan diterima. Itu artinya variabel pengetahuan (X1), religiusitas (X2), promosi (X3) dan tingkat pendapatan (X4) **berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen** menjadi nasabah bank syariah (Y).

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel-variabel bebas yang memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi untuk variabel bebas yang lebih dari 2 (dua) bisa diketahui dengan melihat tabel hasil uji Koefisien Determinasi pada kolom *Adjusted R Square*. Hasil analisis tersebut bisa dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.10
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,505 ^a	,255	,223	4,153

a. Predictors: (Constant), tingkatpendapatan, pengetahuan, religiusitas, promosi

b. Dependent Variable: keputusan_jadi_nasabah

Dari hasil analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menjadi nasabah bank syariah pada tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,255. Artinya seluruh variabel bebas yakni pengetahuan (X1), religiusitas (X2), promosi (X3) dan tingkat pendapatan (X4) mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 25,5% terhadap variabel terikat (Y), yakni keputusan konsumen menjadi nasabah bank syariah. Sisanya yaitu sebesar 74,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak masuk didalam penelitian yang penulis lakukan.

C. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (*Studi Pada Nasabah BNI Syariah Kantor Kas FE Condong Catur Yogyakarta*)

Berdasarkan dari perhitungan analisis regresi linier berganda yang dilakukan dengan program *SPSS 21 for windows* diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 14,269 + (-0,099)X1 + 0,202X2 + 0,183X3 + 0,267X4$$

Hasil dari persamaan regresi linear tersebut menjelaskan bahwa variabel pengetahuan (X1), religiusitas (X2), promosi (X3), tingkat pendapatan (X4) berpengaruh terhadap keputusan konsumen menjadi nasabah bank syariah (studi pada nasabah bank BNI Syariah Kantor Kas FE Condong Catur Yogyakarta).

Berdasarkan uji f yang dilakukan melalui program *SPSS 21 for windows*, diketahui bahwa nilai $f_{hitung} (8,122) > f_{tabel} (2,47)$ serta nilai probabilitas lebih kecil dengan derajat kepercayaan ($0,000 < 0,05$). Variabel secara simultan menunjukkan variabel pengetahuan, religiusitas, promosi, dan tingkat pendapatan berpengaruh secara positif signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah pada bank syariah, khususnya pada bank BNI Syariah Kantor Kas FE Condongcatur Yogyakarta. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis h_0 ditolak dan h_a diterima.

Berdasarkan uji t pada **variabel pengetahuan** yang telah dilakukan melalui program *SPSS 21 For Windows*, dapat diketahui bahwa nilai probabilitas t_{hitung}

$(0,275) > \alpha (0,05)$ disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menjadi nasabah bank syariah, dikarenakan nilai probabilitas yang lebih besar.

Hasil penelitian ini merupakan pengembangan dari beberapa penelitian terdahulu yang mana mempunyai kesamaan dalam beberapa variabel, baik itu dari variabel bebas ataupun variabel terikatnya. Dengan pengembangan tersebut diharapkan dapat menjadi acuan dan bahan penelitian bagi siapa saja yang akan melakukan penelitian ini selanjutnya terhadap bank syariah.

Seperti penelitian terdahulu yang berjudul "*Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Konsumen Menjadi Nasabah Bank Syariah*", maka kali ini penulis menggunakan judul yang sama namun dengan pemikiran-pemikiran baru serta dengan menyertakan variabel-variabel bebas (independen) yang lebih variatif lagi. Sehingga dengan adanya variabel tersebut walaupun dengan judul yang sama namun diharapkan hasilnya nanti akan lebih memperbaharui apa yang sudah pernah diteliti sebelumnya.

Pengetahuan merupakan variabel yang menjelaskan bahwasanya dengan cara konsumen mengetahui berbagai macam produk maupun layanan yang ada didalam bank syariah, khususnya pada bank BNI Syariah maka konsumen tersebut akan memperoleh banyak informasi mengenai produk yang ada. Agar tidak salah dan juga ragu-ragu dalam pemilihan produk yang dibutuhkan ataupun sesuai yang diinginkan. Sehingga, dengan banyaknya ilmu ataupun informasi yang diperoleh konsumen tersebut dapat mengantarkan mereka kepada suatu pengambilan keputusan yakni memutuskan untuk menjadi nasabah pada bank syariah.

Tanpa adanya pengetahuan mengenai seluk beluk dan berbagai macam informasi yang diterima oleh para konsumen, niscaya akan sangat dimungkinkan para konsumen untuk tidak mau menjadi nasabah, karena tidak tahu apa saja produk yang ditawarkan khususnya pada bank syariah ini. Namun bank BNI Syariah ini telah banyak memberikan suatu informasi yang disampaikan melalui berbagai media, baik cetak maupun elektronik. Tentunya dengan pemberian informasi yang banyak dan pastinya disajikan secara menarik ini, diharapkan akan

memudahkan konsumen mencari tahu apa saja produk unggulan yang bisa didapatkan.

Dengan semakin berkembangnya kemajuan elektronik dan juga kemajuan media informasi bank BNI Syariah juga sudah menyediakan laman dalam website resmi yang bisa dilihat dan dipelajari oleh siapapun yang membuka dan membutuhkannya. Tidak dapat dipungkiri dengan kemajuan media yang sangat pesat ini bank tidak boleh lagi ketinggalan dan harus selalu melakukan inovasi-inovasi baru yang bisa menarik minat para konsumen.

Melihat dari hasil uji t pada *variabel religiusitas* yang dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 21 for windows*, maka dapat diketahui bahwa nilai probabilitas $t_{hitung} (0,012) < \alpha (0,05)$ sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah bank syariah.

Religiusitas merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dengan agama. Bahkan dari maknanya sendiri religi merupakan perilaku manusia yang kemudian harus menyesuaikan dengan agama yang dipercayainya (anutnya). Keputusan seseorang untuk memeluk agama tertentu, tentunya didasari oleh niat yang suci dan juga keputusan yang hadir dari keikhlasan hati untuk memilih ajaran agama yang dianggap tepat.

Seperti halnya umat muslim yang selalu melaksanakan perintah berupa shalat, puasa, zakat, dan juga menunaikan ibadah haji. Dengan melaksanakan kewajiban-kewajiban tersebut sebagai hamba yang taat, maka sudah tentu dilandasi dengan kekuatan hati yang tulus ikhlas demi mendapat ridha dari tuhan atau Allah SWT.

Ada satu hal yang juga merupakan perintah dari ajaran agama ini yaitu bahwasanya diharamkan untuk melakukan transaksi jual beli tapi diharamkan untuk hal-hal yang merupakan riba'. Sebagai seorang hamba yang taat pastinya akan selalu menaati segala perintah yang diberikan dan menjauhi segala bentuk larangan yang sudah ditentukan Tuhan_Nya. Maka, dengan adanya larangan riba tersebut diharapkan para konsumen tahu dan kemudian mau berhijrah kepada usaha-usaha dalam bentuk syariah. Salah satunya dengan bergabung kedalam perbankan syariah ini. Namun demikian sangat disayangkan masih banyak warga

atau umat muslim Indonesia ini yang belum mengetahui apa itu riba, bentuk-bentuk riba dan larangan atas riba tersebut. Ayat yang memberikan keterangan mengenai larangan riba adalah sebagai berikut:

يَمْحَقُ اللَّهُ الرِّبَا وَيُزْبِي الصَّدَقَاتِ وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ.

“Allah memusnahkan riba dan menyuburkan sedekah. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang tetap dalam kekafiran, dan selalu berbuat dosa.”(QS. Al-Baqarah: 276)⁷⁷

Selanjutnya, berdasarkan uji t pada variabel promosi yang dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 21 for windows*, diketahui nilai probabilitas t_{hitung} (0,035) < (0,05). Dan dapat disimpulkan bahwa h_0 ditolak dan h_a diterima, yang artinya variabel promosi berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah bank syariah.

Promosi adalah bagian dari strategi marketing yang dilakukan oleh pihak perusahaan untuk memperoleh hasil yang baik dan maksimal setelah diadakannya promosi tersebut. Promosi yang baik adalah promosi yang tepat sasaran dan tepat pada konsumen yang ditargetkannya. Sehingga dengan keberhasilan promosi tersebut dapat menambah pundi-pundi rupiah bagi perusahaan, serta dapat menarik konsumen sebanyak-banyaknya dan apa yang diharapkan perusahaan dapat lancar tercapai.

Berdasarkan uji t pula untuk variabel tingkat pendapatan yang dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 21 For Windows*, diketahui bahwa nilai signifikansi t_{hitung} (0,002) < (0,05) dan dapat disimpulkan bahwa h_0 diterima dan h_a ditolak, itu artinya variabel tingkat pendapatan berpengaruh sangat positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen menjadi nasabah bank syariah.

Dengan biaya yang cukup dan memadai akan membuat konsumen untuk segera membuka rekening tabungan pada bank yang diinginkannya. Para konsumen juga sangat berhati-hati didalam mengambil keputusan akan kemana ia

⁷⁷ <https://banksyariahindo.wordpress.com/2011/10/16/ayat-tentang-riba-di-dalam-al-quran/>
Diakses pada tanggal 16/6/2016 pukul 11.10 WIB

menyimpan dana-dana atau harta yang dimiliki untuk disimpan bahkan diinvestasikan didalam suatu perbankan, termasuk bank syariah.

Pendapatan yang cukup akan memudahkan para konsumen untuk melakukan kegiatan apa saja untuk melengkapi kehidupannya dan juga untuk memenuhi kebutuhan setiap hari. Bank BNI Syariah ini sudah memberikan biaya administrasi yang murah dan cocok dengan kantong-kantong para konsumen yang menginginkan perbankan dengan biaya administratif yang lebih murah.

Dapat diketahui berdasarkan tabel regresi linear berganda pada kolom *standardized coefisien beta* bahwa nilai *standardized coefisien beta* untuk variabel pengetahuan menghasilkan nilai sebesar -0,098 dibandingkan dengan nilai *standardized coefisien beta* yang dihasilkan oleh variabel religiusitas sebesar 0,243, nilai *standardized coefisien beta* yang dihasilkan oleh variabel promosi sebesar 0,207 dan nilai *standardized coefisien beta* yang dihasilkan oleh faktor tingkat pendapatan sebesar 0,335. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ***variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen untuk menjadi nasabah bank syariah adalah variabel tingkat pendapatan.*** Berada dibawahnya adalah variabel religiusitas dan setelahnya adalah variabel promosi.

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) memberikan deskripsi mengenai seberapa baik hasil persamaan regresi dari uji determinasi. Penelitian ini menghasilkan angka koefisien determinasi sebesar 0,255. Yang artinya adalah 25,5% variasi variabel keputusan menjadi nasabah bank syariah dijelaskan oleh variabel pengetahuan, religiusitas, promosi, dan tingkat pendapatan. Sedangkan 75,5% sisanya dijelaskan oleh pengaruh lain yang tidak dimasukkan kedalam model. Pengaruh lainnya itu bisa didapatkan seperti nisbah bagi hasil, layanan, kegiatan bank, dan sebagainya.

2. Variabel yang Paling Dominan Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Kas FE Condong Catur Yogyakarta)

Variabel pengaruh tingkat pendapatan dinyatakan sebagai variabel yang sangat dominan dalam pengaruhnya terhadap keputusan para konsumen untuk menjadi nasabah bank syariah di Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Kas

Fakultas Ekonomi Yogyakarta. Dapat dilihat dari nilai probabilitas *variabel pengaruh tingkat pendapatan* $F_{hitung} (0,002) < \alpha (0,05)$. Berdasarkan atas hasil deskripsi jawaban responden tersebut, diketahui jika mayoritas keputusan yang diambil konsumen untuk menjadi nasabah bank syariah adalah dari tingkat pendapatan. Selanjutnya adalah variabel religiusitas lalu kemudian variabel promosi.

3. Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Promosi, Dan Tingkat Pendapatan Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Kas FE Condongcatur Yogyakarta) Sesuai Dengan Prinsip Ekonomi Islam.

Pengaruh pengetahuan, religiusitas, promosi dan juga tingkat pendapatan tentunya sesuai dengan nilai-nilai atau prinsip ekonomi Islam apabila pengaruh-pengaruh tersebut tidak keluar dari ketentuan-ketentuan syariat Islam.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan maka dapat diketahui bahwasanya mayoritas konsumen yang ditemui dan mau melakukan pengisian pada kuisisioner baik variabel pengetahuan, variabel religiusitas, variabel promosi, dan variabel tingkat pendapatan mendapatkan skor 4 (*setuju*). Itu artinya variabel tersebut sudah sesuai dengan kriteria dalam ekonomi Islam.

Variabel pengetahuan seperti yang telah dijelaskan dalam landasan teori yang penulis sampaikan sebelumnya merupakan suatu variabel yang menjelaskan dari mana saja para konsumen akan mengetahui layanan dan juga produk bank syariah. Dengan pengetahuan yang cukup tentunya akan mempermudah konsumen untuk mencari tau apa saja layanan dan produk yang sesuai dengan keinginannya.

Seperti yang sudah penulis lakukan untuk mengetahui bagaimana pengetahuan konsumen dengan memberikan pertanyaan melalui kuisisioner kepada para nasabah bank BNI Syariah yang menjadi responden dalam penelitian ini.

Dengan melakukan penyebaran kuisisioner kepada para nasabah dengan beberapa pertanyaan yang tentunya butir-butir pertanyaan itu disesuaikan dengan prinsip ekonomi Islam. Dengan menggunakan prinsip ekonomi Islam ini diharapkan jawaban-jawaban dari para responden benar dan tidak melanggar aturan yang disesuaikan dengan prinsip ekonomi Islam itu sendiri. Baik dari

variabel pengetahuan, kemudian religiusitas, kemudian promosi, dan juga tingkat pendapatan.

Pengetahuan konsumen merupakan modal utama untuk memudahkannya mengetahui apa saja layanan dan juga produk yang sesuai dengan apa yang diinginkan. Bank syariah itu sendiri khususnya bank BNI Syariah Kantor Kas FE Yogyakarta, telah banyak melakukan kegiatan dan juga pemberian informasi melalui beberapa media baik cetak maupun elektronik. Dari hasil kuisioner yang disebar, maka dapat diperoleh informasi bahwa rata-rata responden memberikan nilai yang sesuai dengan apa yang mereka ketahui.

Setelah pengetahuan maka ada religiusitas yang cukup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen menjadi nasabah bank syariah. Religiusitas itu sendiri adalah suatu kepercayaan yang dianut sesuai dengan keyakinan dan kepercayaannya. Dalam hal ini responden rata-rata memberikan nilai setuju yang itu artinya adalah kepercayaan mereka akan bank syariah yang tidak memakai riba sangatlah kuat. Sehingga dengan apa yang hadir dan apa yang ada didalam bank syariah ini para responden sangat mempercayainya. Tentunya hasil ini sangatlah berhubungan erat dengan prinsip ekonomi islam.

Selanjutnya kesesuaian dengan prinsip ekonomi islam ada pada variabel promosi. Promosi sendiri merupakan kegiatan dari pemasaran maupun penjualan dalam rangka untuk meninformasikan dan mendorong permintaan konsumen terhadap produk atau jasa dari suatu perusahaan dengan mempengaruhi konsumen supaya membeli produk atau jasa yang dijual oleh perusahaan. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh BNI Syariah tentunya sudah disetujui dan disaring oleh dewan pengawas syariah yang bertugas mengawasi segala kegiatan dan juga regulasi yang ada pada bank syariah yang diawasinya.

Promosi-promosi yang diberikan kepada publik pun tentunya sudah melalui beberapa tahapan untuk disesuaikan dengan apa yang ada didalam bank syariah termasuk sistem perbankannya. Berdasarkan hasil responden penelitian yang penulis lakukan, maka dapat disimpulkan bahwsanya kegiatan promosi juga cukup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabah bank syariah.

Setelah pengetahuan, religiusitas, dan juga promosi maka yang terakhir adalah tingkat pendapatan. Tingkat pendapatan adalah Pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula.

Dengan tingkat pendapatan yang ada pada nasabah berbeda-beda maka penulis menuliskan pertanyaan mengenai berapa besar jumlah pendapatan yang diperoleh oleh responden dalam satu bulan masa kerja. Dengan adanya pertanyaan tersebut diharapkan dapat mengetahui apakah para responden memang dipengaruhi oleh tingkat pendapatan untuk kemudian bergabung ke dalam bank syariah khususnya bank negara Indonesia syariah ini.

Berdasarkan hasil kuisioner yang telah diberikan maka dapat disimpulkan bahwasanya tingkat pendapatan ini merupakan variabel yang sangat berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada bank syariah khususnya bank BNI Syariah Kantor Kas Condongcatur Yogyakarta.

Untuk kesesuaian dengan ekonomi Islam tentunya pendapatan yang didapatkan oleh para nasabah adalah pendapatan yang halal dan tidak dihasilkan dari perbuatan baik itu riba, maysir, maupun gharar.