

**PENGARUH RELIGIUSITAS, KEPERCAYAAN DAN PENGETAHUAN
PRODUK TERHADAP MINAT PENGAJUAN KPR SYARIAH
Di BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KC MADIUN AGUS SALIM
*(The Influence of Religiosity, Belief and Product Knowledge on Interest to
Apply Sharia KPR at Bank Syariah Indonesia (BSI)
KC MADIUN AGUS SALIM)***

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



Oleh:

LALITYA LOKASTITI PUTRI FADHILAH

18423130

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

YOGYAKARTA

2023

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

ii

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lalitya Lokastiti Putri Fadhilah

NIM : 18423130

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, dan Pengetahuan produk Terhadap Pengajuan KPR Syariah di Bank Syariah Indonesia (BSI) di KC Madiun Agus Salim

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 21 Februari 2023


Lalitya Lokastiti Putri Fadhilah
 METERAI TEMPEL
17AKX125833023

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi

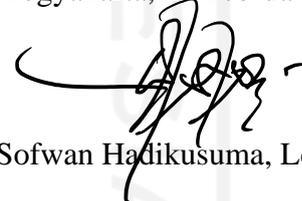
Nama Mahasiswa : Lalitya Lokastiti Putri Fadhilah

NIM : 18423130

Judul Skripsi : Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Pengajuan KPR Syariah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Madiun
Agus Salim

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 22 Februari 2023



Sofwan Hadikusuma, Lc, M.E

NOTA DINAS

Yogyakarta, 10 Jumadil Akhir 1444 H

3 Januari 2023 M

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Berdasarkan penunjukan Dekan fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 12/Dek/60/DAATI/FIAI/I/2023 tanggal 3 Januari 2023 M/ 10 Jumadil Akhir 1444 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama Mahasiswa : Lalitya Lokastiti Putri Fadhilah
Nomor Induk Mahasiswa : 18423130
Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam
Jurusan/Program Studi : Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2023/2024
Judul Skripsi : Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Pengajuan KPR Syariah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Madiun Agus Salim.

Setelah kami teliti dari kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memnuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan dan bersama ini kami kirimkan 4 (empat) eksemplar skripsi yang dimaksud.

Wassalmu'alaikum Wr. Wb

Dosen Pembimbing



Sofwan Hadikusuma, Lc, M.E

LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiaj@uii.ac.id
W. fiaj.uui.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Senin
Tanggal : 13 Maret 2023
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan Produk terhadap Minat Pengajuan KPR Syariah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC. Madiun Agus Salim
Disusun oleh : LALITYA LOKASTITI PUTRI FADHILAH
Nomor Mahasiswa : 18423130

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua : Rakhmawati, S.Stat, MA (.....)
Penguji I : Aqida Shohiha, S.E.I., M.E. (.....)
Penguji II : Dr. Siti Achiria, SE, MM (.....)
Pembimbing : Sofwan Hadikusuma, Lc, ME (.....)

Yogyakarta, 21 Maret 2023



Dr. Drs. Asmuni, MA

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Robbil ‘Alamin, Puji sujud syukur atas kehadiran Allah SWT dan sholawat beserta salam yang selalu terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Ku bersujud kepada Allah SWT, Engkau berikan kesempatan kepada saya untuk bisa sampai ditahap ini. Segala puji bagi-Mu Ya Allah. Sebuah karya kecil yang saya susun dengan jerih payah ini, saya persembahkan kepada:

Bunda, Bapak, Mbak, Mas tercinta dan tersayang atas segala dukungan dan cinta kasih yang tidak terhingga yang tidak mungkin dapat ku balas dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan ini. Terimakasih atas segala pengorbanan yang telah diberikan hingga titik ini dan seterusnya, semoga kalian selalu diberikan kesehatan, umur yang panjang, dilancarkan selalu dalam mencari rezeki yang berkah dan selalu dalam lindungan Allah SWT di setiap langkahnya, dan mendapatkan ridho-Nya Aamiin.

Teruntuk sahabat-sahabat saya Amelia, Anisa Putri Utami, Adelina Dandi, Sheila, Mia, Naufa, Melda yang selama ini telah bersama-sama berjuang untuk menuntut ilmu dan mendukung dalam setiap langkahku, tentunya kalian juga merupakan sumber semangat untuk menyelesaikan segala tugasku, serta senantiasa membantu saya baik suka maupun duka. Kita sama-sama berjuang di jalan masing-masing dengan tujuan yang berbeda tetapi kita selalu mendukung dan mendoakan satu sama lain. Kemudian teruntuk Dosen Pembimbing saya, Bapak Sofwan Hadikusuma Lc, M.E yang begitu baik dan sabar dalam membimbing proses skripsi saya hingga selesai. Terimakasih Bapak sudah memberikan ilmu dan bimbingan serta menemani saya dalam proses penyusunan skripsi ini. Tentunya semua ini akan sangat berguna untuk menemani langkah saya selanjutnya. Tak lupa saya ucapkan terimakasih kepada Dosen yang ada di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia yang sudah memberikan berbagai ilmu dan kesabarannya dalam membimbing saya selama ini

MOTTO

" Wahai orang-orang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa Riba. Jika kamu tidak melaksanakannya, maka umumkanlah perang dari Allah dan Rasul-Nya."

(QS. Al -Baqarah 278-279).



**PEDOMAN TRANSLITERASI
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPULIK INDONESIA**

Nomor : 168 Tahun 1987

Nomor : 0643b/U/1987

Transliterating dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonemena konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat.

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf.

Contoh:

- كَتَبَ kataba

- فَعَلَ fa`ala

- سُئِلَ suila

- كَيْفَ kaifa

- حَوْلَ haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

4. Ta'Marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua, yaitu :

a. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh :

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/
al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ Talhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh :

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال ,namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas :

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh :

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu

الْجَلَالُ

al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isi maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ / Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh :

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR



الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ نَبِيِّنَا وَحَبِيبِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ
أَجْمَعِينَ ، وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ ، أَمَا بَعْدُ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT. Tuhan semesta alam atas segala nikmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan Produk terhadap minat Pengajuan KPR Syariah di Bank Syariah Indonesia Indonesia (BSI) KC Madiun Agus Salim”** dengan baik. Sholawat serta salam tidak lupa agar senantiasa selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, segenap keluarga, para sahabat dan umatnya, semoga keselamatan bersamanya akan selalu menyertai bagi hamba-Nya. Aamiin. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Selama proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, dengan selalu memberikan nasihat, kritik dan saran bagi penulis. Oleh karenanya, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr.Drs. Asmuni, MA. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM. selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, Lc, M.E. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam.

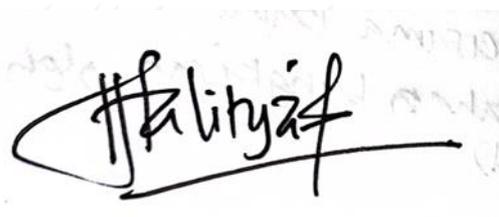
5. Bapak Sofwan Hadikusuma, Lc, M.E. selaku pembimbing skripsi peneliti yang telah sabar membimbing, mengarahkan, memberikan ilmu kepada penulis sampai pada peneliti dapat menuntaskan skripsi ini. Peneliti juga mohon maaf apabila selama penelitian skripsi ini terdapat kata yang kurang berkenan dan telah menyusahkan pembimbing.
6. Kepada kedua orang tua yang sangat saya sayangi dan saya hormati, yang selalu melimpahkan kasih sayang, cinta dan doa tulus kepada peneliti, serta memberikan motivasi dan dukungan materi kelancaran penulisan skripsi ini. Terimakasih atas dukungan, motivasi, doa dan kasih sayang.

Dengan kerendahan hati, penulis memohon kepada seluruh pihak atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan di hati, itu semata-mata kelalaian dan kekhilafan dari peneliti sendiri. Penulis menyadari jika skripsi yang disajikan ini belum sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat berguna dan menambah pengetahuan pada pembaca.

Wassalamualaikum, Wr. Wb

Yogyakarta, 22 Februari 2023

Penulis



Lalitya Lokastiti Putri Fadhilah

ABSTRAK

PENGARUH RELIGIUSITAS, KEPERCAYAAN DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP MINAT PENGAJUAN KPR SYARIAH DI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KC MADIUN AGUS SALIM

Lalitya Lokastiti Putri Fadhilah

18423130

Penerbitan KPR Syariah di Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu bentuk produk Syariah pada pembiayaan yang merupakan pilihan tepat untuk masyarakat yang ingin mendapatkan hunian dengan sistem pembayaran yang sesuai syariat Islam. Akan tetapi muncul permasalahan karena masih terbatas nya masyarakat jika dilihat dari segi Religiusitas sesuai dengan prinsip dasar syariat Islam, Kepercayaan masyarakat terhadap KPR Syariah dan kurang nya pengetahuan produk terhadap KPR Syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan produk, terhadap minat KPR Syariah di Bank Syariah Indonesia KC Agus Salim Madiun. Data yang digunakan adalah data primer yaitu dikumpulkan melalui penyebaran kuisisioner melalui *Google form* didapatkan 125 responden dengan kriteria umur masyarakat di Kota Madiun atau Kabupaten Madiun yang mengetahui KPR Syariah dan belum pernah menggunakan produk pembiayaan Syariah. Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan selamakurun waktu dari bulan Januari-Februari 2023. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dilakukannya untuk pengambilan sampel nya. Jenis penelitian ini adalah dilakukan dengan kuantitatif dengan metode analisis data yang digunakan adalah regresi berganda dengan menggunakan software SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable Religiusitas (X1), Kepercayaan (X2), dan Pengetahuan produk (X3), berpengaruh positif signifikan terhadap minat pengajuan KPR Syariah di Bank Syariah Indonesia (Y). Dalam hal ini, secara simultan Religiusitas (X1), Kepercayaan (X2), Pengetahuan produk (X3) dengan hasil berpengaruh positif signifikan terhadap minat pengajuan KPR Syariah di Bank Syariah Indonesia (Y). Hasil penelitian pada variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen sebesar menunjukkan dapat berkontribusi sejumlah 67,5%. Sedangkan sisa nya 32,5% dipengaruhi dari variabel lain diluar model.

Kata Kunci: Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan Produk, Minat pengajuan KPR Syariah

ABSTRACT

***The Influence of Religiosity, Belief and Product Knowledge on Interest to Apply
Sharia KPR at Bank Syariah Indonesia (BSI) KC MADIUN AGUS SALIM***

Lalitya Lokastiti Putri Fadhilah

18423130

Issuance of Sharia KPR at Bank Syariah Indonesia (BSI) is a form of Sharia product in financing which is the right choice for people who want to get housing with a payment system that complies with Islamic law. However, problems arise because the community is still limited when viewed in terms of religiosity in accordance with the basic principles of Islamic law, community trust in Islamic mortgages and lack of product knowledge of Islamic mortgages. This study aims to determine the effect of religiosity, belief, product knowledge on Islamic KPR interest at Indonesian Sharia Bank KC Agus Salim Madiun. The data used is primary data collected by distributing questionnaires through the Google form, obtained by 125 respondents with the age criteria of residents of Madiun City or Madiun Regency who know Sharia KPR and have never used Sharia financing products. Data collection in this study was carried out from January to February 2023. This study used a purposive sampling technique. This type of research was carried out quantitatively with the data analysis method used was multiple regression using SPSS version 25 software. The results of this study showed that the variables Religiosity (X1), Trust (X2), and Product Knowledge (X3), had a significant positive effect on interested in submitting a Sharia KPR at Bank Syariah Indonesia (Y). In this case, simultaneously Religiosity (X1), Trust (X2), Product knowledge (X3) with the results of a significant positive effect on the interest in applying for Sharia KPR at Bank Syariah Indonesia (Y). The results of research on the independent variables that affect the dependent variable show that they can contribute as much as 67.5%. While the remaining 32.5% is influenced by other variables outside the model.

Keywords: *Religiosity, Trust, Product Knowledge, Interest in proposing KPR Syariah*

February 22, 2023

TRANSLATOR STATEMENT

The information appearing herein has been translated
by a Center for International Language and Cultural Studies of
Islamic University of Indonesia
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA.
Phone/Fax: 0274 540 255

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Operasional Tabel	44
Tabel 3.2	Skala Pengukuran	47
Tabel 4.1	Domisili Responden.....	58
Tabel 4.2	Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.3	Usia Responden	59
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden	60
Tabel 4.5	Penghasilan Responden	61
Tabel 4.6	Mayoritas Karakteristik Responden minat KPR Syariah KC Agus Salim Madiun.....	61
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas	63
Tabel 4.8	Ringkasan Uji Validitas	64
Tabel 4.9	Hasil Uji Realibilitas.....	65
Tabel 4.10	Ringkasan Realibilitas	66
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolonieritas Matriks Korelasi	67
Tabel 4.12	Hasil uji Multikolonieritas Tolerance dan VIF.....	67
Tabel 4.13	Hasil Uji Statistik t.....	72
Tabel 4.14	Hasil Uji Statistik F.....	73
Tabel 4.15	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedasitas Scatterplot.....	69
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram	71
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Grafik Normal Plot	71

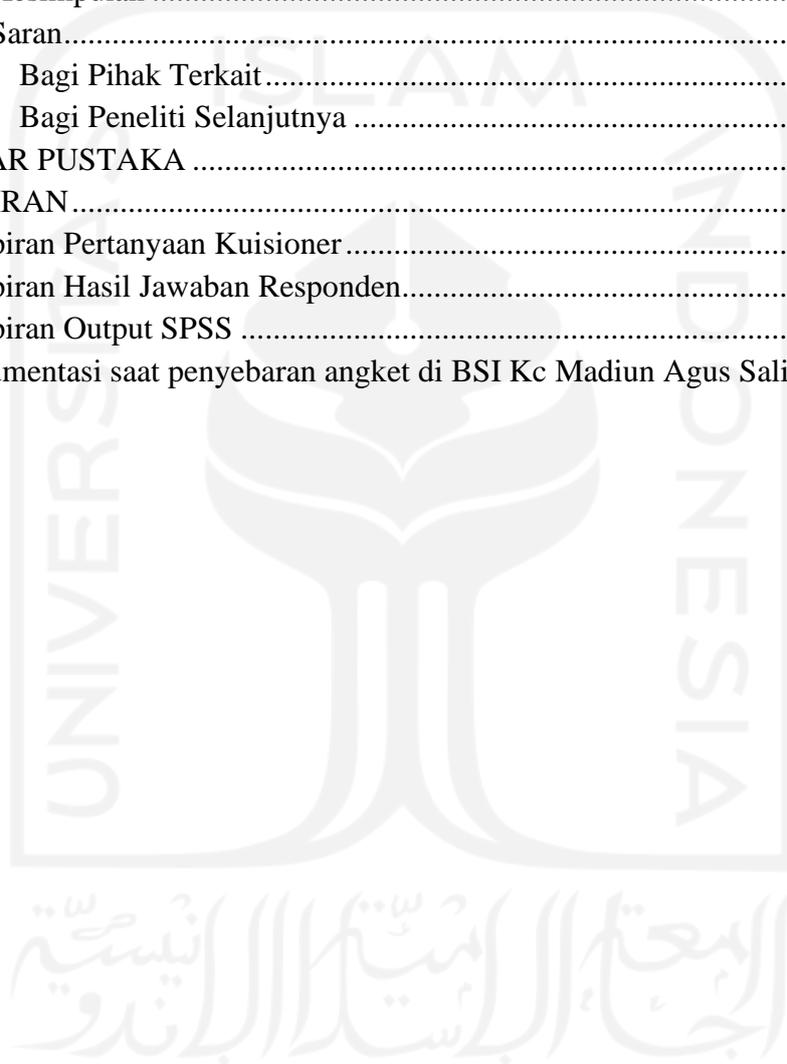


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iii
NOTA DINAS	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
KATA PENGANTAR	xiii
ABSTRAK	xv
DAFTAR ISI.....	1
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	4
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
1. Bagi Akademisi	9
2. Bagi Praktisi	9
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Telaah Pustaka/ Literature Review	11
B. Kerangka Teori/Landasan Teori	16
1. Religiusitas	16
2. Kepercayaan	20
3. Pengetahuan Produk	23
4. Minat Konsumen	27
5. Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah	29
6. Bank Syariah	31
C. Pengembangan Hipotesis	33
1. Keterkaitan Variabel Religiusitas dengan Variabel Minat KPR Syariah	33
2. Keterkaitan Variabel Kepercayaan dengan Variabel Minat KPR Syariah	34
3. Keterkaitan Variabel Pengetahuan Produk dengan Minat KPR Syariah	34
4. Keterkaitan Variabel Religiusitas, Kepercayaan, Pengatahuan produk dengan Minat	35
D. Kerangka Berfikir.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37

A. Desain Penelitian.....	37
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	37
C. Data dan Sumber Data	38
D. Populasi dan Sampel	38
1. Populasi	38
2. Sampel.....	39
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Definisi Operasional Variabel.....	40
1. Variabel Independen atau Bebas (X).....	41
2. Variabel dependen atau variabel	43
G. Instrumen Penelitian yang Digunakan	45
1. Skala Pengukuran	46
2. Kuisisioner	46
H. Teknik Analisis Data.....	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reliabilitas.....	48
3. Statistik Deskriptif.....	48
4. Uji Asumsi Klasik	48
5. Analisis Regresi Linear Berganda	50
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
1. Sejarah Bank Syariah Indonesia (BSI).....	52
2. Visi Misi Perusahaan.....	53
3. Produk pembiayaan KPR Syariah di BSI.....	54
B. Analisis Deskriptif Responden.....	55
1. Kriteria responden berdasarkan domisili.....	55
2. Kriteria responden berdasarkan jenis kelamin	56
3. Kriteria responden berdasarkan usia	57
4. Kriteria responden berdasarkan pekerjaan.....	57
5. Kriteria responden berdasarkan penghasilan.....	58
C. Analisis Data	61
1. Uji Instrumen.....	61
2. Uji Asumsi Klasik	65
3. Uji Statistik.....	70
D. Pembahasan Hasil Penelitian	74
1. Regiusitas (X1) berpengaruh Terhadap Minat Masyarakat untuk Mengajukan KPR Syariah (Y) di KC Madiun Agus Salim Kota Madiun.....	74
2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Untuk Mengajuan KPR Syariah di KC Madiun Agus Salim Kota Madiun	76

3. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Masyarakat Untuk Mengajukan KPR Syariah di KC Madiun Agus Salim Kota Madiun?	77
4. Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan Produk terhadap Minat Masyarakat untuk Mengajukan KPR Syariah di KC Madiun Agus Salim Kota Madiun?	78
BAB V PENUTUP.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	81
1. Bagi Pihak Terkait.....	81
2. Bagi Peneliti Selanjutnya	81
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	88
Lampiran Pertanyaan Kuisisioner	88
Lampiran Hasil Jawaban Responden.....	92
Lampiran Output SPSS	105
Dokumentasi saat penyebaran angket di BSI Kc Madiun Agus Salim	114



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perbankan merupakan bagian penting dari sistem keuangan suatu negara. Terdapat tiga fungsi utama perbankan, yaitu menerima simpanan dana (funding), menyalurkan dana (lending), dan memberikan jasa-jasa keuangan (service). Oleh karena itu, perbankan disebut sebagai lembaga perantara, yang menghubungkan antara pihak yang memiliki kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana. Bank dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu bank konvensional dan bank syariah, tergantung pada prinsip dan cara operasionalnya. Seperti bank konvensional, bank syariah juga menawarkan berbagai produk perbankan, salah satunya adalah pembiayaan atau financing. Pembiayaan adalah sumber pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik itu dilakukan secara mandiri atau melalui lembaga. Dengan kata lain, pembiayaan merupakan sumber pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan.

Bank syariah menawarkan berbagai jenis produk pembiayaan, termasuk pembiayaan modal kerja, multijasa, kendaraan bermotor, dan kepemilikan rumah. Kepemilikan rumah adalah kebutuhan pokok yang diimpikan setiap orang, sehingga produk pembiayaan kepemilikan rumah sangat diminati oleh masyarakat. Rumah merupakan kebutuhan pokok bagi manusia dan banyak diminati. Namun, harga rumah di perkotaan yang terus meningkat seiring pesatnya pembangunan telah membuat sulit bagi banyak orang untuk membeli rumah secara tunai. Oleh karena itu, opsi membeli rumah dengan angsuran atau menyewa rumah menjadi pilihan yang lebih memungkinkan. Untuk membantu mengatasi masalah ini, bank hadir dengan produk pembiayaan KPR syariah untuk membantu mempertemukan kebutuhan pembeli dan penjual rumah. (Hadija et al., 2020)

Bank Indonesia pada tahun 2014 sebagai faktor pendukung perkembangan perkembangan syariah, telah memberikan perhatian yang serius dan bersungguh-sungguh dalam mendorong perkembangan perbankan syariah. Semangat ini

dilandasi oleh keyakinan bahwa perbankan syariah akan membawa ‘maslahat’ bagi peningkatan ekonomi dan pemerataan kesejahteraan masyarakat. (Nofinawati, 2016).

KPR adalah suatu layanan yang diberikan dari bank yang ditawarkan untuk nasabah yang ingin memberikan kredit perumahan dan memperoleh layanan pinjaman. KPR muncul karena masyarakat membutuhkan untuk dapat membeli rumah untuk menarik minat ke masyarakat. Produk KPR di perbankan syariah pada dasarnya berbeda dengan KPR konvensional. Perbedaan terjadi karena prinsip dasar perbankan Syariah yang menggunakan bagi hasil dan transaksi murabahah, sedangkan perbankan konvensional menggunakan sistem bunga. Fitur yang berbeda terdapat pada produk KPR Syariah. (Fuqory et al., 2021)

Prinsip kerelaan antara kedua belah pihak (sama-sama ridha) merupakan dasar bagi setiap transaksi Islam. Dalam perbankan Syariah penting untuk memiliki informasi yang lengkap agar tidak ada kecurigaan atau penipuan karena salah satu pihak tidak mengetahui informasi yang diketahui oleh pihak lain. KPR Syariah tidak melibatkan istilah bunga pinjaman karena harga rumah sudah ditentukan pada awal perjanjian. Biasanya, lembaga keuangan Syariah membeli rumah yang diinginkan kemudian oleh nasabah. KPR seharga harga rumah tersebut, kemudian menjualnya, langsung kepada nasabah. Keuntungan Syariah tidak berasal dari bunga pinjaman yang tetap atau mengembang, melainkan dari margin keuntungan yang disepakati pada awal perjanjian. (Heykal, 2014).

KPR Syariah dikenal dengan nilai angsuran yang stabil karena harga rumah dan jumlah angsuran telah disepakati sejak awal perjanjian. Keuntungan dari nilai angsuran yang tetap ini adalah nasabah tidak perlu khawatir tentang fluktuasi suku bunga bank dan lebih mudah dalam menganggarkan pengeluaran bulanan. (Pipit setyaningtyas, 2016).

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah salah satu penyedia Kredit Pemilikan Rumah (KPR) terbesar di Indonesia. Layanan KPR BSI cukup diminati oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan perumahan. Pada bulan Juni 2022, bank yang didirikan pada tanggal 1 Februari 2021 tersebut telah menyalurkan dana sebesar Rp 6 triliun untuk pembiayaan KPR komersial, dari target Rp 14 triliun

tahun ini. Untuk pembiayaan rumah bersubsidi, Bank Syariah Indonesia telah menyediakan dana sebesar Rp 371 miliar, dari target Rp 1,5 triliun tahun ini. Skema kredit tanpa bunga dianggap sebagai salah satu faktor yang membuat layanan KPR perbankan syariah semakin diminati oleh masyarakat. Seperti diketahui, bank syariah menggunakan margin atau bagi hasil, dalam proses penyaluran kredit kepada nasabahnya. Melalui sistem tersebut, debitur dapat mengetahui jumlah pasti cicilan yang harus mereka bayarkan pada setiap bulannya selama masa tenor.

Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki peran yang tidak terpisahkan dalam pembahasan KPR. Sebagai bank milik pemerintah, BSI telah lama fokus dalam menyediakan layanan jasa dan produk KPR kepada masyarakat, termasuk melalui produk unggulannya yaitu KPR Syariah. Dalam KPR Syariah BSI, pengelolaan dana dilakukan secara syariah sesuai dengan prinsip agama, dengan tidak adanya sistem bunga dan tetap mempertahankan nilai beban pengelolaan dana. Layanan kredit KPR Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Madiun Agus Salim produk BSI Griya, yang terdiri dari Griya Simuda, Griya Maburur, dan Griya KPR Sejahtera/rumah subsidi, adalah sebuah fasilitas kredit yang disediakan oleh bank milik pemerintah ini untuk memungkinkan nasabah membeli rumah dengan cara diangsur atau dicicil selama jangka waktu tertentu.

KPR Syariah memberikan alternatif pembiayaan perumahan yang bebas dari riba (bunga). Salah satu keuntungan mengajukan pembiayaan pemilikan rumah (KPR) dari bank syariah adalah angsuran KPR tetap atau fixed, tidak terpengaruh oleh naik turunnya suku bunga. Hal ini karena bank syariah menggunakan akad transaksi jual beli, di mana bank membeli rumah secara penuh dan nasabah membeli kembali secara angsuran. Di sisi lain, bank konvensional hanya memberikan pembiayaan KPR sebesar selisih harga jual dengan uang muka, sehingga angsuran nasabah bisa naik ketika terjadi kenaikan suku bunga. Keuntungan lainnya adalah dokumen yang dibutuhkan sudah lengkap ketika nasabah melakukan transaksi akad jual beli rumah dengan bank syariah, karena bank harus menguasai dokumen sebelum jual beli dilakukan. Dengan begitu,

nasabah yang menggunakan KPR dari bank syariah bisa langsung menempati rumah tanpa harus menyelesaikan dokumen KPR pada developernya.

Pemilihan KPR syariah oleh beberapa orang disebabkan oleh pengaruh religiusitas yang dipercayai. Mayoritas penduduk asli Indonesia beragama Islam, sehingga kiranya sangat memungkinkan untuk suatu bisnis yang berlandaskan syariah. Religiusitas merupakan ketaatan seseorang dalam menjalankan ajaran agamanya, dimana orang yang taat dengan agama akan senantiasa mempertimbangkan segala sesuatunya berdasarkan perintah agamanya, termasuk ketika seseorang akan melakukan pembelian sebuah produk. Ada beberapa skema atau akad yang digunakan dalam KPR syariah, diantaranya adalah akad jual beli pengadaan (skema Murabahah), akad jual beli pemesanan (Istisna), akad kepemilikan bertahap (Musyarakah Mutanaqisah), dan akad sewa beli IMBT (Ijarah Muntahia Bittamlik). Dari beberapa akad yang ditawarkan, akad jual beli Murabahah paling banyak digunakan oleh bank syariah di Indonesia. (Hadija et al., 2020)

Pengetahuan dan pemahaman masyarakat tentang bank syariah juga sudah mempengaruhi sudut pandang masyarakat menilai itu sendiri terhadap bank syariah. Singkatnya, pada persepsi masyarakat terhadap bank syariah bergantung pada apa yang masyarakat itu ketahui. Jika, pemahaman masyarakat terhadap bank syariah kurang memadai, maka perhatian tentang bank syariah tentunya sangat rendah. Karena masih sangat rendahnya pemahaman masyarakat tentang Islam belum lagi permasalahan perbankan dan perekonomian Islam dengan secara keseluruhan, perbankan syariah harus terus berkembang dan meningkatkan kinerjanya. Jika pemahaman dan pengetahuan masyarakat tentang perbankan syariah terus meningkat, maka jika masyarakat memiliki permintaan dan antusiasme yang tinggi maka perbankan syariah akan semakin berkembang. Akan tetapi tentang pemahan dan pengetahuan tentang KPR Syariah masih sedikit masyarakat mengenalnya dan masih sedikit untuk mencobanya.

Walaupun masih terbatas, sebetulnya sudah ada pembiayaan perumahan dari bank syariah. Memang belum banyak orang yang mengetahui dan sepertinya belum

ada bank syariah yang gencar memasarkan produk ini. Namun kedepannya, produk ini bukan tidak mungkin menjadi produk unggulan bank syariah. Karena hampir setiap keluarga memerlukan yang namanya pembiayaan rumah, dan sebagian besar keluarga Indonesia adalah Muslim yang tentunya ingin tetap Istiqomah dalam memiliki rumah yang sesuai dengan Syariah. (Cleanita Imra'atul Khasanah1 dan Nur Huri Mustof, 2022)

Alasan peneliti meneliti tentang KPR Syariah dikarenakan berdasarkan latar belakang di atas, KPR Syariah sedang dalam perkembangan yang baik, tetapi dengan perkembangannya tidak terlalu menjadi perhatian masyarakat atas KPR Syariah itu sendiri, Kota Madiun pula bermayoritas muslim sehingga peneliti memutuskan meneliti di wilayah Kota Madiun guna untuk memberi informasi lebih terhadap masyarakat tentang perbankan syariah di Kota Madiun.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti membuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Religiusitas berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk mengajukan KPR Syariah di KC Madiun Agus salim Kota Madiun?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat masyarakat untuk mengajukan KPR Syariah di KC Madiun Agus salim Kota Madiun?
3. Bagaimana pengaruh pengetahuan produk terhadap minat masyarakat untuk mengajukan KPR Syariah di KC Madiun Agus Salim Kota Madiun?
4. Bagaimana pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan produk terhadap minat masyarakat untuk mengajukan KPR Syariah di KC Madiun Agus Salim Kota Madiun?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan pengaruh Religiusitas terhadap minat pengajuan KPR di Bank Syariah Indonesia.
2. Untuk menjelaskan pengaruh Kepercayaan terhadap minat pengajuan KPR Syariah.

3. Untuk menjelaskan pengaruh pengetahuan produk terhadap minat pengajuan KPR Syariah.
4. Untuk menjelaskan pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, dan Pengetahuan produk, terhadap minat pengajuan KPR Syariah.

D. Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

A. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman bagi para peneliti dan akademisi sebagai referensi untuk penelitian masa depan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambahkan pengetahuan mengenai yang berkaitan dengan KPR Syariah. Harapannya, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian berikutnya yang menggunakan berbagai inovasi dan penemuan baru

B. Bagi Praktisi

Sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan kebijakan pihak perbankan dalam menerapkan sistem-sistem bank, dan dalam produk-produk yang diinginkan dan dibutuhkan masyarakat dalam kehidupan, seperti KPR yang sedang banyaknya masyarakat membutuhkan pembiayaan perumahan yang terjangkau.

C. Sistematika Penulisan

Uraian tentang pembahasan penelitian yang akan dilakukan dibagi dalam sistematika penulisan yang dirangkup dalam 5 bab yaitu sebagai berikut:

BAB I membahas berbagai hal, termasuk latar belakang penelitian yang memuat alasan mengapa penelitian dilakukan, rumusan masalah yang menggambarkan inti permasalahan yang akan dipecahkan dalam penelitian. Tujuan penelitian yang harus selaras dengan latar belakang dan pertanyaan penelitian, manfaat penelitian yang mencakup dampak positif yang bisa

didapat apabila tujuan penelitian tercapai , serta sistematika penulisan yang dijelaskan secara garis besar. Selain itu, penelitian yang akan dilakukan didasarkan pada rumusan masalah yang telah disusun, dan manfaat penelitian umumnya terkait dengan tujuan penelitian dan pengembangan akademik.

BAB II, dijelaskan telaah Pustaka dari berbagai jurnal ilmiah nasional dan internasional yang telah terbukti secara ilmiah, dan landasan teori yang digunakan untuk memperkuat dasar penelitian, serta hipotesis yang berfungsi sebagai jawaban sementara atas persoalan yang perlu dibuktikan kebenarannya, serta kerangka berfikir.

BAB III dijelaskan metode penelitian yang mencakup desain penelitian, lokasi, dan waktu, objek penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, instrument penelitian yang digunakan, dan jadwal peneliitian.

BAB IV, membahas terkait antar faktor dari data yang diperoleh dan menyelesaikan masalah dengan metode yang diajukan serta menganalisa proses dan hasil penyelesaian masalah.

BAB V, berisi kesimpulan singkat dan akurat yang menjawab permasalahan dan tujuan penelitian yang telah disusun. Disampaikan juga saran untuk pengembangan riset selanjutnya atau perbaikan yang ditunjukkan kepada pihak terkait.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Telaah Pustaka/ Literature Review

Dalam penelitiannya, penulis menemukan beberapa artikel jurnal penelitian yang relevan dan memilihnya sebagai referensi dalam telaah pustakanya. Telaah pustaka ini, akan membantu peneliti untuk mengembangkan pandangan kritis terhadap penelitian terdahulu dan relevansi dengan penelitian yang dilakukan saat ini. Beberapa jurnal yang relevan dengan penelitian ini antara lain:

Biwafa, (2018) mendapatkan hasil penelitian yang berjudul “Analisis Tingkat Pemahaman KPR Syariah Pengusaha Developer Perumahan di Kabupaten Bogor (Studi Analisa di Kecamatan Bojong Gede, Gunung Sindur, dan Tajur Halang)”. Penelitian dilakuakn di Kabupaten Bogor, dengan tujuan untuk mengukur tingkat pemahaman developer perumahan terhadap akad Syariah, mengamati perkembangan bisnis properti Syariah, dan mengevaluasi pemahaman developer terhadap KPR Syariah dengan berbagai akad Syariah di Kecamatan Bojong Gede, Gunung Sindur, dan Tajur Halang Kabupaten Bogor. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengusaha developer telah memahami dengan baik tentang produk KPR Syariah, dan dalam menghadapi ekonomi Syariah yang semakin berkembang, developer terus melakukan inovasi dan memberikan usaha maksimal untuk mencapai hasil yang lebih baik. (Biwafa, 2018)

Dewi Ziqni Fuqory mendapatkan hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Pengajuan KPR Syariah di CIMB Niaga Syariah dengan Pengetahuan Produk sebagai Variabel Intervening”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Pengajuan KPR Syariah di CIMB Niaga Syariah dengan Pengetahuan Produk sebagai Variabel Intervening. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel religiusitas, pengetahuan produk terhadap minat,

sedangkan tidak terdapat pengaruh antara variabel kepercayaan terhadap minat. (Fuqory et al., 2021)

Mohamad Heykal yang berjudul “Analisis Tingkat Pemahaman KPR Syariah pada Bank Syariah di Indonesia”. Dari penelitian yang dilakukan dalam tahun ke-0 ini dapat dilihat KPR Syariah merupakan instrument pembiayaan yang populer diantara bank-bank Syariah, namun data menunjukkan bahwa dari 11 bank umum Syariah Indonesia, hanya 6 yang menawarkan pembiayaan KPR Syariah dengan jumlah yang fluktuatif. Fluktuasi ini, terutama disebabkan oleh kurangnya pemahaman masyarakat tentang konsep KPR Syariah. Sebuah studi awal oleh PT Bank Muamalat menunjukkan bahwa perlu ada pengembangan dalam produk KPR Syariah agar lebih mudah dipahami oleh calon nasabah. Sementara itu, analisis mengenai perkembangan KPR Syariah di PT BTN Syariah mengindikasikan bahwa produk ini belum menjadi produk unggulan bagi bank tersebut. Penelitian lanjutan perlu dilakukan dengan data yang lebih banyak, sehingga simpulan mengenai tingkat pemahaman KPR syariah ini bisa diperoleh secara lebih komprehensif. (Huang, 2010)

Pipit setyaningtas hasil penelitian yang berjudul “Implementasi Akad Pada Produk Pembiayaan KPR di Bank Syariah Mandiri KC PURWOKERTO”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) di Bank Mandiri Syariah KC Purwokerto sesuai dengan penerapan akad m pada pembiayaannya. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif yaitu seorang penulis mengumpulkan data yang diperoleh, kemudian menginterpretasikannya dan menganalisisnya sehingga dapat memberikan informasi yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah yang dihadapi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk pembiayaan KPR di Bank Syariah Mandiri KC Purwokerto tidak hanya menggunakan akad m , tetapi juga menggunakan akad wakalah dan menggunakan analisis 5C. (Hadija et al., 2020)

Hidayat, G. (2017) hasil penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Muslim dalam Memilih Pembiayaan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Melalui Bank Syariah”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah Muslim dalam memilih pembiayaan KPR melalui bank Syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa prosedur pemberian kredit, kualitas pelayanan, tingkat biaya, dan tingkat religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah Muslim dalam memilih pembiayaan KPR melalui Bank Syariah. Namun, pengetahuan tidak mempengaruhi keputusan nasabah Muslim dalam memilih pembiayaan KPR melalui Bank Syariah karena keputusan tersebut didorong oleh nilai-nilai Islam yang melekat pada produk KPR Syariah. Oleh karena itu, nasabah yang sudah menggunakan KPR Syariah secara otomatis mempertimbangkan iman dan akhlaknya dalam memilih KPR Syariah tanpa dipengaruhi oleh informasi lain terkait produk tersebut. (Hidayat, 2017)

Alfia Qorizah (2019) hasil penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil KPR Syariah Bank Jatim Syariah Surabaya”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan nasabah mengambil KPR Syariah pada Bank Jatim Syariah Cabang Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel bauran pemasaran yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan nasabah dalam menggunakan produk KPR Syariah yakni, variabel promosi, orang, dan janji. Sedangkan variabel yang tidak berpengaruh yakni variabel produk, harga, tempat, proses, bukti fisik dan sabar. Secara simultan, variabel bauran pemasaran berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah. (Qorizah & Setiawan Prabowo, 2019)

Arif Rochman, Dharu Triasih, Agus Saiful Abib (2019) hasil penelitiannya yang berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Transaksi Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Di Bank Tabungan Negara Syariah (BTN SYARIAH) Semarang”. Hasil dan pembahasan penelitian ini

yaitu sistem transaksi KPR yang dilakukan BTN Syariah menggunakan akad jual beli murabahah dan istishna. Tinjauan hukum Islam terhadap Akad murabahah yaitu dengan 3 pendekatan yang terdiri dari ditinjau dari rukun jual beli, syarat sah jual beli serta syarat jual beli kredit. Untuk akad Istishna, BTN Syariah tidak bisa menggunakan akad ini karena BTN Syariah bukanlah produsen melainkan trader. Simpulannya skema transaksi KPR yang dilakukan BTN Syariah hakekatnya bukan jual beli murabahah atau istishna, tetapi hutang piutang / qardh. (Rochman et al., 2019)

Buchari (2018) hasil penelitiannya yang berjudul “Kesadaran Masyarakat Terhadap KPR Syariah”. Penelitian ini bertujuan untuk ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai tingkat kesadaran masyarakat terhadap perumahan dengan skema syariah di Indonesia, dengan memanfaatkan hadirnya Lembaga Keuangan Syariah (LKS) seperti perbankan Syariah dan Developer Property Syariah (DPS) yang bisa memberikan kontribusi besar kepada kesadaran masyarakat akan pentingnya Kredit Pemilikan Rumah (KPR) sesuai syariah. Berdasarkan hasil penelitian, maka dengan awareness (kesadaran) sebesar 64,6% (enam puluh empat koma enam persen) bisa diambil kesimpulan bahwa kesadaran masyarakat sangat besar. Untuk kepentingan bisnis perumahan pun bisa menjadi segmentasi pasar Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah yang sangat potensial. Bagi peneliti berikutnya disarankan untuk dapat melakukan penelitian dengan mendapatkan data primer secara kuantitatif untuk menguji beberapa variabel lain yang dapat mempengaruhi kesadaran masyarakat terhadap Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah. (A Buchari ·2018, 2018)

Faisal, Umardani, Hasibuan, Rahma, Wahyuni (2020) hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Minat Penerapan Nilai Islam Terhadap Keputusan Menggunakan Tabungan Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa)”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh pengetahuan masyarakat terhadap keputusan menggunakan produk tabungan perbankan Syariah, (2) pengaruh penerapan nilai-nilai Islam terhadap keputusan menggunakan produk tabungan

perbankan Syariah (studi kasus masyarakat Kota Langsa). Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Data penelitian diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik, regresi berganda dan uji hipotesis. Pengolahan data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dimulai dengan melakukan tabulasi kuesioner, lalu kemudian dilakukan pengujian dengan bantuan software SPSS. Maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan Produk Tabungan. Menunjukkan bahwa variabel minat penerapan nilai-nilai islam berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk tabungan Perbankan Syariah. (Hasibuan & Wahyuni, 2020).

Indah Fajarwati Mulyaningtyas (2020) hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Siswa Di Bank Syariah”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan tentang bank syariah dan literasi keuangan terhadap minat menabung siswa pada bank syariah di kelas XI IPS MAN 2 Kota Malang. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara dua variabel bebas yakni pengetahuan terhadap bank syariah (X1) dan literasi keuangan (X2) terhadap minat menabung siswa pada bank syariah (Y). Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan pengetahuan tentang bank syariah terhadap minat menabung siswa pada bank syariah di kelas XI IPS MAN 2 Kota Malang. Terutama pada indikator pengetahuan tentang prinsip-prinsip yang dijalankan dalam melaksanakan operasional bank syariah, pengetahuan tentang konsep dalam pengelolaan bank syariah dan pengetahuan tentang produk-produk bank syariah. (Mulyaningtyas et al., 2020).

Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada subjek dan variabel penelitian yang digunakan. Penelitian ini melibatkan

nasabah dari satu Bank Syariah Indonesia di Madiun sebagai subjek penelitian, dengan variabel independen meliputi religiusitas, kepercayaan, dan pengetahuan produk serta variabel dependen yaitu minat.

B. Kerangka Teori/Landasan Teori

1. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Istilah religiusitas berasal dari kata religi dan religius yang pengertiannya dipadankan dengan artinya kata agama dan al-Din. Agama memiliki dua dimensi yaitu pertama sebagai kepercayaan pada sesuatu yang ghaib dan adanya hari akhirat yang kekal, kedua sebagai sesuatu yang mempengaruhi kehidupan manusia. Religiusitas berasal dari Bahasa Inggris religion yang berarti agama, kata religious artinya yang berharga dengan agama, beragama, dan beriman. Selain itu, satu sumber menyebutkan kata religiositas berasal dari bahasa latin Religio yang berasal dari kata religare berarti mengikat. Religius menunjuk pada sesuatu yang dirasakan sangat dalam yang bersentuhan dengan keinginan seseorang yang butuh ketaatan dan memberi imbalan sehingga mengikat seseorang dalam suatu masyarakat (Fauziah, 2013).

Zuhirsyan & Nurlinda (2021) menyatakan bahwa kata keagamaan mengacu pada suatu keadaan yang bersifat religius dan bernuansa ketundukan kepada Tuhan, yakni percaya kepada adanya Tuhan serta mengikuti ajaran yang ditetapkan-Nya.

Meskipun agama dan religiusitas memiliki perbedaan keduanya saling melengkapi dan mendukung satu sama lain. Agama mengacu pada institusi, kebaktian formal, peraturan dan aspek kemasyarakatan, sementara religiusitas mencakup aspek batinilah yang sulit dijelaskan oleh orang lain. Oleh karena itu, religiusitas lebih dalam terlihat formal atau resmi. Religiusitas dapat diukur dari pengetahuan, keyakinan, penghayatan dan pelaksanaan agama yang dianut seperti pada seorang muslim

yang menunjukkan ketaatan kepada Agama Islam melalui keyakinan, ibadah, dan norma yang mengatur hubungan dengan Tuhan. Secara keseluruhan, religiusitas mendorong naluri seseorang untuk meyakini dan mengamalkan agama yang diyakini termasuk keyakinan pada Tuhan, ibadah dan norma yang mengatur hubungan manusia dengan Tuhan. (Fauziah, 2013).

b. Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Thouless (1992) dalam Ervianto (2016) mengklasifikasikan faktor-faktor yang menghasilkan sikap keagamaan. Faktor-faktor tersebut terdiri dari empat kelompok utama, yaitu:

1) Pengaruh Sosial

Pengaruh sosial dalam perkembangan sikap keagamaan mencakup pengaruh dari orangtua dalam Pendidikan, tradisi sosial, serta tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan pandangan dan sikap yang disetujui oleh lingkungan. Konsep sugesti sangat erat kaitannya dengan pengaruh-pengaruh tersebut.

2) Pengaruh Pengalaman (Alami)

Pengalaman alami, seperti pengalaman tentang keindahan, keselarasan, dan kebaikan di dunia juga mempengaruhi sikap keagamaan seseorang. Penting untuk dicatat bahwa pengalaman langsung di dunia nyata merupakan awal dari pengaruh ini, dan individu mulai dengan memandang dunia sebagai sesuatu yang memiliki kemiripan dengan Tuhan atau memiliki tanda-tanda supernatural, sebelum mengubah intuisi mereka menjadi argumen verbal. Akibat dari argument itu bisa memperkuat keyakinan agama yang pada mulanya berdasarkan intuisi itu. Di pihak lain, penalaran-penalaran berikutnya bisa saja memperlemah atau bahkan menghancurkan keyakinan bahwa penafsiran keagamaan itu merupakan penafsiran yang benar karena

berdasarkan kajian kritis, penampilan desainnya dinilai ilusif.

3) Pengaruh Kebutuhan

Kebutuhan akan kepuasan agama seringkali muncul ketika seseorang mengalami kebutuhan yang tidak terpenuhi, seperti kebutuhan akan keselamatan, cinta, harga diri atau karena adanya kematian. Namun, karena berbagai faktor yang mempengaruhi tidak selalu mudah bagi manusia untuk memenuhi semua kebutuhan tersebut. Ketika kebutuhan tidak terpenuhi, seseorang mungkin merasa gelisah dan mencari cara untuk mengatasinya, baik dengan cara yang sehat maupun tidak sehat.

4) Pengaruh Proses Pemikiran

Proses pemikiran memainkan peran penting dalam pembentukan pandangan keagamaan, lebih besar daripada yang umumnya dipertimbangkan oleh ahli psikologi. Proses pemikiran dapat memberikan alasan untuk membenarkan suatu kepercayaan yang akan memperkuat keyakinan tersebut secara diam-diam.

c. Dimensi-Dimensi Religiusitas

Glock & Stark yang dikutip oleh Ancok & Suroso, (1994) dan dibahas oleh dalam (Erviyanto, 2016) menjelaskan religiusitas dapat tercermin dalam berbagai aspek kehidupan manusia, dan tidak terbatas hanya pada pelaksanaan ritual keagamaan. Ada kekuatan spiritual yang mendorong seseorang untuk beraktivitas dan menurut Glock & Stark dalam (Erviyanto, 2016) terdapat lima dimensi keberagamaan yang mencakup:

a. Dimensi Keyakinan (Ideologis)

Dimensi Keyakinan mencakup keyakinan yang dipegang teguh oleh orang religius terhadap pandangan teologis tertentu dan pengakuan akan kebenaran

doktrin-doktrin tersebut. Tiap agama, memiliki seperangkat kepercayaan yang diharapkan diikuti oleh penganutnya. Meskipun demikian, isi dari seperangkat kepercayaan ini bervariasi tidak hanya diantara agama-agama, tetapi juga diantara tradisi dalam agama yang sama.

b. Dimensi Peribadatan atau Praktik Agama (Ritualistik)

Dimensi Peribadatan atau Praktik Agama (Ritualistik) mencakup perilaku pemujaan dan ketaatan orang terhadap agama yang dianut-Nya. Praktik-praktik agama terdiri dari dua kelas yaitu ritual dan ketaatan. Ritual mencakup seperangkat ritus, tindakan keagamaan formal, dan praktik-praktik suci yang diharapkan dilaksanakan oleh para pemeluk. Sementara ketaatan dan ritual saling terkait ada perbedaan penting diantara keduanya.

c. Dimensi Penghayatan (Eksperiensial)

Dimensi Penghayatan (Eksperiensial) menyoroti bahwa semua agama mengandung pengharapan tertentu, namun tidak benar bahwa seseorang yang beragama dengan baik akan mencapai pengetahuan subyektif dan langsung mengenai kenyataan terakhir. Dimensi ini berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan, persepsi, dan sensasi yang dialami atau didefinisikan oleh kelompok keagamaan yang melihat komunikasi dalam suatu esensi ketuhanan meskipun kecil.

d. Dimensi Pengamalan (Konsekuensial)

Dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman dan pengetahuan seseorang dalam kehidupan sehari-hari.

Agama mempengaruhi cara berfikir dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari meskipun tidak selalu jelas sejauh mana konsekuensi-konsekuensi agama merupakan bagian dari komitmen keagamaan atau semata-mata berasal dari agama.

e. Dimensi Pengetahuan Agama (Intelektual)

Dimensi ini mengacu pada harapan bahwa orang yang beragama setidaknya memiliki pengetahuan dasar tentang keyakinan, kitab suci dan tradisi agama.

Gunawan, (2021) terdapat 5 indikator yaitu: Keyakinan terhadap tuhan dan agama, Praktek keberbagaiaan, Perasaan religiuus, Pengetahuan agama, Penerapan keberbagaiaan dalam kehidupan sehari-hari.

2. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Keyakinan pada mitra pertukaran adalah kepercayaan bahwa seseorang akan mendapatkan apa yang diinginkannya. Hal ini melibatkan apa yang diinginkan nya. Hal ini melibatkan, kesepian seseorang untuk bertindak sesuai keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang diharapkan nya, serta keyakinan umum bahwa kata janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya.

Menurut Barnes terdapat beberapa elemen penting dari kepercayaan serta dikutip oleh (Fitria, 2013), beberapa elemen penting dari kepercayaan, antara lain:

- Kepercayaan berkembang dari pengalaman dan tindakan masa lalu.
- Mitra diharapkan memiliki watak yang dapat dipercaya dan diandalkan.
- Mempercayai orang lain melibatkan risiko yang harus diambil.

- Kepercayaan melibatkan perasaan aman dan keyakinan terhadap mitra kerja.

Label untuk komponen kepercayaan ini terdiri dari prediktibilitas, keandalan, dan keyakinan. Prediktibilitas dapat dilihat dari umpan balik pelanggan yang mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut dapat diandalkan. Keandalan muncul dari hubungan yang berkembang dan mengarah pada kepercayaan pada individu itu sendiri, bukan hanya pada tindakan tertentu. Keyakinan tercermin dari kepercayaan konsumen bahwa mitra mereka akan merawat mereka dengan baik.

Akbar dan Parvez dikutip dari (Fitria, 2013), menjelaskan beberapa manfaat dari adanya kepercayaan:

- 1) Kepercayaan dapat mendorong pemasar untuk berusaha menjaga hubungan yang terjalin dengan bekerja sama dengan rekan perdagangan.
- 2) Kepercayaan menolak pilihan jangka pendek dan lebih memilih keuntungan jangka panjang yang diharapkan dengan mempertahankan rekan yang ada.
- 3) Kepercayaan dapat mendorong pemasar untuk mendatangkan resiko besar dengan bijaksana karena percaya bahwa rekannya tidak akan mengambil kesempatan yang dapat merugikan pasar.

b. Dimensi Kepercayaan

Menurut McKnight, Kacmar, dan Choudry dikutip dari Fuqory et al.,(2021) kepercayaan dibangun antara pihak-pihak yang belum saling kenal mengenal baik dalam interaksi maupun proses transaksi. Ada dua jenis kepercayaan konsumen, yaitu:

- 1) *Trusting Belief*

Trusting Belief merupakan sejauh mana seseorang percaya dan merasa yakin terhadap orang lain dalam suatu situasi.

Trusting Belief merupakan persepsi antara pihak konsumen

dan pihak produsen yang mana produsen memiliki karakteristik yang akan menguntungkan konsumen.

2) *Trusting Intention*

Ketergantungan pada kepercayaan yang dimiliki seseorang untuk orang lain dalam hal keadaan dan kondisi yang diantisipasi dikenal sebagai niat percaya. Menurut McKight, Chondhury, dan Kacmar yang dikutip (Yasin, 2018), dalam trust intention terdiri dari dua komponen, yaitu:

a. *Willingness to depend*

Untuk dapat mentolerir bahaya dan hal-hal lain yang akan berdampak negatif klien harus siap bergantung pada sumber barang

b. *Subjective probability of depending*

Kapasitas konsumen untuk mengikuti instruksi dan saran dari vendor, serta kesediaan mereka untuk mengungkapkan informasi pribadi untuk memfasilitasi transaksi, semuanya memiliki kemungkinan subyektif untuk bergantung pada mereka.

Indikator Kepercayaan Menurut Flavian dan Giunaliu (2007) dikutip dari Fuqory et al., (2021) menyatakan bahwa beberapa indikator yang digunakan dalam mengukur kepercayaan adalah:

a) Kejujuran, (*honesty*). yaitu transparansi yang dilakukan perusahaan dapat membangun kepercayaan calon konsumen

b) Kebajikan, (*benevolence*). yaitu tindakan yang dilakukan dalam mencerminkan sikap dan nama perusahaan untuk membangun kepercayaan.

c) Kompetensi, (*competence*). kemampuan yang dimiliki perusahaan yang dapat menjadi faktor kepercayaan calon konsumen.

3) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan

Menurut Tjahyadi dikutip dari Yuniati, (2016), terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kepercayaan, antara lain:

a) *Brand Characteristic* (Karakteristik Produk)

Karakteristik produk mempunyai peran yang penting dalam menentukan pengambilan keputusan konsumen untuk mempercayai suatu produk, hal ini disebabkan konsumen melakukan penilaian sebelum membelinya.

b) *Company Characteristic* (Karakteristik Perusahaan)

Karakteristik perusahaan yang diperkirakan dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

c) *Customer Brand Characteristic* (Karakteristik Hubungan Konsumen)

Suatu hubungan tidaklah hanya satu arah, setiap kelompok saling mempengaruhi dalam hubungannya dengan kelompok lain. Begitu pula dalam hal ini, karakteristik hubungan konsumen dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk mencakup kesukaan konsumen terhadap produk, pengalaman konsumen, dan kepuasan konsumen.

3. Pengetahuan Produk

a. Pengertian Pengetahuan Produk

Pengetahuan berarti segala sesuatu yang berhubungan dengan sesuatu (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Menurut

Soekidjo Notoatmodjo (2007) dikutip dari Fuqory et al., (2021) pengetahuan atau kognisi merupakan bidang yang sangat penting yang membentuk perilaku manusia (perilaku dominan). Berdasarkan pengalaman dan penelitian, ternyata perilaku berbasis pengetahuan akan bertahan lebih lama dibandingkan perilaku non berbasis pengetahuan.

Meliono, (2007) dikutip dari Fuqory et al., (2021) Pengetahuan merupakan hasil dari mengingat sesuatu, misalnya mengingat peristiwa yang dialami secara sengaja atau tidak sengaja yang terjadi setelah orang menyentuh atau mengamati suatu benda. Secara etimologis, pengetahuan berasal dari bahasa Inggris yaitu knowledge. Dalam bahasa Arab, pengetahuan dijelaskan dengan istilah al-ilm, al-ma'rifah dan as-syu'ur (kesadaran). Ilmu atau pengetahuan Islam mencakup dua definisi. Pertama, ilmu mencapai jiwa manusia dari Allah, dan kedua, jiwa manusia memasuki obyek ilmu melalui penelitian. Secara istilah, pengetahuan adalah pengungkapan realitas kepada jiwa, jadi tidak ada keraguan.

Berbeda dengan ilmu atau science yang menghendaki penjelasan lebih lanjut dari sekedar apa yang dituntut oleh pengetahuan atau knowledge. Ketidakraguan merupakan syarat mutlak bagi jiwa seseorang untuk dapat dikatakan mengetahui. Maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan adalah segala sesuatu yang telah diketahui dan diperoleh seseorang dari sentuhan panca indera terhadap objek tertentu. Sehingga pengetahuan tersebut menjadi dasar manusia bersikap dan bertindak.

Pengertian Pengetahuan Produk (*Product Knowledge*) Menurut Rao “mendefinisikan pengetahuan produk (*product knowledge*) sebagai acuan terhadap semua informasi/ berita yang dapat dipertanggung jawab kan kedalam pikiran konsumen yang

sama persis terhadap pengetahuan produk halal. Konsumen yang berpengetahuan lebih tinggi akan lebih realistis dalam pemilihan sesuai harapannya”.

Pengetahuan seseorang terhadap produk halal merupakan dasar yang sangat penting dalam mencari tau perilaku konsumen lainnya sama halnya dengan mencari berita yang benar agar tidak termakan berita bohong/hoax. Ada dua macam pemikiran yang membedakan yang pertama pengetahuan objektif dan self assessed, pengetahuan objektif yaitu informasi yang dapat dipertanggung jawab kan dan dapat disimpan dalam jangka waktu yang lama. Selanjutnya self-assessed adalah menyangkut pemikiran seseorang bagaimana seberapa jauh tentang pengetahuan terhadap produk makanan halal. (Vristiyana, 2019)

Pengetahuan Produk bank syariah dapat menjadi sebuah pertimbangan bagi seorang konsumen untuk memilih antara bank konvensional dengan bank syariah. Jika pemasaran berhasil memberikan pengetahuan yang jelas mengenai produk bank syariah, maka bisa jadi konsumen akan mempertimbangkannya dalam memilih produk dan jasa bank tersebut. Muhammad (2007) dikutip dari Fuqory et al., (2021) menyatakan perbankan syariah, terdapat beberapa ilmu yang berpengaruh yaitu: keyakinan agama, keberadaan bank syariah, opini tentang bunga bank, pendidikan, jenis pekerjaan, tingkat pendapatan, referensi bank syariah dan fasilitas perbankan syariah meskipun penduduk Indonesia sebagian besar penduduknya.

Beragama Islam, namun banyak orang yang tidak memahami sama sekali produk yang disediakan oleh Bank Syariah, sehingga mengurangi minat calon nasabah untuk menyimpan di Bank Syariah. Sebaliknya jika pengetahuan tentang produk dan layanan perbankan sudah dikenal, karena

nasabah dapat menggunakan dan memanfaatkan fasilitas bank, maka bunga tabungan akan meningkat.

b. Jenis pengetahuan Produk

Kategori produk adalah pengetahuan produk yang paling luas, meliputi beberapa bentuk, merek atau model. Sumarwan (2011) dikutip dari (Fuqory et al., 2021) juga membagi tiga indikator pengetahuan produk, yaitu:

- 1) Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk: Atribut dapat diartikan sebagai karakteristik nyata dan tidak nyata (tangible dan intangible) dari produk yang memberikan kepuasan subjektif atau pemuasan kebutuhan bagi konsumen.
- 2) Pengetahuan tentang manfaat produk: Jenis pengetahuan produk yang kedua adalah pengetahuan tentang manfaat produk. Pengetahuan manfaat produk merupakan suatu hal yang penting bagi konsumen, karena pengetahuan ini akan mempengaruhi keputusan pembelinya.
- 3) Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen: Untuk mengetahui suatu kepuasan yang diberikan produk kepada konsumen adalah jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan kepuasan yang maksimal kepada konsumen, maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengkonsumsi produk dengan benar

c. Manfaat Pengetahuan Produk

Pelanggan biasanya merasakan dua jenis manfaat yang berbeda, yaitu:

1. Manfaat Fungsional: Keuntungan yang dialami pelanggan secara fisik dan yang berhubungan dengan cara kerja produk.

2. Keuntungan psikologis mendapat manfaat dari faktor psikologis (emosional, sosial, dan psikologis).

Berdasarkan Lin, (2006) dikutip dari Fuqory et al., (2021) terdapat beberapa dimensi Consumer Product Knowledge yakni sebagai berikut:

- 1) *Consumer Perception* yaitu persepsi mengenai keunggulan dan cara pakai produk secara tepat guna.
- 2) *Memory* yaitu spesifikasi produk yang terdapat dalam ingatan konsumen serta jenis produk tersebut.
- 3) *Consumer Experience* yaitu pengalaman saat melihat serta mencoba produk.

4. Minat Konsumen

a. Pengertian Minat

Menurut Syah dalam Bari'ah, (2008) dikutip dari (Fuqory et al., 2021) menjelaskan bahwa minat berarti gairah atau keinginan yang kuat terhadap sesuatu. Minat bukanlah istilah yang populer karena tergantung pada faktor internal seperti konsentrasi, rasa ingin tahu, motivasi dan kebutuhan. Tindakan stimulus yang diberikan bank untuk menarik minat masyarakat dalam menabung sebatas stimulus, dan hasilnya hanya bisa dirasakan langsung oleh nasabah. Nasabah saat ini perlu ekstra hati-hati sebelum memutuskan bank mana yang akan dipilih sebagai lokasi dana investasi. Sardirman mengemukakan bahwa minat merupakan suatu kondisi yang terjadi apabila seseorang melihat sesuatu ciri atau arti yang memiliki hubungan dan keinginan-keinginan atau hubungannya sendiri. Oleh karena itu, apa yang dilihat seseorang sudah tentu akan membangkitkan minatnya sejauh apa yang dilihat itu mempunyai hubungan dengan kepentingannya sendiri. Hal ini menunjukkan, bahwa minat merupakan kecenderungan jiwa seseorang kepada

seseorang (biasanya disertai perasaan senang), karena ada kepentingan dengan sesuatu itu.

Minat berkaitan dengan perasaan suka atau senang dari seseorang terhadap sesuatu objek. Hal ini seperti dikemukakan oleh Slameto (2003: 180) dikutip dari Fuqory et al., (2021) yang menyatakan bahwa minat sebagai suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.

Menurut Suharyat (2009:14) dikutip dari Maghfiroh, (2018) minat terdapat 4 indikator yaitu:

- 1) Perhatian (*Attention*).
- 2) Ketertarikan (*Interest*).
- 3) Keinginan (*Disire*).
- 4) Keyakinan (*Conviction*).

b. Dimensi Minat

Dimensi minat beli menurut Ferdinand yang dikutip oleh Fuqory et al., (2021) ada 4, yaitu:

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- 2) Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- 3) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- 4) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

5. Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Syariah

Bank menawarkan kepada konsumen mereka kemampuan untuk menerima layanan dan pinjaman untuk memberikan pinjaman kepemilikan rumah kepada klien mereka. Bank sering memberlakukan sejumlah persyaratan atas pinjaman atau bentuk kredit lainnya untuk mengelola risiko kredit. KPR berkembang akibat tingginya permintaan masyarakat akan kemampuan membeli rumah yang tidak bersama dengan peningkatan daya beli masyarakat. Merupakan salah satu fasilitas yang diberikan oleh Bank Syariah dengan membiayai kebutuhan nasabah dalam hal pengadaan rumah tinggal (konsumtif), baik baru maupun bekas, dimana nasabah dapat mengangsur pembayarannya dengan jumlah angsuran yang tidak akan berubah selama masa perjanjian. Perbedaan antara produk KPR Bank Konvensional dengan Bank Syariah ada pada konsep bagi hasil dan kerugian. (*profit and loss sharing*). (Biwafa, 2018)

Dalam KPR konvensional, biasanya melibatkan berbagai departemen lain, seperti perseroan terbatas, yang akan menyediakan tempat untuk kegiatan pembangunan perumahan. Selain itu, KPR konvensional juga memuat konten lain, antara lain harga tunai, tingkat bunga uang muka dan pembayaran angsuran yang harus dibayar nasabah, serta berbagai komoditas dan kebutuhan lain yang harus dibayar debitur. KPR sendiri terbagi menjadi dua, yaitu KPR bersubsidi dan KPR non subsidi. KPR bersubsidi didefinisikan sebagai KPR untuk orang-orang yang ekonominya lemah. Metode kredit yang sering digunakan oleh KPR Konvensional tidak digunakan dalam mekanisme KPR Syariah.

Sistem pendanaan adalah istilah yang digunakan untuk menjelaskan mekanisme KPR Syariah. Dengan demikian, murabahah adalah akad jual beli produk yang menentukan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang telah disepakati antara penjual dan pembeli. Karena murabahah menentukan tingkat keuntungan yang diperlukan.

Akad ini merupakan contoh akad kepastian alamiah (keuntungan yang akan diperoleh). Ciri murabahah adalah bahwa penjual harus mengungkapkan kepada pembeli harga pembelian barang beserta jumlah keuntungan yang ditambahkan pada biaya karena disebut sebagai “keuntungan yang disepakati” dalam definisinya.

Sesuai dengan uraian diatas KPR Syariah memiliki tujuan yang hampir sama dengan KPR konvensional. Khusus sebagai salah satu program pembiayaan yang berupaya membantu nasabah dalam mencapai tujuan kepemilikan rumah. Perhitungan cicilan merupakan perbedaan akad dan perjanjian antara bank konvensional dan bank Syariah. Bank Syariah memilih margin keuntungan yang awalnya dikomunikasikan kepada nasabah sebelum nasabah menandatangani perjanjian kontrak. Berbeda dengan Bank Konvensional yang mengembangkan struktur bunga dalam menghitung angsuran.

Dengan adanya peranan tersebut tentunya dapat diharapkan produk KPR syariah akan mendapatkan keuntungan. Produk KPR Syariah adalah produk yang ditawarkan kepada nasabah yang membutuhkan pembiayaan dari bank Syariah untuk membeli rumah. Keuntungan ini merupakan margin keuntungan tetap selama durasi kontrak. Jumlah pembayaran yang harus dibayar konsumen ke bank Syariah tidak akan berubah karena margin keuntungan tetap ini juga tidak akan membebani nasabah.

Inilah yang membedakan bank Syariah dengan bank konvensional. Menurut konsep KPR Syariah, penetapan harga dan manfaat yang dimasukkan dalam KPR Syariah harus memenuhi beberapa syarat pokok antara lain: (a) manfaat yang diminta oleh bank Syariah dan juga harus diketahui secara jelas oleh nasabah. (b) harga jual bank yaitu harga beli bank ditambah keuntungan yang diperoleh bank. (c) harga jual tidak dapat berubah selama jangka waktu perjanjian dan (d) sistem pembayaran yang disepakati bersama. (Biwafa, 2018)

6. Bank Syariah

Untuk memberikan alternatif layanan keuangan yang lebih komprehensif kepada masyarakat Indonesia, sistem perbankan Syariah Indonesia sedang dikembangkan dalam kerangka *dual banking system*, juga dikenal sebagai Arsitektur Perbankan Indonesia (API). Jika digabungkan, sistem perbankan konvensional dan perbankan Syariah bekerja secara lebih luas dan meningkatkan kemampuan pembiayaan berbagai sektor perekonomian nasional.

Selain menekankan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan dalam memproduksi, menghindari aktivitas spekulatif dalam transaksi keuangan karakteristik sistem perbankan Syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip bagi hasil memberikan alternatif sistem perbankan. Perbankan Syariah adalah sistem perbankan alternatif yang dapat dimanfaatkan oleh seluruh masyarakat Indonesia karena menawarkan berbagai barang dan jasa perbankan dengan struktur keuangan yang lebih fleksibel.

Dengan telah diberlakukannya **Undang-Undang No.21 Tahun 2008** tentang Perbankan Syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008, maka pengembangan industri perbankan syariah nasional semakin memiliki landasan hukum yang memadai dan akan mendorong pertumbuhannya secara lebih cepat lagi. Dengan progres perkembangannya yang impresif, yang mencapai rata-rata pertumbuhan aset lebih dari 65% pertahun dalam lima tahun terakhir, maka diharapkan peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional akan semakin signifikan.

Prinsip-Prinsip syariah yang dilarang dalam operasional perbankan syariah adalah kegiatan yang mengandung unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Maisir : Menurut istilah maisir berarti memperoleh keuntungan tanpa harus bekerja keras. Maisir sering

dikenal dengan perjudian karena dalam praktik perjudian seseorang dapat memperoleh keuntungan dengan cara mudah. Dalam perjudian, seseorang dalam kondisi bisa untung atau bisa rugi.

- b. Gharar : Menurut bahasa gharar berarti pertaruhan. Menurut istilah gharar berarti sesuatu yang mengandung ketidakjelasan, pertaruhan atau perjudian. Setiap transaksi yang masih belum jelas barangnya atau tidak berada dalam kuasanya alias di luar jangkauan termasuk jual beli gharar.
- c. Riba : Makna harfiyah dari kata Riba adalah penambahan, kelebihan, pertumbuhan atau peningkatan. Sedangkan menurut istilah teknis, riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara bathil. Para ulama sepakat bahwa hukumnya riba adalah haram.

Sumber: [Tentang Syariah \(ojk.go.id\)](http://ojk.go.id)

Dalam Undang-Undang nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, pasal 4 dijelaskan fungsi bank syariah sebagai berikut:

- a. Bank syariah dan UUS wajib menjalankan fungsi menghimpun dan menyalurkan dana dari masyarakat.
- b. Bank syariah dan UUS dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga baitul mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah atau dana sosial lainnya dan menyalurkan kepada organisasi pengelola zakat.
- c. Bank syariah dan UUS dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkannya kepada pengelola wakaf (nazhir) sesuai dengan kehendak pemberi wakaf (wakif).
- d. Pelaksanaan fungsi sosial sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (3) sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

C. Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan landasan teori di atas, maka dapat dirumuskan dugaan sementara atau hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Keterkaitan antara Variabel Religiusitas dengan Variabel Minat

Kata religiusitas (religiositas) berasal dari bahasa Inggris “agama” yang berarti agama, kemudian menjadi kata sifat “religiusitas” yang berarti agama atau kesalehan. “Keyakinan agama” mengacu pada keyakinan pada Tuhan dan keyakinan pada kekuatan di luar manusia. Di era globalisasi ini sektor keuangan syariah sedang melambung tinggi dan semakin pesat diakibatkan banyaknya penduduk muslim yang mulai beralih ke sektor syariah, dengan meningkatnya keimanan dan keyakinan atas agamanya maka masyarakat muslimpun akan semakin melirik dan berminat menggunakan produk produk syariah.

(Putri et al., 2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel religiusitas terhadap minat menabung. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Khairunnisa & Cahyono, (2020) pada variabel religiusitas mengungkapkan bahwa variabel religiusitas tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap minat menabung menggunakan bank syariah. Meskipun mempunyai tingkat religiusitas yang tinggi, tetapi masih ada beberapa masyarakat yang kurang paham mengenai hal-hal yang dilarang dalam agama Islam, seperti larangan riba. Sistem kerja dari bank syariah masih dianggap sama dengan bank umum atau masih kurang sesuai dengan prinsip syariah oleh beberapa masyarakat. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka tidak menjamin bahwa seseorang akan melangsungkan transaksi yakni menyimpan uang pada bank Syariah. Berdasarkan analisa yang telah penulis lakukan dalam penelitian ini, bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang positif terhadap minat menabung.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan, 2021) menunjukkan hasil bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah

Berdasarkan teori dan penelitian dalam literatur di atas, bisa dirumuskan hipotesis bahwa:

H1 : Ada pengaruh langsung antara variabel Religiusitas (X1) terhadap Minat (Y).

2. Keterkaitan Variabel Kepercayaan dengan Variabel Minat

Menurut Moorman dkk, (1993) terdapat di penelitian (Fuqory et al., 2021) mendefinisikan kepercayaan sebagai mengandalkan keinginan pihak terpercaya lainnya. Kepercayaan ialah kunci sukses dari sebuah kerja sama dengan banyaknya kepercayaan masyarakat yang timbul kepada bank syariah, maka akan semakin banyak pula masyarakat yang melihat produk bank syariah dan mencari tau tentang bank syariah, termasuk produk KPR syariah. Maka jika sudah mengambil kepercayaan masyarakat dalam suatu bisnis maka akan meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan produk bank tersebut.

Solihin, (2020) menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan pelanggan, semakin tinggi minat pelanggan untuk membeli.

Berdasarkan teori dan penelitian dalam literatur di atas, bisa dirumuskan hipotesis bahwa:

H2 : Ada pengaruh langsung antara variabel Kepercayaan (X2) terhadap Minat (Y).

3. Keterkaitan Variabel Pengetahuan Produk dengan Minat

Sedangkan menurut (Ujang, 2011) mendefinisikan pengetahuan produk sebagai kumpulan berbagai informasi tentang produk. Pengetahuan ini mencakup kategori produk, merek, istilah produk, atribut atau fungsi produk, harga produk, dan keyakinan tentang

produk. Sebagian besar masyarakat akan mencoba mencari tau tentang produk-produk yang dipilihnya termasuk produk perbankan syariah, dengan banyak mengetahui produk-produk yang dipilih maka akan semakin besar pula minat yang timbul untuk menggunakan bank syariah beserta produk-produknya.

Penelitian yang dilakukan oleh Ambarwati, (2020) hasil penelitiannya memberikan hasil pengaruh pengetahuan produk yang diberikan bersifat positif dan signifikan. Secara parsial variabel pemahaman pengetahuan produk terhadap minat menabung sangat berpengaruh positif.

Berdasarkan teori dan penelitian dalam literatur di atas, bisa dirumuskan hipotesis bahwa:

H3 : Ada pengaruh langsung antara variabel Pengetahuan Produk (Z) terhadap Minat (Y).

4. Keterkaitan Variabel Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan produk dengan Minat

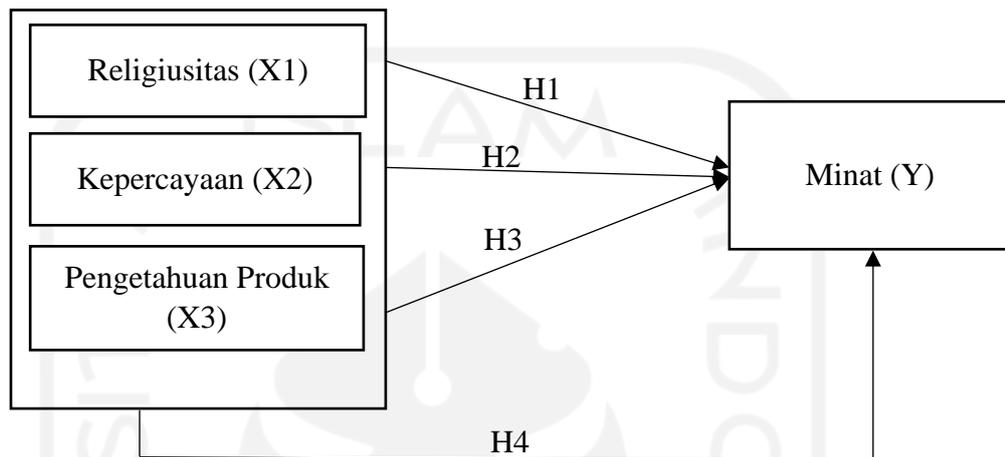
Penelitian yang dilakukan oleh (Kardoyo et al., 2020) Hanya Variabel promosi yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan jasa bank syariah. Pengetahuan dan religiusitas belum terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan jasa bank syariah. Demikian juga latar belakang dan jenis kelamin tidak berpengaruh signifikan. Hasil penelitian selanjutnya adalah ada pengaruh positif dan signifikan pengetahuan terhadap religiusitas, ada juga pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap pengetahuan.

Berdasarkan teori dan penelitian dalam literatur di atas, bisa dirumuskan hipotesis bahwa:

H4 : Pengetahuan dan Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan jasa bank syariah.

D. Kerangka Berfikir

Dalam penelitian ini, hal utama yang dilakukan adalah memahami teori apa yang menunjang dalam penyelesaian pertanyaan yang ditanyakan pada rumusan masalah.



Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir

Keterangan

- X1 = Religiusitas
- X2 = Kepercayaan
- X3 = Pengetahuan Produk
- Y = Minat

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan melalui teknik pengukuran dengan cermat terhadap variabel-variabel tertentu, sehingga menghasilkan simpulan-simpulan yang dapat di generalisasikan, lepas dari konteks waktu dan situasi serta jenis data yang di kumpulkan terutama data kuantitatif (Siregar, 2014).

Dalam penelitian menggunakan pendekatan studi kasus dengan metode menemukan secara spesifik dan realis tentang sesuai apa yang sedang terjadi. Penelitian ini juga termasuk sebagai penelitian yang bersifat asosiatif kasual. Artinya, pada asosiatif kasual dijelaskan sebagai memiliki hubungan sebab dan akibat. Maka dalam hal ini, variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel (variabel yang dipengaruhi) (Haryono, 2021). Tujuan dalam penelitian ini dapat mengetahui hasil seberapa jauh pengaruh antara Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan produk terhadap minat pengajuan KPR Syariah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC. Madiun Agus Salim pada masyarakat Kota Madiun.

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, seperti yang dikemukakan (Sugiyono, 2017:8) bahwa metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk mengacu hipotensi yang telah ditetapkan.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen digunakan pendekatan kuantitatif. Faktor independen dalam penelitian ini adalah religiusitas, kepercayaan, dan

pengetahuan produk. Minat nasabah dalam mengajukan KPR Syariah merupakan variabel dependen.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat yang digunakan dalam penelitian ini ialah bertempat Bank Syariah Indonesia (BSI) cabang Kota Madiun di alamat:

1. KC Madiun Agus salim. Jln. Agus Salim No.120 Kel.Nambangan Lor Kec.Mangunharjo Kota Madiun.
2. Waktu pelaksanaan dimulai dari bulan Januari-Februari 2023.

C. Data dan Sumber Data

1. Data Primer, data yang belum tersedia dan untuk memperoleh data tersebut peneliti harus menggunakan beberapa instrumen penelitian seperti kuesioner (Fuqory et al., 2021). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh berdasarkan jawaban kuesioner yang dibagikan kepada masyarakat umum. Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah merupakan data primer, dimana data tersebut diperoleh dengan penyebaran kuesioner kepada calon nasabah atau masyarakat yang sudah ditentukan di Kota Madiun yang berminat mengajukan KPR Syariah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Madiun Agus Salim. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dalam bentuk google form yang disebar secara daring atau online, dilengkapi dengan data sekunder yang merupakan penelitian yang bersumber dari jurnal yang ada pada internet dan penyebaran angket ke lokasi Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Madiun Agus Salim.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut (Sugiyono 2018:80) populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas objek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada subjek yang dipelajari, tetapi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek tersebut. Dalam penelitian ini yang menjadi

populasi adalah masyarakat Kota Madiun yang mengetahui tentang KPR Syariah dan belum pernah menggunakan KPR Syariah di BSI. Populasi ini tidak bisa dihitung jumlahnya (*infinite population*).

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019:127), sampel didefinisikan sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki peneliti dalam mempelajari populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* karena jumlah anggota pada populasi tidak diketahui secara spesifik. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah secara *purposive sampling* merupakan teknik penentuan jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian dengan mempertimbangkan beberapa kriteria tertentu yang sesuai dibutuhkan dalam penelitian. Adapun kriteria dan ketentuan dalam pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

- a. Responden adalah Masyarakat Kota Madiun.
- b. Responden beragama Islam.
- c. Berusia dimulai dari 23 tahun keatas. Karena pada rentang umur tersebut, responden dianggap mulai aktif dalam berhubungan dengan perbankan Syariah.

Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus dari Cochran (Sugiyono, 2019:136) dari jurnal (Septika et al., 2023) Maka untuk menentukan besarnya sampel digunakan rumus Rao Purba sebagai berikut:

$$n = Z^2 4(Moe)^2$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe = Margin of error atau kesalahan maksimal yang bisa di korelasi, disini ditetapkan 10% atau 0,1

Dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau $Z = 1,96$ dan Moe 10% maka jumlah sampel dapat ditentukan sebagai berikut:

$$n = 1,96^2 \cdot \frac{0,1 \cdot 0,9}{0,04}$$

$$n = 3,84162 / 0,04$$

$$n = 96,04 \sim 100$$

Berdasarkan rumus diatas dapat diperoleh sampel populasi sebanyak 96 orang. Namun karena ada unsur pembulatan dan untuk mempermudah perhitungan maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden. Karena populasi anggota tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka jumlah anggota sampel dalam penelitian ini menyatakan bahwa hasil perhitungan sampel menggunakan yaitu berjumlah minimum 96 sampel. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian dengan jumlah sampel sebanyak 96 responden dipastikan 100 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer yang didapatkan melalui penyebaran angket atau kuisisioner menggunakan *google form* kepada masyarakat yang berdomisili di Madiun Jawa Timur. Kuisisioner ini akan disebarakan dengan cara *broadcast messages* yang akan dikirimkan melalui media sosial WhatsApp, e-mail, dan Instagram. Kuisisioner akan disebarakan dan hasil jawaban akan dijaga kerahasiaanya. Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis tertutup, yang mana responden hanya memilih pilihan jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti.

F. Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini memiliki 3 variabel independen atau bebas yaitu Religiusitas (X1), Kepercayaan (X2), dan Pengetahuan Produk (X3). Sedangkan variabel dependen atau terikat yaitu minat nasabah pengajuan produk pembiayaan yaitu minat pengajuan KPR syariah (Y). Untuk menghindari adanya kekeliruan data maka definisi variabel-variabel dalam penelitian harus dirumuskan. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2

variabel yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Adapun penjelasan terkait variabel-variabel sebagai berikut:

1. Variabel Independen atau Bebas (X)

Variabel bebas merupakan variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain (Variabel dependen). Menurut Sugiyono (2019:39) dikutip dari Amaliah, (2021) “variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Religiusitas (X1), Kepercayaan (X2), dan Pengetahuan Produk (X3). Adapun variabel independen pada penelitian ini terdiri atas:

a. Religiusitas (X1)

Istilah religiusitas berasal dari kata religi dan religius yang pengertiannya dipadankan dengan artinya kata agama dan al-Din. Agama memiliki dua dimensi yaitu pertama sebagai kepercayaan pada sesuatu yang ghaib dan adanya hari akhirat yang kekal, kedua sebagai sesuatu yang mempengaruhi kehidupan manusia. Religiusitas berasal dari Bahasa Inggris religion yang berarti agama, kata religious artinya yang berharga dengan agama, beragama, dan beriman. Selain itu, satu sumber menyebutkan kata religiositas berasal dari bahasa latin Religio yang berasal dari kata religare berarti mengikat. Religius menunjuk pada sesuatu yang dirasakan sangat dalam yang bersentuhan dengan keinginan seseorang yang butuh ketaatan dan memberi imbalan sehingga mengikat seseorang dalam suatu masyarakat. (Fauziah, 2013).

(Gunawan, 2021) terdapat 5 indikator yaitu:

- 1) Keyakinan terhadap tuhan dan agama.
- 2) Praktek keberbagaiaan.
- 3) Perasaan religious.
- 4) Pengetahuan agama.
- 5) Penerapan keberbagaiaan dalam kehidupan sehari-hari.

b. Kepercayaan (X2)

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan mendapatkan apa yang mereka cari dari pasangannya dalam suatu pertukaran. Seseorang yang berada dalam posisi kepercayaan bersedia bertindak dengan cara tertentu karena memiliki keyakinan bahwa pasangannya akan memenuhi harapan mereka serta keyakinan umum bahwa mereka dapat mempercayai kata-kata, jaminan, atau klaim orang lain (Fitria, 2013). Indikator Kepercayaan Menurut Flavian dan Giunaliu (2007) dikutip dari (Fuqory et al., 2021) menyatakan bahwa beberapa indikator yang digunakan dalam mengukur kepercayaan adalah:

- 1) Kejujuran, (*honesty*).
- 2) Kebajikan, (*benevolence*).
- 3) Kompetensi, (*competence*).

c. Pengetahuan Produk (X3)

Pengetahuan berarti segala sesuatu yang berhubungan dengan sesuatu (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Menurut Soekidjo Notoatmodjo (2007) dikutip dari (Fuqory et al., 2021) pengetahuan atau kognisi merupakan bidang yang sangat penting yang membentuk perilaku manusia (perilaku dominan). Berdasarkan pengalaman dan penelitian, ternyata perilaku berbasis pengetahuan akan bertahan lebih lama dibandingkan perilaku non berbasis pengetahuan.

Meliono, (2007) dikutip dari (Fuqory et al., 2021) Pengetahuan merupakan hasil dari mengingat sesuatu, misalnya mengingat peristiwa yang dialami secara sengaja atau tidak sengaja yang terjadi setelah orang menyentuh atau mengamati suatu benda. Secara etimologis, pengetahuan berasal dari bahasa Inggris yaitu *knowledge*. Dalam bahasa Arab, pengetahuan dijelaskan dengan istilah *al-ilm*, *al-ma'rifah* dan *as-syu'ur* (kesadaran). Ilmu atau

pengetahuan Islam mencakup dua definisi. Pertama, ilmu mencapai jiwa manusia dari Allah, dan kedua, jiwa manusia memasuki obyek ilmu melalui penelitian. Secara istilah, pengetahuan adalah pengungkapan realitas kepada jiwa, jadi tidak ada keraguan.

Menurut Kussujaniatun & Wisnalmawati, (2011) dikutip dari (Rito & Azzahra, (2018) beberapa indikator dari pengetahuan produk, yaitu:

- 1) Wawasan mutu produk.
- 2) Wawasan keamanan produk.
- 3) Wawasan kandungan produk.
- 4) Penyampaian informasi.

2. **Variabel dependen atau variabel**

Merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen atau variabel X. Variabel Y yaitu minat nasabah terhadap produk KPR syariah (Y). Variabel terikat pada penelitian ini yakni Intensi religiusitas, kepercayaan, pengetahuan produk, terhadap minat konsumen nasabah untuk tertarik minat KPR Syariah. Intensi minat terhadap produk syariah yaitu KPR syariah merupakan keinginan seseorang atau nasabah untuk dapat menggunakan pelayanan produk kpr syariah. Tindakan penggunaan kpr syariah oleh individu dapat diprediksi dari minat nasabah yang ingin membeli rumah dengan pinjaman yang tidak ada bunga nya tiap bulan. Indikator variabel meliputi: Menurut Suharyat (2009:14) dikutip dari (Maghfiroh, 2018) minat terdapat 4 indikator yaitu:

1. Perhatian (*Attention*).
2. Ketertarikan (*Interest*).
3. Keinginan (*Disire*).
4. Keyakinan (*Conviction*).

Berikut definisi operasional variabel penelitian:

Tabel 3.1. Operasional Tabel

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
<p>Pernyataan untuk Variabel Relighiusitas (X1): Pernyataan religiusitas ini ditujukan peneliti untuk memperoleh informasi tentang pengaruh religiusitas responden terhadap minat pengajuan KPR Syariah. Pernyataan-pernyataan disusun berdasarkan aspek keyakinan, pengetahuan, dan praktik beragama.</p>						
1	Saya meyakini bahwa tiada tuhan selain ALLAH					
2	Saya mengetahui bahwa Islam merupakan agama yang mengatur segenap aspek kehidupan, yaitu perilaku ibadah dan muamalah.					
3	Saya senantiasa melaksanakan semua jenis ibadah yang diwajibkan dalam ajaran Islam seperti sholat, puasa, zakat.					
4	Saya berusaha menjauhi riba sebagai upaya menaati syariat agama Islam					
5	Saya merasa tenang dengan mematuhi ketentuan-ketentuan agama yang berlaku					
6	Saya memilih menggunakan produk dari BSI karena sesuai dengan ketentuan agama					
<p>Pernyataan untuk Variabel Kepercayaan (X2): Pernyataan kepercayaan ini ditujukan peneliti untuk memperoleh informasi tentang pengaruh kepercayaan anda terhadap produk bank syariah ini untuk minat nasabah dalam pengajuan KPR Syariah</p>						
7	Saya percaya bahwa BSI selalu jujur dalam menjalankan setiap transaksi yang dilakukannya					
8	Saya percaya bahwa BSI selalu memberikan layanan yang terbaik bagi nasabahnya.					
9	Saya percaya BSI mempunyai produk KPR Syariah yang bisa memberikan kepuasan bagi nasabah					
10	Saya percaya bahwa BSI mampu membantu nasabah untuk memenuhi kebutuhannya					

Pernyataan untuk Pengetahuan Produk (X3): Pernyataan pengetahuan produk ini ditujukan peneliti untuk memperoleh informasi tentang pengaruh pengetahuan produk anda terhadap produk BSI ini untuk minat nasabah dalam pengajuan KPR Syariah					
11	Saya mengetahui bahwa di BSI ada produk KPR Syariah untuk pembiayaan kepemilikan rumah				
12	Saya mengetahui bahwa produk KPR Syariah di BSI berbeda dengan produk KPR di Bank konvensional.				
13	Saya mengetahui KPR Syariah di BSI menggunakan akad jual beli (akad murabahah), bukan akad utang/kredit berbunga.				
14	Saya mengetahui bahwa produk KPR Syariah di BSI sesuai harapan dan ekspektasi saya.				
Pernyataan untuk Variabel Minat KPR Syariah (Y): Pernyataan minat ini ditujukan peneliti untuk memperoleh informasi tentang minat anda tertarik terhadap produk BSI ini untuk minat nasabah dalam pengajuan KPR Syariah					
15	Saya tertarik mengajukan KPR Bank Syariah karena pelaksanaannya sesuai dengan prinsip syariah				
16	Saya tertarik menggunakan produk BSI karena tidak ada unsur riba didalamnya.				
17	Saya tertarik mengajukan KPR Syariah karena besarnya cicilan dapat disesuaikan dengan kemampuan finansial nasabah				
18	Saya tertarik menggunakan produk Bank Syariah karena tidak ada unsur riba didalamnya				
19	Saya merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan produk KPR Syariah				

G. Instrumen Penelitian yang Digunakan

Pada penelitian akan dilakukan dengan menggunakan jenis data yang akan digunakan yaitu data primer dan sekunder. Dilakukan nya secara data

primer diperoleh dengan penyebaran kuisioner dan penyebaran angket ke nasabah secara langsung ke Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Madiun Agus Salim. Sementara data sekunder diperoleh dari buku, jurnal referensi dan lainnya.

1. Skala Pengukuran

Menggunakan skala likert prosedur pengukuran data digunakan dalam penelitian ini. Dengan skala ini, seseorang dapat mengidentifikasi tempat mereka di komunitas, item dan mengukur sentiment mereka sendiri dalam dimensi yang sama. Responden dapat menggunakan checklist jawaban yang dapat diterima untuk sekedar menjawab pertanyaan yang telah disediakan oleh peneliti dengan menggunakan skala Likert sebagai alternatifnya. Berikut beberapa alternatif alat yang digunakan:

Tabel 3. 2 Skala Pengukuran

Skor	Penjelasan
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

2. Kuisioner

Kuisioner merupakan Teknik pengumpulan data secara sebuah pernyataan tertulis yang ditunjukkan kepada responden untuk mengisi jawaban dari pernyataan tersebut. Dalam hal ini, berupa pernyataan tertutup atau terbuka diberikan secara langsung kepada responden berupa *Google form* melalui media whatsapp atau via email dan juga dilakukan secara penyebaran angket survey secara langsung kepada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Madiun Agus Salim. Kuisioner ini termasuk jenis yang digunakan oleh peneliti yaitu jenis self admin-intered kuisioner yaitu diperbolehkan kepada responden

untuk menjawab sendiri pada pernyataan yang telah disediakan. (Haryono, 2021).

Angket yang digunakan oleh penulis dalam penelitian berisi empat variabel terdiri dari Religiusitas, Kepercayaan, dan Pengetahuan produk dan minat pengajuan KPR Syariah. Angket tertulis secara tertata dari setiap pernyataan indikator. Penelitian sebelum menyusun angket terlebih dahulu melihat dan memperjelas permasalahan yang ada di suatu pernyataan.

H. Teknik Analisis Data

Analisis regresi berganda merupakan strategi analisis yang digunakan dalam penelitian ini. Ketika ada beberapa variabel independen. Analisis ini digunakan untuk menentukan bagaimana masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Program SPSS versi 25 digunakan untuk analisis ini.

Data yang diperoleh dari penelitian ini, peneliti akan melakukan pengujian secara bertahap yaitu: melakukan mengukur tingkat validitas dan juga mengukur kualitas data dengan melakukan uji validitas dan reabilitas. Selanjutnya peneliti melakukan pengujian secara uji asumsi klasik yaitu: uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, uji normalitas. Tahap terakhir melakukan uji statistik yang meliputi uji parsial, uji simultan, dan uji koefisien determinasi.

1. Uji Validitas

Validitas yaitu suatu ukuran yang menunjukkan pada tingkat valid yang terjadi pada suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai karakteristik validitas yang tingkat, dan sebaliknya jika tingkat dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang hendak diukur. Dikatakan valid pada sebuah instrumen jika data itu mengungkapkan data dari variabel yang diteliti. Maka dalam hal ini, validitas saat mengukur pernyataan dalam kuisioner yang benar-benar data yang akan diukur. Apabila validitas r hitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi sebesar 0,05 maka pada setiap butir pernyataan

kuisisioner dinyatakan valid atau terjadinya adanya hubungan yang signifikan terhadap beberapa variabel. Dan apabila r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} pada taraf signifikansi sebesar 0,05 maka dalam setiap pertanyaan kuisisioner disebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan seberapa suatu alat ukur dapat dipercaya. Reliabel juga dapat diartikan konsisten. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach. V Wiratna menjelaskan uji realibilitas dapat dilakukan bersama pada seluruh item pertanyaan dalam kuisisioner dengan dasar pengambilan keputusan yaitu:

1. Kuesioner dinyatakan reliabel apabila nilai Alpha Cornbach $> 0,60$
2. Kuesioner dinyatakan tidak reliabel apabila nilai Alpha $< 0,60$

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada taraf signifikan 5% berarti item (butir soal) reliabel dan sebaliknya bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ pada taraf signifikan 5% maka butir soal tersebut tidak reliabel.

3. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan informasi tentang data yang ada tanpa menyimpulkan tentang kelompok induk yang lebih besar. Contoh statistik deskriptif yang sering muncul di majalah dan surat kabar meliputi tabel, diagram, grafik, dan jumlah lainnya. Dengan menggunakan statistik deskriptif, kumpulan data dapat disajikan secara ringkas dan bersih, memberikan rincian penting yang dapat diambil dari data tersebut.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel dependen dan model regresi variabel independen sama-sama berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah

sebaran data yang normal atau mendekati normal. Pengujian ini dilakukan dengan melihat sebaran data (titik) pada sumbu diagonal atau grafik. Jika data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, model regresi akan memenuhi asumsi normalitas. Jika data tersebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2011). Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Normal P-P Plot of Regression standardized residual atau dengan uji One Sample Kolmogorov Smirnov, Chi-Square, Liliefors maupun Shapiro-Wilk. Dasar pengambilan keputusannya jika nilai probabilitas lebih besar dari tingkat kekeliruan 5% (0,05) maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual dari model regresi berdistribusi normal (Santoso, 2009).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri dari dua atau lebih variabel bebas (variabel independen). Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Uji Multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) dari hasil analisis dengan menggunakan SPSS. Apabila nilai tolerance value lebih tinggi daripada 0,10 dan VIF lebih kecil daripada 10,00 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas (Santoso, 2009).

c. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2016) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka akan disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

- 1) Tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai thitung > ttabel dan nilai signifikansi < 0,05.
- 2) Terjadi heteroskedastisitas, jika nilai thitung < ttabel dan nilai signifikansi < 0,05.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Tujuan analisis adalah untuk memahami seberapa besar dampak dari tiga variabel yaitu: Religiusitas (X1), Kepercayaan (X2), Pengetahuan Produk (X3) terhadap minat menggunakan produk KPR Syariah di Bnak Syariah (Y). Persamaan regresi linear berganda yang digunakan untuk tujuan tersebut sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y = Sikap

a = Konstanta

X1 = Religiusitas

X2 = Kepercayaan

X3 = Pengetahuan produk

b₁b₂b₃ = Koefisien Regresi

a. Uji Koefisien Regresi secara Parsial (T test)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh Religiusitas (X1), Kepercayaan (X2), Pengetahuan Produk (X3), terhadap minat menggunakan produk KPR Syariah di bank syariah (Y). Dengan kriteria pengujian:

- 1) Hipotesis diterima jika nilai probabilitas t (Signifikan t) $\leq \alpha$
- 2) Hipotesis ditolak jika nilai probabilitas t (Signifikan t) $> \alpha$

b. Uji Koefisien Regresi secara Simultan (F test)

Uji F digunakan untuk menguji hipotesis yang memberi pernyataan mengenai pengaruh Religiusitas (X1), Kepercayaan (X2), Pengetahuan Produk (X3), terhadap minat menggunakan produk KPR Syariah di bank syariah (Y), dengan karakteristik:

- 1) Hipotesis diterima jika nilai probabilitas F (Signifikan F) $\leq \alpha$
- 2) Hipotesis ditolak jika nilai probabilitas F (Signifikan F) $> \alpha$

c. Analisis Determinasi (R²) Analisis determinasi

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase variabel independen (X1, X2, ..., Xn) yang berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) secara bersamaan. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel tertentu. R² sama dengan 0, sehingga tidak sedikitpun persentase kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, atau perubahan variabel independen yang digunakan dalam model tidak dapat menjelaskan sedikitpun perubahan variabel dependen. Sebaliknya R² sama dengan 1, sehingga persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau perubahan variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% perubahan variabel terhadap variabel dependen (Santoso, 2009).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia (BSI)

Pada tanggal 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H, Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) secara resmi didirikan oleh Presiden Joko Widodo di Istana Negara, menciptakan sejarah baru dalam industri perbankan Indonesia, yaitu PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank BRI Syariah Tbk, dan PT Bank BNI Syariah setelah mendapat izin merger resmi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tanggal 27 Januari 2021 dengan nomor surat izin SR-3/PB.1/2021.

Industri perbankan di Indonesia menciptakan sejarah baru yang hadirnya Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang secara resmi pada tanggal 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Diresmikan secara langsung oleh Presiden Joko Widodo Bank Syariah terbesar di Indonesia tersebut di Istana Negara. BSI merupakan gabungan hasil bank merger antara PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) resmi menciptakan izin merger dari tiga bank Syariah tersebut pada tanggal 27 Januari 2021 dengan mengeluarkan izin surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Selanjutnya, pada 1 Februari, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI.

Dalam hal ini, pemegang saham BSI adalah PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing di bawah 5%. Maka dari itu, dari penggabungan yang menyatukan kelebihan dari ketiga bank Syariah, sehingga terbitlah menghadirkan suatu pelayanan ke nasabah secara luas yang lebih lengkap, serta memiliki kapasitas pada permodalan yang jauh lebih baik. Maka, dengan adanya dukungan

sinergi perusahaan dan komitmen pemerintah dengan melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia mendapat dukungan untuk dapat bersaing di tingkat global.

BSI merupakan suatu perbankan secara ikhtiar dengan atas lahirnya bank Syariah kebanggaan umat khususnya umat muslim, yang diharapkan lahirnya suatu energi baru pembangunan ekonomi nasional dan dapat berkontribusi untuk kesejahteraan masyarakat luas. Bank Syariah Indonesia menjadi contoh sebagai perbankan Syariah di Indonesia yang di zaman sekarang modern, universal, dan memberikan kepercayaan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil 'Aalamiin).

Potensi BSI memiliki tujuan yang ingin terus berkembang kedepannya dan selalu berusaha menjadi bagian perbankan Syariah yang terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Selain yang selalu berusaha kedepannya untuk tumbuh positif, dukungan dari pemerintah Indonesia memiliki misi lahirnya pada salah satu ekosistem industry halal dan memiliki bank Syariah nasional yang maju dan bertumbuh besar serta kuat, fakta bahwa Indonesia termasuk negara yang mayoritasnya sebagian besar penduduk nya muslim terbesar di dunia yang ikut membuka peluang. Dalam hal ini, dengan lahirnya BSI akan menjadi sangat penting dan bermanfaat. Bukan hanya ingin mampu memberikan peran penting sebagai tempat atau wadah bagi seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal, akan tetapi juga tempat sebuah ikhtiar untuk membangun Negeri. ([Bank Syariah Indonesia \(bankbsi.co.id\)](http://Bank.SyariahIndonesia.com))

1. Visi Misi Perusahaan

Visi : Top 10 Global Islamic Bank

Misi :

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia. Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.

- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Top 5 bank yang paling profitabel di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

2. **Produk pembiayaan KPR Syariah di BSI**

Tentu saja, proses pengurusan rumah tersebut akan dilakukan dengan akad syariah. Yakni dengan tidak mengambil bunga akan tetapi mengambil margin atas setiap pembelian rumah. Tidak heran jika KPR syariah ini berbeda dengan KPR bank konvensional pada umumnya.

Adapun bentuk KPR dengan akad syariah ini dilakukan seperti proses jual beli ataupun Murabahah. Bank Syariah Indonesia menyediakan fasilitas pembiayaan perumahan untuk setiap nasabahnya. Adanya fasilitas tersebut tentu akan memudahkan setiap orang untuk membeli rumah dengan cara mencicil. Kemudian, proses pembayarannya dilakukan dengan prinsip sesuai syariah. Tidak heran jika simulasinya memang seperti pada program KPR pada umumnya. Hanya saja, besaran angsuran akan disesuaikan dengan margin atau harga rumah serta jangka waktunya. Selain itu, terdapat beberapa perbedaan mengenai jenis akadnya.

Produk pembiayaan rumah BSI Griya dari PT Bank Syariah Indonesia Tbk. (BSI) berhasil memenangkan penghargaan The Commended Mortgage Sharia Bank di Indonesia Property Award 2022 atas kontribusi dan dedikasi perseroan dalam mengembangkan produk tersebut. BSI Griya diakui tidak hanya berfokus pada pemikiran kreatif dan inovatif, tetapi juga cerdas dalam memanfaatkan kolaborasi untuk meningkatkan pertumbuhan pembiayaan rumah. Hal ini, sejalan dengan semangat industri agar terus dapat bergerak dan bangkit lebih kuat

pascapandemi Covid-19, sehingga pada akhirnya turut memperkuat pemulihan ekonomi Indonesia.

Langkah ini juga sejalan dengan komitmen BSI untuk memperkuat ekosistem keuangan syariah, dengan menghadirkan layanan terbaik untuk memenuhi ragam kebutuhan finansial nasabah dan masyarakat dengan nilai-nilai syariah yang universal. Terkait kinerja, BSI mencatat sepanjang periode Januari – Juni 2022, produk BSI Griya berhasil menunjukkan kinerja yang terus bertumbuh dengan penyaluran pembiayaan baru mencapai Rp7,5 Triliun dengan total portfolio sebesar Rp 42,8 Triliun Hingga kuartal II/2022, produk BSI Griya yang terdiri dari Griya Simuda, Griya Mabur, & Griya KPR Sejahtera/rumah subsidi, menjadi salah satu kontributor terbesar dari total pembiayaan segmen konsumen BSI. Adapun pembiayaan konsumen BSI tumbuh 21,66% selama kuartal II/ 2022. Pada periode yang sama, BSI mencetak penyaluran pembiayaan secara keseluruhan sebesar Rp 191,29 triliun atau tumbuh 18,55%.

B. Analisis Deskriptif Responden

Pada penelitian perolehan data dengan melalui penyebaran kuisioner pada responden dengan kriteria masyarakat Kota Madiun yang mengetahui tentang salah satu produk pembiayaan Bank Syariah yaitu KPR Syariah dan belum pernah menggunakan produk KPR Syariah sejumlah 125 orang, tahap selanjutnya melakukan analisis menggunakan statistik deskriptif. Jumlah responden sebanyak 125 orang dianggap sudah representative karena sudah besar dari batas minimal sampel yaitu 100 responden. Dalam hal ini, dengan mendeskripsikan secara umum mengenai analisis deskriptif responden dalam penelitian ini meliputi domisili, jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan. Beberapa karakteristik responden sebagai berikut:

1. Kriteria responden berdasarkan domisili.

Karakteristik responden yang pertama dikategorikan berdasarkan domisili Kota Madiun dan Kabupaten Madiun. Hasil dari perolehan data kriteria ini ditunjukkan di Tabel 4.1:

Tabel 4.1 Domisili Responden
Domisili

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kota Madiun	107	85.6	85.6	85.6
Kabupaten Madiun	18	14.4	14.4	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Tabel diatas dengan menunjukkan identifikasi hasil penyebaran kuisioner pada keseluruhan responden pada penelitian dengan sejumlah 125 orang. Jumlah hasil yang didapatkan dari domisili Kota Madiun 107 orang dengan presentase 85,6%. Sementara responden domisili Kabupaten Madiun 18 orang dengan presentase 14,4%. Maka, hasil dari penelitian ini berdasarkan jumlah domisili yang terdapat pada penelitian ini, mayoritasnya responden nya adalah domisili di Kota Madiun.

2. Kriteria responden berdasarkan jenis kelamin

Karakteristik responden yang pertama dikategorikan berdasarkan jenis kelamin. Hasil dari perolehan data kriteria ini ditunjukkan di Tabel 4.2:

Tabel 4.2 Jenis Kelamin

	Jenis_kelamin		Valid Percent	Cumulative Percent
	Frequency	Percent		
Valid Laki-Laki	65	52.0	52.0	52.0
Perempuan	60	48.0	48.0	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Tabel diatas dengan menunjukkan identifikasi hasil penyebaran kuisioner pada keseluruhan responden pada penelitian dengan sejumlah 125 orang. Jumlah hasil yang didapatkan dari resoponden jenis kelamin laki-laki 65 orang dengan presentase 52.0%. Sementara responden jenis kelamin perempuan 60 orang dengan presentase 48.0%. Maka, hasil dari penelitian ini berdasarkan jumlah responden jenis kelamin yang

terdapat pada penelitian ini, mayoritasnya responden nya adalah jenis kelamin laki-laki.

3. Kriteria responden berdasarkan usia

Karakteristik berdasarkan usia responden dengan minimal 23 tahun yang ditunjukkan pada Tabel 4.3:

Tabel 4.3 Usia Responden

		Usia		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	23-30 tahun	37	29.6	29.6	29.6
	31- 40 tahun	77	61.6	61.6	91.2
	41- 55 tahun	9	7.2	7.2	98.4
	56- 61 tahun	2	1.6	1.6	100.0
Total		125	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 4.3 diatas, terlihat keseluruhan dengan total 125 orang yang terdiri dari usia 23-30 tahun terdapat hasilnya dengan jumlah 37 orang dengan presentase 29.6%. Usia 31-40 tahun terdapat hasilnya dengan jumlah 77 orang dengan presentase 61.6%. Usia 41-55 tahun terdapat hasilnya dengan jumlah 9 orang dengan presentase 7.2%. Usia 56-61 tahun terdapat hasilnya dengan jumlah 2 orang dengan presentase 1.6%. Dengan demikian, disimpulkan bahwa hasil penelitian mayoritas responden berdasarkan usianya yaitu responden dengan usia 31-40 tahun.

4. Kriteria responden berdasarkan pekerjaan

Karakteristik responden yang pertama dikategorikan berdasarkan pekerjaan. Hasil dari perolehan data kriteria ini ditunjukkan di Tabel 4.4:

Tabel 4.4 Pekerjaan Responden

		Pekerjaan		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	Pelajar/Mahasiswa	4	3.2	3.2	3.2
	PNS/BUMN/Pensiunan	56	44.8	44.8	48.0
	Wiraswasta	50	40.0	40.0	88.0

Dokter/ Tenaga Medis	13	10.4	10.4	98.4
Lainnya	2	1.6	1.6	100.0
Total	125	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, hasil penelitian berdasarkan pekerjaan mayoritas responden adalah PNS/BUMN/ Pensiunan sebesar 56 orang dengan presentase 44.8%. Pekerjaan pelajar/mahasiswa jumlah hasil yang didapatkan 4 orang dengan presentase 3.2%. Pekerjaan Wiraswasta jumlah hasil yang didapatkan 50 orang dengan presentase 40.0%. Pekerjaan Dokter atau tenaga medis hasil yang didapatkan 13 orang dengan presentase 10.4%. Pekerjaan lainnya hasil yang didapatkan 2 orang dengan presentasi 1.6%.

5. Kriteria responden berdasarkan penghasilan

Karakteristik responden yang pertama dikategorikan berdasarkan penghasilan. Hasil dari perolehan data kriteria ini ditunjukkan di Tabel 4.5:

Tabel 4.5 Penghasilan Responden

		Penghasilan		Valid	Cumulative
		Frequency	Percent	Percent	Percent
Valid	<Rp. 1.000.000,-	3	2.4	2.4	2.4
	Rp. 1.000.000,- s/d	16	12.8	12.8	15.2
	Rp. 3.000.000,-				
	Rp. 3.000.000,- s/d	65	52.0	52.0	67.2
	5.000.000,-				
	> Rp. 5.000.000,-	41	32.8	32.8	100.0
	Total	125	100.0	100.0	

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Tabel diatas dengan hasil yang didapatkan mayoritas responden dengan penghasilan yang terbanyak yaitu Rp. 3.000.000,- s/d Rp. 5.000.000,- dengan hasil 65 orang responden dengan presentase 52.0%. Penghasilan <Rp. 1.000.000,- hasil penelitian nya yang didapatkan 3 orang dengan presentasase 2.4%. Penghasilan Rp. 1.000.000,- s/d Rp. 3.000.000,- hasil penelitian nya yang didapatkan 16 orang dengan

presentase 12.8%. Penghasilan >Rp. 5.000.000,- hasil penelitian nya yang didapatkan 41 orang dengan presentase 32.8%.

Berdasarkan beberapa karakter hasil dari responden pada penelitian minat KPR Syariah BSI KC Agus Salim Madiun, maka dapat diketahui dengan karakteristik nya yang menjadi mayoritas pada responden nasabah yang minat KPR Syariah KC Agus Salim Madiun dalam penelitian ini sebagai berikut:

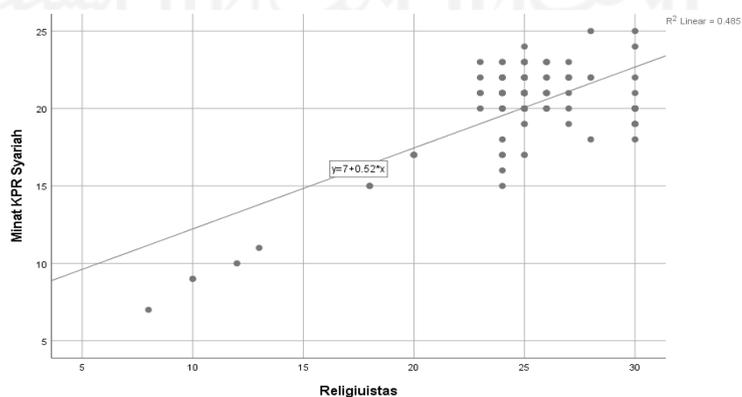
Tabel 4.6 Mayoritas Karakteristik Responden minat KPR Syariah KC Agus Salim Madiun

No	Karakteristik	Mayoritas	Jumlah
1	Domisili	Kota Madiun	107
2	Jenis Kelamin	Laki-laki	65
3	Usia	31-40 tahun	77
4	Pekerjaan	PNS/BUMN/Pensiunan	56
5	Penghasilan	Rp. 3.000.000 s/d Rp. 5.000.000,-	65

Responden yang minat pada produk Bank Syariah salah satunya pada KPR Syariah dalam penelitian ini lebih banyak domisili Kota Madiun dengan berjenis kelamin laki-laki. Mayoritas nya responden pada penelitian ini dengan berusia 31-40 tahun dan pekerjaan secara keseluruhan PNS/BUMN/Pensiunan. Rata-rata penghasilan responden pada penelitian ini Rp. 3.000.000,- s/d Rp. 5.000.000,- .

6. Pola hubungan antara variabel X dengan variabel Y

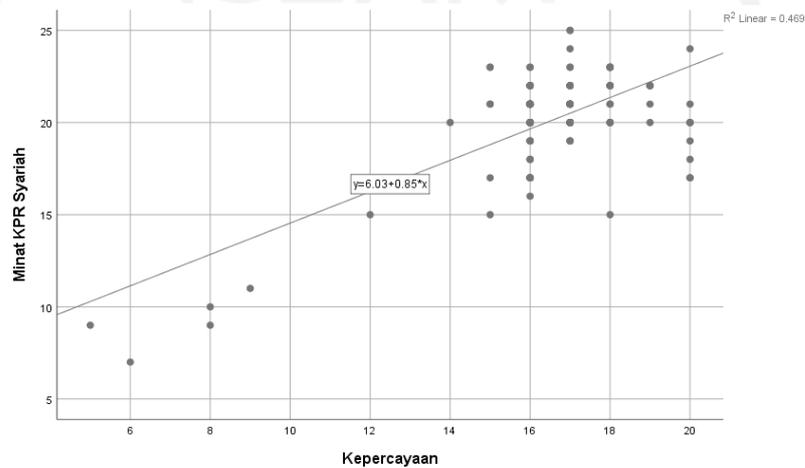
a. Hubungan variabel X1 dengan variabel Y



Gambar 4.7 scatterplot X1 dengan Y

Berdasarkan output grafik scatter-plot terlihat titik-titik plot data membentuk pola garis lurus dari kiri bawah naik ke kanan atas. Bisa disimpulkan terhadap hubungan yang linear dan positif antara variabel Religiusitas (X1) dengan variabel Minat KPR Syariah (Y). Hubungan positif memiliki makna jika Religiusitas mengalami peningkatan maka minat KPR Syariah juga akan meningkat.

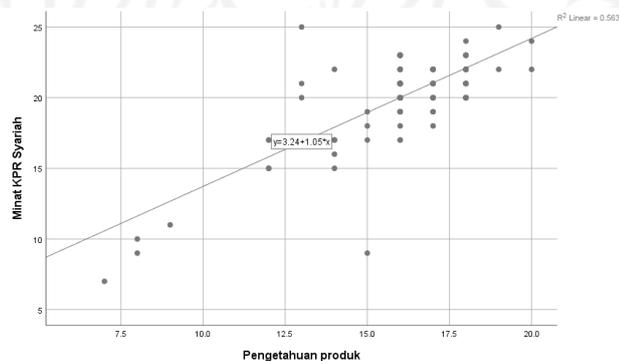
b. Hubungan variabel X2 dengan variabel Y



Gambar 4.8 scatterplot X2 dengan Y

Berdasarkan output grafik scatter-plot terlihat titik-titik plot data membentuk pola garis lurus dari kiri bawah naik ke kanan atas. Bisa disimpulkan terhadap hubungan yang linear dan positif antara variabel Kepercayaan (X2) dengan variabel Minat KPR Syariah (Y). Hubungan positif memiliki makna jika Kepercayaan mengalami peningkatan maka minat KPR Syariah juga akan meningkat.

c. Hubungan variabel X2 dengan variabel Y



Gambar 4.9 scatterplot X3 dengan Y

Berdasarkan output grafik scatter-plot terlihat titik-titik plot data membentuk pola garis lurus dari kiri bawah naik ke kanan atas. Bisa disimpulkan terhadap hubungan yang linear dan positif antara variabel Pengetahuan Produk (X3) dengan variabel Minat KPR Syariah (Y). Hubungan positif memiliki makna jika Pengetahuan produk mengalami peningkatan maka minat KPR Syariah juga akan meningkat.

C. Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Untuk menguji validitas, diperlukan pengembangan instrumen penelitian. Permasalahan merupakan sumber yang timbul dalam penelitian dan dapat memunculkan, variabel-variabel penelitian. Dengan variabel data yang tepat, kesimpulan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya dapat dihasilkan. Kualitas data yang diperoleh tergantung pada kualitas instrumen pengumpulan data dan pengukuran objek dari variabel penelitian. (Syamsuryadin & Wahyuniati, 2017).

Validitas dan reabilitas digunakan untuk menilai apakah hasil instrumen penelitian baik atau tidak. Sementara realibilitas berkaitan dengan seberapa besar suatu pengukuran dapat dipercaya karena sudah pasti. Validitas instrumen memiliki masalah dengan seberapa tepat mengukur apa yang diukur. Ketika instrumen tersebut dapat menghasilkan data dari variabel yang tidak menyimpang dari keadaan yang sebenarnya. Maka dikatakan sah. Ketika, suatu instrumen dapat menghasilkan hasil yang dapat dipercaya, dikatakan dapat diandalkan. (Syamsuryadin & Wahyuniati, 2017).

Menurut Sugiyono (2013: 363) validitas mereujuk pada sejauh mana data pada objek penelitian sesuai dengan kekuatan yang dilaporkan oleh peneliti. Data dianggap valid apabila tidak

berbeda dengan yang dilaporkan oleh peneliti dan sesuai dengan apa yang terjadi pada objek penelitian. (Syamsuryadin & Wahyuniati, 2017)

Hasil dari uji validitas pada instrumen penelitian diperlihatkan melalui tabel 4.7

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pernyataan	Pearson Correlation (r-hitung)	r tabel
1	Realibilitas (X1)	X1.1	0,793**	0,175
		X1.2	0,774**	0,175
		X1.3	0,689**	0,175
		X1.4	0,776**	0,175
		X1.5	0,798**	0,175
		X1.6	0,779**	0,175
2	Kepercayaan (X2)	X2.1	0,848**	0,175
		X2.2	0,837**	0,175
		X2.3	0,867**	0,175
		X2.4	0,830**	0,175
3	Pengetahuan Produk (X3)	X3.1	0,779**	0,175
		X3.2	0,844**	0,175
		X3.3	0,831**	0,175
		X3.4	0,817**	0,175
4	Minat KPR Syariah (Y)	Y1.1	0,744**	0,175
		Y1.2	0,652**	0,175
		Y1.3	0,780**	0,175
		Y1.4	0,889**	0,175
		Y1.5	0,847**	0,175

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Tabel 4.8 Ringkasan Uji Validitas

Variabel	Indikator	R Hitung	Signifikansi	R Tabel	Taraf Sig.	Keterangan
Religiusitas (X1)	X1.1	0.793	0,000	0.1757	0,050	Valid
	X1.2	0.774	0,000	0.1757	0,050	Valid
	X1.3	0.689	0,000	0.1757	0,050	Valid
	X1.4	0.776	0,000	0.1757	0,050	Valid
	X1.5	0.798	0,000	0.1757	0,050	Valid
	X1.6	0.779	0,000	0.1757	0,050	Valid
	X1.1	0.848	0,000	0.1757	0,050	Valid

Kepercayaan (X2)	X1.2	0.837	0,000	0.1757	0,050	Valid
	X1.3	0.867	0,000	0.1757	0,050	Valid
	X1.4	0.830	0,000	0.1757	0,050	Valid
Pengetahuan Produk (X3)	X3.1	0.779	0,000	0.1757	0,050	Valid
	X3.2	0.844	0,000	0.1757	0,050	Valid
	X3.3	0.831	0,000	0.1757	0,050	Valid
	X3.4	0.817	0,000	0.1757	0,050	Valid
Minat (Y)	Y1.1	0.744	0,000	0.1757	0,050	Valid
	Y1.2	0.652	0,000	0.1757	0,050	Valid
	Y1.3	0.780	0,000	0.1757	0,050	Valid
	Y1.4	0.889	0,000	0.1757	0,050	Valid
	Y1.5	0.847	0,000	0.1757	0,050	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan hasil pengujian uji validitas yang terdapat pada tabel 4.8 disimpulkan berupa secara keseluruhan anggota yang ada pada instrumen penelitian dikatakan valid. Instrumen pernyataan bernilai valid jika nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 r-tabel untuk 125 responden $DF-2 = 125-2 = 123$ adalah sebesar 0.1757. Hal tersebut berdasarkan secara keseluruhannya bernilai diatas 0,175. Dengan demikian instrumen penelitian ini terdapat digunakan sebagai model untuk pengujian.

b. Uji Realibilitas

Uji Realibilitas sebagai pengujian yang bertujuan untuk menguji suatu keandalan instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian. Suatu instrumen dengan dikatakan reliabel apabila diuji beberapa kali dalam pelaksanaan pengukuran terhadap pada subjek yang sama (test-retest) dengan hasil yang diperoleh yang relatif sama atau dalam satu kali pengukuran dengan instrumen yang berbeda (equivalent) dengan hasil yang relatif sama. Suatu instrumen dengan pilihan jawaban yang hanya dua saja, dikatakan reliabel apabila nilai $r_i > r_t$, sedangkan untuk instrumen dengan pilihan jawaban lebih dari dua, dikatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha* bernilai

lebih dari 0,60 (Syamsuryadin & Wahyuniati, 2017). Hasil dari pengujian realibilitas ditunjukkan pada tabel 4.9:

Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas

No	Variabel	Item Pernyataan	<i>Pearson Correlation (r hitung)</i>
1	Religiusitas (X1)	X1.1	0.824
		X1.2	0.831
		X1.3	0.861
		X1.4	0.830
		X1.5	0.824
		X1.6	0.828
2	Kepercayaan (X2)	X1.1	0.826
		X1.2	0.830
		X1.3	0.816
		X1.4	0.844
3	Pengetahuan produk (X3)	X3.1	0.811
		X3.2	0.771
		X3.3	0.788
		X3.4	0.791
4	Minat (Y)	Y1.1	0.819
		Y1.2	0.859
		Y1.3	0.812
		Y1.4	0.762
		Y1.5	0.781

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Tabel 4.10 Ringkasan Realibilitas

Variabel	N	Cronbach's Alpha	Taraf	Keterangan
Religiusitas (X1)	6	0,857	0,600	Reliable
Kepercayaan (X2)	4	0,866	0,600	Reliable
Pengetahuan Produk (X3)	4	0,835	0,600	Reliable
Minat (Y)	5	0,841	0,600	Reliable

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Berdasarkan hasil dari uji realibilitas pada penelitian ini terdapat dalam tabel 4.9 dan tabel 4.10 disimpulkan tiap-tiap variabel pada variabel terikat ataupun bebas mempunyai *cronbach alpha* yang bernilai lebih dari 0,60. Maka hal ini, dapat

dinyatakan variabel religiusitas (X1), Kepercayaan (X2), Pengetahuan produk (X3) dan minat pengajuan KPR Syariah (Y) termasuk dinyatakan *reliable* sebagai parameter ukur sehingga dalam penelitian ini pengembangannya di tahap selanjutnya dapat menggunakannya.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolonieritas

Menurut Imam Ghozali (2011:105) Uji Multikolonieritas memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi yang ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Dalam hal ini, model regresi yang baik jika seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Menurut Ghozali (2018:107), terdapat kriteria agar mengetahui adanya multikolonieritas pada model regresi yaitu:

- 1) Saat menganalisis matriks hubungan pada variabel independent, jika terdapat korelasi antar variabel independen dengan nilai $> 0,90$ hal tersebut menunjukkan kemungkinan adanya multikolonieritas.
- 2) Adanya nilai *Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF)* saat penetapan kriteria untuk mengetahui terjadinya adanya multikolonieritas apabila *Tolerance* $< 0,010$ atau sama dengan nilai *VIF* >10 . Apabila nilai *Tolerance* $>0,10$ atau sama nilainya pada *VIF* <10 maka multikolonieritas tidak terdapat pada model regresi tersebut.

Adapun hasil uji multikolonieritas dalam penelitian ini ditunjukkan pada tabel 4.11 & 4.12:

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolonieritas Matriks Korelasi Correlations

		Minat	Religiusitas	Kepercayaan	pengetahuan produk
Pearson Correlation	Minat	1.000	.696	.685	.750
	Religiusitas	.696	1.000	.710	.615
	Kepercayaan	.685	.710	1.000	.571

	pengetahuan produk	.750	.615	.571	1.000
Sig. (1-tailed)	Minat	.	.000	.000	.000
	Religiusitas	.000	.	.000	.000
	Kepercayaan	.000	.000	.	.000
	pengetahuan produk	.000	.000	.000	.
N	Minat	125	125	125	125
	Religiusitas	125	125	125	125
	Kepercayaan	125	125	125	125
	pengetahuan produk	125	125	125	125

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Tabel 4.12 Hasil uji Multikolonieritas Tolerance dan VIF
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.109	1.258		.087	.931		
	Religiusitas	.171	.059	.228	2.923	.004	.430	2.324
	Kepercayaan	.322	.093	.259	3.460	.001	.467	2.142
	pengetahuan produk	.645	.093	.462	6.896	.000	.585	1.709

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Hasil uji multikolonieritas pada tabel 4.11 disimpulkan berupa variabel Religiusitas (X1) berkorelasi tinggi sebesar 0,696 atau 69% terhadap variabel minat pengajuan KPR Syariah (Y). Hasil dari Kepercayaan (X2) berkorelasi tinggi sebesar 0,685 atau 68% terhadap variabel minat pengajuan KPR Syariah (Y). Sedangkan Pengetahuan Produk (X3) berkorelasi tinggi sebesar 0,750 atau 75% terhadap variabel minat pengajuan KPR Syariah (Y). berdasarkan variabel independen yang mempunyai tingkat korelasinya dibawah 0.95 atau 95% dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolonieritas.

Di samping itu, terdapat tabel 4.12 hasil tersebut menunjukkan nilai VIF seluruh variabel independen juga < 10. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas yang berarti semua variabel dapat digunakan. Sehingga dinyatakan bahwa adanya

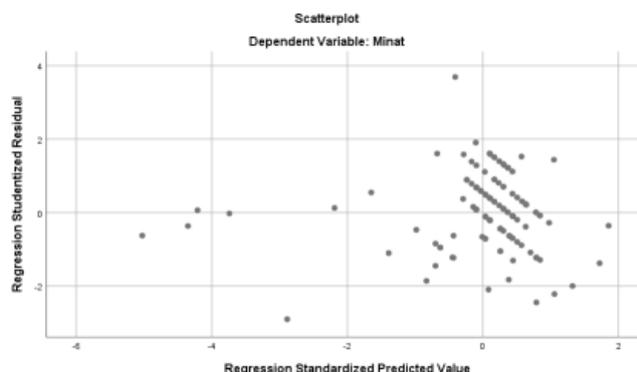
antar variabel independen tidak berkorelasi karena hasil menunjukkan nilai tidak lebih dari 0.95 atau 95%.

b. Uji Heteroskedasitas

Dalam penelitian, model regresi yang berhasil adalah yang menunjukkan homoskedasitas atau tidak ada heteroskedasitas. Untuk memeriksa apakah terdinya ketidaksamaan varians pada residual antara pengamatan-pengamatan yang berbeda, uji heteroskedasitas dilakukan pada model regresi. Grafik *scatterplot* atau nilai prediksi pada variabel terikat, yaitu *SRESID*, dapat digunakan untuk menguji hasil heteroskedasitas dengan membandingkannya dengan residual error yaitu *ZPREID* sebagai berikut:

1. Saat terdapat pola yang tertentu seperti ada titik-titik yang membentuk pada pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan adanya heteroskedasitas.
2. Jika tidak terdapat pola yang jelas, maupun titik-titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedasitas.
3. Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Terdapat hasil uji heteroskedasitas melalui grafik scatterplot pada gambar 4.13:



Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedasitas Scatterplot

Sumber: Data primer yang diolah (2023)

Dari hasil gambar 4.1 dapat dilihat bahwa titik-titik pada grafik scatterplot tersebar secara acak dan tidak beraturan diatas titik-titik tersebut, menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedasitas. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan untuk memprediksi variabel dependen berdasarkan variabel independen karena tidak terdapat heteroskedasitas dalam data.

c. Uji Normalitas

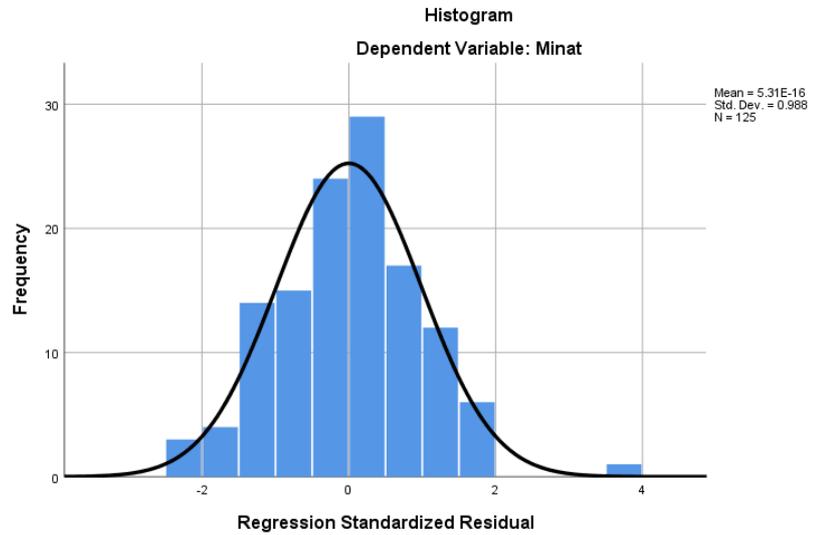
Uji Normalitas merupakan suatu teknik statistik, yang digunakan untuk mengevaluasi distribusi data. Menurut Ghazali (2018:163) deteksi normalitas dapat dilakukan dengan memeriksa penyebaran titik data pada grafik diagonal atau melalui histogram dari residual. Berdasarkan hasil uji, terdapat dua kemungkinan kesimpulan yang dapat diambil.

Jika titik data terdistribusi sekitar garis diagonal atau histogram menunjukkan pola distribusi normal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Jika pola distribusi tidak mengikuti garis diagonal atau histogram menunjukkan pola distribusi yang tidak normal. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Terdapat peng analisis digunakan dalam pengujian statistik nonparametrik *Uji Kolmogorov*. Pengertian dari *Uji Kolmogorov* adalah pengujian normalitas yang sering digunakan terutama adanya program statistik yang beredar. Kelebihan nya adalah, sederhana, dan tidak menyebabkan perbedaan persepsi salah satunya diantara satu pengamat dengan pengamat lain, yang muncul seringnya adanya pada uji normalitas dengan menggunakan grafik. Konsep dasar uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* jika signifikansi $>0,05$ sehingga diartikan bahwa pendistribusian pada data residual secara normal serta jika signifikansi bernilai $< 0,05$ sehingga diartikan pendistribusian pada data residual secara tidak normal.

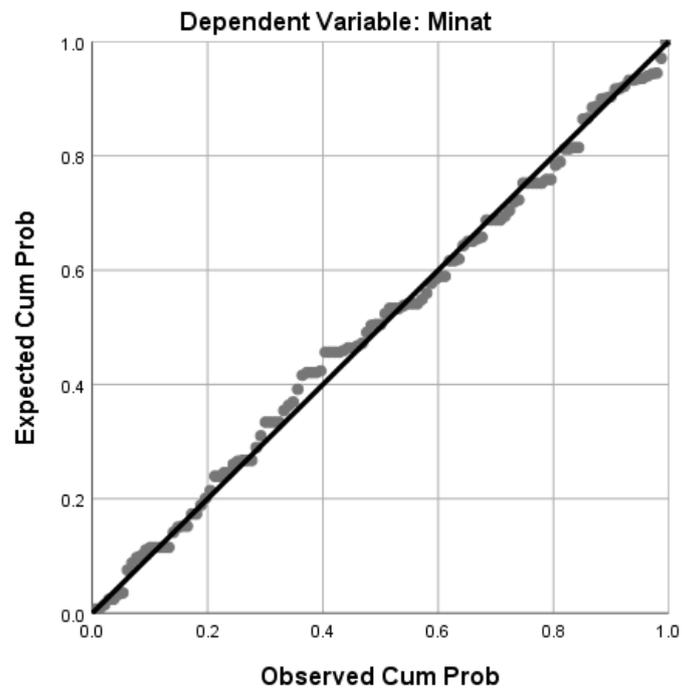
Terdapat output dari pengujian normalitas melalui gambar 4.4 dan gambar 4.5



Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram

Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Grafik Normal Plot

Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Berdasarkan hasil penelitian grafik histogram yang diperoleh dari SPSS berbentuk melengkung pada kurva normal dalam hal ini bahwa residual nya mempunyai secara normal pola pendistribusian nya. Selanjutnya dengan hasil grafik normal plot menghasilkan penyebaran pola yang berada pada sekitar garis diagonal dan sudah sesuai arah garis diagonal. Maka hal ini, disimpulkan berdasarkan grafiknya histogram dan grafik normal plot dijelaskan asumsi normalitas sudah terpenuhi dalam model regresi.

3. Uji Statistik

a. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (t test)

Uji Koefisien Regresi secara parsial t-test sebagai variabel penjelas atau independen secara individual dapat menjelaskan beberapa variasi variabel dependen. Jika nilai t hasilnya lebih besar dari t tabel dan nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 disimpulkan bahwa variabel bebas secara parsial dapat berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 4.13 Hasil Uji Statistik t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.109	1.258		.087	.931
	Religiusitas	.171	.059	.228	2.923	.004
	Kepercayaan	.322	.093	.259	3.460	.001
	pengetahuan produk	.645	.093	.462	6.896	.000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Output uji t pada tabel 4.13 dengan hasil yang didapatkan nilai nya menunjukkan signifikansi untuk setiap variabel yang terdiri dari Religiusitas (X1),Kepercayaan (X2), Pengetahuan produk (X3) dan Minat Pengajuan KPR Syariah (Y) yang dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Signifikansi variabel Religiusitas (X1) bernilai sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa variabel Religiusitas (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap minat pengajuan KPR Syariah (Y).
- 2) Signifikansi variabel Kepercayaan (X2) bernilai sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa variabel Kepercayaan (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap minat pengajuan KPR Syariah (Y).
- 3) Signifikansi variabel Pengetahuan Produk (X3) bernilai sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa variabel Pengetahuan Produk (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap minat pengajuan KPR Syariah (Y).

b. Uji Ftes (Uji Simultan)

Salah satu teknik pengujian statistik yaitu uji koefisien regresi secara simultan atau disebut uji F. Uji F digunakan untuk membandingkan dua atau lebih objek atau data yang masing-masing perlakuan nya dilakukan. Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah dari hasil semua variabel bebas menunjukkan apakah yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Anova (*Analysis of Variance*) digunakan untuk melakukan uji signifikan simultan. Pada penelitian ini, dapat digunakan tingkat signifikan 0.05 atau 5% uji menguji Hipotesis yang diajukan dalam diterima atau ditolak dengan dilakukan nya cara menguji nilai F. (Haryono, 2021).

**Tabel 4.14 Hasil Uji Statistik F
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	726.999	3	242.333	86.791	.000 ^b
	Residual	337.849	121	2.792		
	Total	1064.848	124			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), pengetahuan produk, Kepercayaan, Religiusitas

Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Dari 125 responden hasil uji Ftabel bernilai 2,44. Hasil dari pengujian Ftes dari tabel 4.14 dengan nilai Fhitung 86.791 lebih besar dari 2,44 dengan probabilitas signifikansi bernilai 0.000. Signifikansi hasilnya lebih dari 0,05 sehingga diperoleh hasil yang menyatakan religiusitas (X1), Kepercayaan (X2), dan Pengetahuan produk (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat pengajuan KPR Syariah (Y).

c. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²) digunakan untuk mengukur suatu kemampuan model dalam menjelaskan variasi dependen. Nilai Koefisien Determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi yang kecil dengan arti kemampuan variabel-variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai mendekati 1 artinya variabel-variabel independen dapat memberikan dengan semua informasi yang dapat dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.826 ^a	.683	.675	1.67097	1.665

a. Predictors: (Constant), pengetahuan produk, Kepercayaan, Religiusitas

b. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data Primer yang diolah (2023)

Dalam tabel 4.15, hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel

independen (religiusitas, kepercayaan, pengetahuan produk) dengan variabel dependen (minat pengajuan KPR Syariah), karena nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,826 mendekati 1. Selain itu, koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,675 menunjukkan bahwa variabel independen berkontribusi sebesar 67,5% terhadap variabel dependen. Sementara sisanya 32,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

D. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a		
B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
.109	1.258		.087	.931
.171	.059	.228	2.923	.004
.322	.093	.259	3.460	.001
.645	.093	.462	6.896	.000

a. Dependent Variable: Minat (Y)

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + bx_3 + e$$

$$Y = 0,109 + 0,171x_1 + 0,322x_2 + 0,645x_3 + e$$

Persamaan tersebut dapat dijelaskan apabila konstanta sebesar positif 0,109 artinya apabila variabel X1, X2, X3 bernilai nol (0) atau nilainya tetap (konstan), maka variabel Y memiliki nilai sebesar 0,109.

1. Variabel Religiusitas (X1)

Koefisien regresi variabel independen personal selling (X1) dilihat dari β_1 menunjukkan nilai positif sebesar 0,171. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya variabel religiusitas (X1), maka akan meningkatkan variabel Y sebesar 0,171. Koefisien regresi variabel X1 sebesar 0,171 artinya terjadi peningkatan variabel X1 sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan peningkatan terhadap variabel Y sebesar 0,171 satuan. Koefisien bernilai positif yang berarti bahwa arah hubungan variabel X1 terhadap variabel Y searah yang dimana apabila variabel X1 naik maka variabel Y naik. Artinya semakin tinggi nilai variabel X1

semakin tinggi nilai variabel Y begitu pula sebaliknya semakin rendah variabel X1 maka semakin rendah pula nilai variabel Y

2. Variabel Kepercayaan (X2)

Koefisien regresi variabel independen personal selling (X1) dilihat dari β_1 menunjukkan nilai positif sebesar 0,322. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya variabel kepercayaan (X2), maka akan meningkatkan variabel Y sebesar 0,322. Koefisien regresi variabel X2 sebesar 0,322 artinya terjadi peningkatan variabel X2 sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan peningkatan terhadap variabel Y sebesar 0,322 satuan. Koefisien bernilai positif yang berarti bahwa arah hubungan variabel X2 terhadap variabel Y searah yang dimana apabila variabel X2 naik maka variabel Y naik. Artinya semakin tinggi nilai variabel X2 semakin tinggi nilai variabel Y begitu pula sebaliknya semakin rendah variabel X2 maka semakin rendah pula nilai variabel Y

3. Variabel Pengetahuan produk (X3)

Koefisien regresi variabel independen personal selling (X1) dilihat dari β_1 menunjukkan nilai positif sebesar 0,645. Hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya variabel pengetahuan produk (X3), maka akan meningkatkan variabel Y sebesar 0,645. Koefisien regresi variabel X3 sebesar 0,645 artinya terjadi peningkatan variabel X3 sebesar 1 satuan maka akan menyebabkan peningkatan terhadap variabel Y sebesar 0,645 satuan. Koefisien bernilai positif yang berarti bahwa arah hubungan variabel X3 terhadap variabel Y searah yang dimana apabila variabel X3 naik maka variabel Y naik. Artinya semakin tinggi nilai variabel X3 semakin tinggi nilai variabel Y begitu pula sebaliknya semakin rendah variabel X3 maka semakin rendah pula nilai variabel Y

E. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Regiusitas (X1) berpengaruh Terhadap Minat Masyarakat untuk Mengajukan KPR Syariah (Y) di KC Madiun Agus Salim Kota Madiun

Hasil pengujian statistik t-tes menunjukkan bahwa variabel Religiusitas secara langsung mempengaruhi minat masyarakat untuk mengajukan KPR Syariah dengan hasil nilai sebesar 0,171 dan tingkat

signifikansi sebesar 0,004 yang lebih kecil dari alpha 0,05 ($0,004 < 0,05$). Ini menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat untuk mengajukan KPR Syariah. Lebih lanjut, hasil tersebut dapat diartikan bahwa peningkatan dalam religiusitas akan secara signifikan meningkatkan minat untuk mengajukan KPR Syariah. Oleh karena itu, hipotesis 1 (H1) pada penelitian yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat untuk mengajukan KPR Syariah di KC Madiun Agus Salim Kota Madiun dapat diterima.

Berdasarkan hasil analisis pengujian yang telah dilaksanakan tersebut dilatarbelakangi semakin tinggi dalam penghayatan seseorang terhadap agamanya, maka seseorang itu akan berfikir terlebih dahulu untuk mempertimbangkan dengan sesuai nilai-nilai agama di setiap tindakan yang akan dilakukan. Riba adalah sesuatu yang diharamkan dalam agama Islam. Maka dalam hal ini, seseorang yang memiliki penghayatan agamanya lebih tinggi maka mereka akan menjauhi larangan agama yaitu riba dalam transaksinya. Dan memilih transaksi dalam Islam bahwanya religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam melakukan pembiayaan rumah syariah. (Avianti, 2022)

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fuqory et al., (2021) yang menyatakan Religiusitas juga berpengaruh terhadap Minat. Dalam hal ini, dikarenakan adanya pada pilihan bank Syariah yang dianggap bank tersebut sebagai bank yang mengedepankan prinsip Syariah, maka dalam penelitian responden nya merasa tertarik untuk memilih produknya sebagai tindak perilakunya yang sesuai dengan prinsip Islam. Selain itu, dorongan berkomitmen untuk tertarik pada produk KPR Syariah sebagai suatu kewajiban dalam menjalankan syariat Islam.

Hal ini di dukung oleh penelitian Hadija Nuriatullah bahwa pada religiusitas sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pemilihan KPR Syariah. Dari hasil uji t pada

variabel kemudahan menyatakan bahwa signifikansi uji t lebih kecil dari 0.05. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis yang menyatakan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam pemilihan KPR Syariah.(Hadija et al., 2020)

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Untuk Mengajukan KPR Syariah di KC Madiun Agus Salim Kota Madiun

Berdasarkan hasil pengujian statistik t-test menyatakan variabel Kepercayaan berpengaruh langsung terhadap minat masyarakat untuk mengajukan KPR Syariah dengan hasil nilai 0,322 dan tingkat signifikansi bernilai 0,001 yang lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ($0,001 < 0,05$). Hal tersebut mengindikasikan pengaruh kepercayaan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat pengajuan KPR Syariah. Selain itu, dapat diartikan bahwa jika terdapat peningkatan pada pengaruh kepercayaan maka akan meningkatkan minat KPR Syariah secara signifikan. Oleh karena itu, hipotesis 2 (H_2) pada penelitian berupa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat mengajukan KPR Syariah di KC Madiun Agus Salim Kota Madiun diterima.

Berdasarkan hasil penelitian dari Cleanita Imra'atul Khasanah dan Nur Huri Mustofa dari hasil nya variabel kepercayaan memiliki yang positif makna nya pada kepercayaan dari masyarakat meningkat dan ingin minat mereka untuk memakai produk KPR Syariah. Namun hasilnya yang tidak signifikan menjelaskan bahwa tingkat kepercayaan dari masyarakat tidak cukup tinggi sehingga tidak memiliki pengaruh yang berarti pada variabel minat ini. (Cleanita Imra'atul Khasanah1 dan Nur Huri Mustof, 2022)

Berdasarkan pengujian hipotesis yang pertama pada H_1 dapat diterima. Kepercayaan tidak mempunyai pengaruh terhadap minat. Nilai t-statistik kepercayaan terhadap minat diatas 1,967 yaitu 1,378 dan nilai p-value nilai nya lebih kecil dari 0.05 yaitu 0.169. Sehingga

pengaruh yang diberikan oleh konstruk Kepercayaan terhadap konstruk Minat terbukti tidak signifikan. (Fuqory et al., 2021).

3. Pengaruh Pengetahuan Produk Terhadap Minat Masyarakat Untuk Mengajukan KPR Syariah di KC Madiun Agus Salim Kota Madiun

Berdasarkan hasil pengujian statistik t-test menyatakan variabel pengetahuan produk berpengaruh langsung terhadap minat masyarakat untuk mengajukan KPR Syariah dengan hasil nilai 0,645 dan tingkat sigfikansi bernilai 0,000 yang lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal tersebut mengindikasikan pengaruh kepercayaan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap minat pengajuan KPR Syariah. Selain itu, dapat diartikan bahwa jika terdapat peningkatan pada pengaruh kepercayaan maka akan meningkatkan minat KPR Syariah secara signifikan. Oleh karena itu, hipotesis 3 (H 3) pada penelitian berupa pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat mengajukan KPR Syariah di KC Madiun Agus Salim Kota Madiun diterima.

Berdasarkan pengujian pada hipotesis yang pertama bahwa H1 diterima. Hal tersebut mendukung hasil penelitian terdahulu Elizabeth Valentine Sunaryo, SE., M.Si., Ph.D yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat Beli melalui Sikap Pada Produk Kerajinan Keramik Dinoyo - Kota Malang” dijelaskan bahwa terdapat signifikan antara variabel pengetahuan produk terhadap minat. Dari hasil penelitian ini sesuai dengan Fuqory, Dewi Ziqni bahwa pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap minat yang artinya pengetahuan produk sebagai faktor yang menyebabkan meningkatnya minat KPR Syariah semua terkait tentang pengetahuan produk perbankan Syariah dipandang sangat penting untuk tujuan mengambil keputusan membeli produk perbankan Syariah. (Fuqory et al., 2021).

4. Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan Produk terhadap Minat Masyarakat untuk Mengajukan KPR Syariah di KC Madiun Agus Salim Kota Madiun?

Berdasarkan hasil pengujian statistik F-test didapatkan hasil berupa variabel religiusitas, kepercayaan, pengetahuan produk berpengaruh secara langsung terhadap minat KPR Syariah yang menunjukkan nilai F-hitung sebesar 86.791.

Dengan probabilitas signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dalam hal ini, disimpulkan religiusitas, kepercayaan, dan pengetahuan produk secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap minat mengajukan KPR Syariah. Hal tersebut dapat diartikan bahwa apabila religiusitas, kepercayaan, pengetahuan produk meningkat maka akan meningkatkan minat mengajukan KPR Syariah secara signifikan. Oleh karena itu pada hipotesis 4 (H 4) berupa religiusitas, kepercayaan, pengetahuan produk secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap minat masyarakat mengajukan KPR Syariah di KC Madiun Agus Salim Kota Madiun.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pengolahan dan analisis data yang dilakukan dengan melalui uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, dan uji statistik pada pengaruh religiusitas, kepercayaan, pengetahuan produk terhadap minat pengajuan KPR Syariah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Madiun Agus Salim. Diperoleh dari hasil penelitian dengan cara melalui tahap analisis data yang menjadi kesimpulan terhadap perumusan masalah pada penelitian ini terdiri dari:

1. Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat pengajuan KPR Syariah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Madiun Agus Salim. Penelitian ini menghasilkan menunjukkan bahwa religiusitas meningkat pada minat mengajukan KPR Syariah secara signifikan. Signifikansi variabel Religiusitas (X1) bernilai sebesar $0,004 < 0,05$. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa variabel Religiusitas (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap minat pengajuan KPR Syariah (Y). Hasil pengujian statistik t-tes menunjukkan bahwa variabel Religiusitas secara langsung mempengaruhi minat masyarakat untuk mengajukan KPR Syariah dengan hasil nilai sebesar 0,171 dan tingkat signifikansi sebesar 0,004 yang lebih kecil dari alpha 0,05 ($0,004 < 0,05$).
2. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat pengajuan KPR Syariah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Madiun Agus Salim. Penelitian ini menghasilkan menunjukkan bahwa kepercayaan meningkat pada minat mengajukan KPR Syariah secara signifikan. Signifikansi variabel Kepercayaan (X2) bernilai sebesar $0,001 < 0,05$. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa variabel Kepercayaan (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap minat pengajuan KPR Syariah (Y). Berdasarkan hasil pengujian statistik t-test menyatakan variabel Kepercayaan berpengaruh langsung terhadap minat masyarakat untuk mengajukan KPR Syariah

dengan hasil nilai 0,322 dan tingkat sigfikansi bernilai 0,001 yang lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ($0,001 < 0,05$).

3. Pengetahuan produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat pengajuan KPR Syariah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Madiun Agus Salim. Penelitian ini menghasilkan menunjukkan bahwa pengetahuan produk meningkat pada minat mengajukan KPR Syariah secara signifikan. Signifikansi variabel Pengetahuan Produk (X3) bernilai sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa variabel Pengetahuan Produk (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap minat pengajuan KPR Syariah (Y). Berdasarkan hasil pengujian statistik t-test menyatakan variabel pengetahuan produk berpengaruh langsung terhadap minat masyarakat untuk mengajukan KPR Syariah dengan hasil nilai 0,645 dan tingkat sigfikansi bernilai 0,000 yang lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ($0,000 < 0,05$)
4. Religiusitas, Kepercayaan, Pengetahuan produk secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap minat pengajuan KPR Syariah di Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Madiun Agus Salim. Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen (religiusitas, kepercayaan, pengetahuan produk) dengan variabel dependen (minat pengajuan KPR Syariah), karena nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,826 mendekati 1. Penelitian ini menghasilkan menunjukkan bahwa pengetahuan produk meningkat pada minat mengajukan KPR Syariah secara signifikan. Variabel independen (religiusitas, kepercayaan, pengetahuan produk) berpengaruh terhadap variabel dependen (minat KPR Syariah) pada Bank Syariah Indonesia di KC Madiun Agus Salim dengan hasil yang menunjukkan dapat berkontribusi sejumlah 67,5%. Sedangkan sisa nya 32,5% dipengaruhi dari variabel lain diluar model.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan diatas yang diperoleh dari analisis, maka dapat diajukan saran sebagai pelengkap hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Pihak BSI

- a. Untuk meningkatkan strategi promosinya, Bank Syariah Indonesia Kc Madiun Agus Salim sebaiknya lebih memaksimalkan penggunaan penjualan pribadi (personal selling) melalui pertemuan tatap muka langsung atau kunjungan penjualan door to door.
- b. Bank Syariah Indonesia Kc Madiun Agus Salim menemui berbagai hambatan dalam mempromosikan produknya, termasuk kurangnya pemahaman tentang religiusitas yang sesuai dengan syariat Islam, kepercayaan terhadap produk KPR, dan pengetahuan produk dan pemahaman masyarakat. Untuk mengatasi masalah ini, Bank Syariah Indonesia Cabang Madiun harus lebih giat memberikan penjelasan rinci kepada masyarakat mengenai bank syariah dan produk-produknya.
- c. Bank Syariah Indonesia Kc Madiun Agus Salim terus meningkatkan kualitas produk dan layanan kepada nasabah, serta menambahkan fitur baru dan memperbaiki desain produk. Mereka juga mengupdate margin keuntungan mereka agar tetap bersaing dengan bank lain dan menarik lebih banyak nasabah.
- d. Bank Syariah Indonesia Kc Madiun Agus Salim memasuki segmen pasar baru dengan cara mengidentifikasi potensi pasar dan memanfaatkan peluang yang ada. Mereka mencari perumahan baru untuk dipasarkan dan menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, termasuk developer dan perusahaan bonafide, untuk menyediakan kredit rumah secara korporat.
- e. Untuk meningkatkan pemahaman dan minat calon nasabah, Bank Syariah Indonesia Kc Madiun Agus Salim meningkatkan upaya sosialisasi dan promosi produk KPR secara intensif. Hal ini dilakukan karena masih banyak masyarakat yang belum menyadari bahwa Bank

Syariah dapat memberikan pembiayaan KPR atau renovasi rumah sesuai syariat Islam. Kebanyakan masyarakat masih menggunakan KPR konvensional karena kurangnya sosialisasi dari bank syariah, sehingga mereka kurang paham mengenai produk KPR syariah.

2. Bagi pihak Pemerintah

Kebijakan subsidi perumahan merupakan upaya pemerintah dalam menyediakan perumahan yang terjangkau bagi masyarakat berpenghasilan rendah, mengingat harga pasar perumahan yang tinggi tidak memungkinkan mereka untuk memiliki rumah. Dengan memberikan subsidi perumahan, diharapkan masyarakat berpenghasilan rendah dapat memiliki rumah yang layak dan hal ini sesuai dengan amanat Pasal 28 H Undang-Undang Dasar 1945 yang menyatakan bahwa negara berkewajiban membantu mengadakan rumah yang layak bagi rakyat Indonesia, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya masyarakat berpenghasilan rendah.

Demi mewujudkan cita-cita Negara Indonesia tentang menciptakan kesejahteraan masyarakat, salah satunya adalah pemerintah menciptakan program Sejuta Rumah untuk rakyat berpenghasilan rendah yang lebih sering disebut dengan Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Subsidi. Pemerintah bekerja sama dengan Bank pelaksana baik itu Bank Syariah maupun Bank Konvensional dalam menyalurkan KPR subsidi karena Bank merupakan lembaga Intermediasi atau lembaga perantara yang merupakan lembaga yang menyalurkan dana dari unit yang kelebihan dana kepada unit yang membutuhkan dana. Pemerintah memberikan subsidi KPR kepada Bank pelaksana dalam bentuk bunga bank atau tingkat margin bank yang kemudian itu disalurkan kepada masyarakat berpenghasilan rendah dalam bentuk Kredit Kepemilikan Rumah Bersubsidi

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan melakukan pengembangan pada wawasan KPR Syariah karena penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Pertama, menjangkau lebih luas dan lebih lengkap lagi pada penelitian selanjutnya karena populasi penelitian ini hanya berada di wilayah Kota atau Kabupaten

Madiun sehingga bisa dijangkau lebih luas untuk pengembangan sasaran nasabah yang minat KPR Syariah. Kedua, menambah jumlah sampel yang lebih banyak karena penelitian ini hanya dilakukan berjumlah 125 responden jumlah ini masih kurang untuk meneliti menggambarkan suatu hasil penelitian dari keadaan sesungguhnya. Ketiga, pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan usia yang cukup umur yang seharusnya sudah memikirkannya untuk minat KPR Syariah dengan sudah memiliki penghasilan yang cukup untuk mencoba produk ini dan bisa lebih spesifik kriteria agar memperoleh data yang lebih beragam dan lebih menunjukkan pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat pada KPR Syariah. Keempat, agar lebih menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi minat KPR Syariah karena penelitian ini hanya terdiri dari beberapa variabel independen yaitu religiusitas, kepercayaan, pengetahuan produk. Dan juga, berdasarkan hasil penelitian pada variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen sebesar menunjukkan dapat berkontribusi sejumlah 67,5%. Sedangkan sisanya 32,5% dipengaruhi dari variabel lain diluar model. Kesimpulan nya masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi minat KPR Syariah di BSI KC Madiun Agus Salim.

DAFTAR PUSTAKA

- A Buchari ·2018. (2018). *Kesadaran Masyarakat Terhadap KPR SYARIAH*.
- Amaliah, N. D. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Hedonis Serta Implikasinya Terhadap Perilaku Konsumtif. (*Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Siliwangi*) (*Doctoral Dissertation, Universitas Siliwangi*)., 41–65.
- Ambarwati, I. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pemahaman Pengetahuan Produk Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Terhadap Minat Menabung Di Bank Mini Iain Ponorogo*. 4. http://etheses.iainponorogo.ac.id/8902/1/skripsi_ida.pdf
- Avianti, R. I. (2022). *Pengaruh Pendapatan , Religiuisitas , Pelayanan , dan Pemasaran Terhadap Profitabilitas Bank Syariah dengan Keputusan Nasabah Melakukan Pembiayaan Pemilikan Rumah Syariah Sebagai Variabel Intervening*. 2(2), 252–266.
- Biwafa, M. F. (2018). *PENGUSAHA DEVELOPER PERUMAHAN DI KABUPATEN BOGOR FAKULTAS SYARIAH INSTITUT PERGURUAN TINGGU ILMU AL-QURAN (PTIQ) JAKARTA 2018 M / 1439 H*.
- Cleanita Imra'atul Khasanah1 dan Nur Huri Mustof. (2022). *Analisis persepsi nasabah, kepercayaan dan brand image terhadap minat dan keputusan nasabah menabung*. 4(2).
- Ervianto, W. (2016). *Pengertian, dimensi, faktor yang mempengaruhi Religiusitas menurut ahli*. <http://psiervianto.blogspot.com/2016/03/pengertian-dimensi-faktor-yang.html>
- Fauziah, M. (2013). Metode Dakwah Dalam Membangun Religiositas Masyarakat. *Jurnal Al-Bayan*, 19(28), 95–108. <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/bayan/article/download/108/97>
- Fitria. (2013). Analisis Tingkat Religiusitas Terhadap Mahasiswa Islm Perguruan Tinggi Berbasis Agama. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Fuqory, D. Z., Syariah, J. P., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Islam, U., & Syarif, N.

- (2021). *Pengaruh Religiusitas dan Kepercayaan Terhadap Minat Pengajuan KPR Syariah Di CIMB Niaga Syariah dengan Pengetahuan Produk sebagai Variabel Intervening*.
- Gunawan. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah KC Sukabumi. *Fastabiq: Jurnal Studi Islam*, 2(2), 99–106.
- Hadija, H., Nuriatullah, N., & Nurfitriani, N. (2020). Pengaruh Religiusitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih BRI Syariah Dalam Transaksi Kredit Kepemilikan Rumah (KPR) Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 37–55. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v1i2.10.37-55>
- Haryono, R. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Masyarakat Kota Jambi). *Tesis*, 1–180.
- Hasibuan, F. U., & Wahyuni, R. (2020). PENGARUH PENGETAHUAN MASYARAKAT DAN MINAT PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN TABUNGAN PERBANKAN SYARIAH (Studi Kasus Masyarakat Kota Langsa). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(1), 22–33. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i1.790>
- Heykal, M. (2014). Analisis Tingkat Pemahaman KPR Syariah pada Bank Syariah di Indonesia: Studi Pendahuluan. *Binus Business Review*, 5(2), 519. <https://doi.org/10.21512/bbr.v5i2.1010>
- Hidayat, G. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Permintaan KPR Pada Bank Syariah Di Kabupaten Sumedang. *Coopetion*, VIII(2).
- Huang. (2010). PREFERENSI NASABAH TERHADAP KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) SYARIAH (Studi). *PREFERENSI NASABAH TERHADAP KREDIT PEMILIKAN RUMAH (KPR) SYARIAH (Studi*, 9(1), 76–99.
- Kardoyo, Nurkhin, A., Muhsin, Mukhibad, H., & Aprilia, F. D. (2020). The effect of knowledge, promotion, and religiosity on intention to use Islamic banking sendees. *International Journal of Financial Research*, 11(2), 128–135.

<https://doi.org/10.5430/ijfr.v11n2p128>

- Khairunnisa, I. A., & Cahyono, H. (2020). Hubungan Pengetahuan, Religiusitas, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Menggunakan Bank Syariah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(3), 1–14. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n3.p1-14>
- Maghfiroh, S. (2018). Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswa Darush Shalihah. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(3), 213–222.
- Mulyaningtyas, I. F., Soesatyo, Y., & Sakti, N. C. (2020). Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank Syariah Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Siswa Pada Bank Syariah Di Kelas Xi Ips Man 2 Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 8(1), 53. <https://doi.org/10.26740/jepk.v8n1.p53-66>
- Nofinawati, N. (2016). Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)*, 14(2), 168. <https://doi.org/10.31958/juris.v14i2.305>
- Pipit setyaningtyas. (2016). *Implementasi akad murabahah pada produk pembiayaan kpr di bank syariah mandiri kc purwokerto*.
- Putri, Y., Solihat, A., Rahmayani, R., Iskandar, I., & Trijumansyah, A. (2019). Strategi meningkatkan Minat Menabung di Bank Syariah melalui Penerapan Religiusitas. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 16(1), 77–88. <https://doi.org/10.29313/performa.v16i1.4532>
- Qorizah, A., & Setiawan Prabowo, P. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil KPR Syariah Bank Jatim Syariah Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 149–161. <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/>
- Rito, R., & Azzahra, F. (2018). Peran Audit Internal Dalam Good Corporate Governance Bank Syariah Di Indonesia. *Agregat*, 2(1), 79–99. <https://doi.org/10.22236/agregat>
- Rochman, A., Triasih, D., & Abib, A. S. (2019). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem Transaksi Kredit Pemilikan Rumah (KPR) Di Bank Tabungan Negara Syariah (BTN Syariah) Semarang. *Hukum Dan Masyarakat Madani*, 7(3),

167. <https://doi.org/10.26623/humani.v7i3.1425>

- Septika, B. H., Krisnahadi, T., & Wulandari, Y. E. (2023). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Sharie Radja Pancake Durian*. 7(1), 737–740. <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4512/http>
- Siregar, R. M. (2014). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah pada pembiayaan pemilikan rumah syariah PT. bank muamalat Indonesia Tbk. KCP.Binjai. *Jurnal Ekonomi Islam*.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 38–51. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i1.99>
- Syamsuryadin, S., & Wahyuniati, C. F. S. (2017). Tingkat Pengetahuan Pelatih Bola Voli Tentang Program Latihan Mental Di Kabupaten Sleman Yogyakarta. *Jorpres (Jurnal Olahraga Prestasi)*, 13(1), 53–59. <https://doi.org/10.21831/jorpres.v13i1.12884>
- Vristiyana, V. M. (2019). Pengaruh religiusitas dan pengetahuan produk halal terhadap penilaian produk halal dan minat pembelian produk halal. *Ekobis*, 20(1), 85–100.
- Yasin, M. A. (2018). Bab II Landasan Teori. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 8–24.
- Yuniati, F. &. (2016). Kepercayaan Pelanggan. *Kepercayaan Pelanggan*, 22–38.
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2021). Pengaruh Religiusitas, Persepsi Dan Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 2(2), 114–130. <https://doi.org/10.46367/jps.v2i2.342>

LAMPIRAN

Lampiran Pertanyaan Kuisisioner

A. PETUNJUK PENGISIAN

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut Anda paling tepat dengan memberi tanda check list (√) atau tanda silang (X) pada beberapa alternatif jawaban yang telah disediakan sesuai dengan kondisi Anda saat ini. Pada setiap pertanyaan telah disediakan lima (5) point skala dengan keterangan sebagai berikut:

- Sangat Tidak Setuju (STS) : skor 1
- Tidak Setuju (TS) : skor 2
- Netral (N) : skor 3
- Setuju (S) : skor 4
- Sangat Setuju (SS) : skor 5

B. IDENTITAS RESPONDEN

1. Email :
2. Nama Lengkap :
3. Nomor Hp/ Whatsapp :
4. Domisili : Kota Madiun
 Kabupaten Madiun
5. Jenis Kelamin : Laki-laki
 Perempuan
6. Usia : 23-30 tahun
 31-40 tahun
 41-55 tahun
 56-61 tahun
7. Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa
 PNS / BUMN / Pensiunan
 Wiraswasta
 Dokter / Tenaga Medis
 Lainnya

8. Penghasilan : () <Rp. 1.000. 000,-
 () Rp. 1.000.000,- s/d Rp. 3.000.000,-
 () Rp. 3.000.000,- s/d 5.000.000,-
 () > Rp. 5.000.000,-

C. PERNYATAAN

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Pernyataan untuk Variabel Religiusitas (X1): Pernyataan religiusitas ini ditujukan peneliti untuk memperoleh informasi tentang pengaruh religiusitas responden terhadap minat pengajuan KPR Syariah. Pernyataan-pernyataan disusun berdasarkan aspek keyakinan, pengetahuan, dan praktik beragama.						
1	Saya meyakini bahwa tiada tuhan selain ALLAH					
2	Saya mengetahui bahwa Islam merupakan agama yang mengatur segenap aspek kehidupan, yaitu perilaku ibadah dan muamalah.					
3	Saya senantiasa melaksanakan semua jenis ibadah yang diwajibkan dalam ajaran Islam seperti sholat, puasa, zakat.					
4	Saya berusaha menjauhi riba sebagai upaya menaati syariat agama Islam					
5	Saya merasa tenang dengan mematuhi ketentuan-ketentuan agama yang berlaku					
6	Saya memilih menggunakan produk dari BSI karena sesuai dengan ketentuan agama					
Pernyataan untuk Variabel Kepercayaan (X2): Pernyataan kepercayaan ini ditujukan peneliti untuk memperoleh informasi tentang pengaruh kepercayaan anda terhadap produk bank syariah ini untuk minat nasabah dalam pengajuan KPR Syariah						

7	Saya percaya bahwa BSI selalu jujur dalam menjalankan setiap transaksi yang dilakukannya					
8	Saya percaya bahwa BSI selalu memberikan layanan yang terbaik bagi nasabahnya.					
9	Saya percaya BSI mempunyai produk KPR Syariah yang bisa memberikan kepuasan bagi nasabah					
10	Saya percaya bahwa BSI mampu membantu nasabah untuk memenuhi kebutuhannya					
Pernyataan untuk Pengetahuan Produk (X3): Pernyataan pengetahuan produk ini ditujukan peneliti untuk memperoleh informasi tentang pengaruh pengetahuan produk anda terhadap produk BSI ini untuk minat nasabah dalam pengajuan KPR Syariah						
11	Saya mengetahui bahwa di BSI ada produk KPR Syariah untuk pembiayaan kepemilikan rumah					
12	Saya mengetahui bahwa produk KPR Syariah di BSI berbeda dengan produk KPR di Bank konvensional.					
13	Saya mengetahui KPR Syariah di BSI menggunakan akad jual beli (akad murabahah), bukan akad utang/kredit berbunga.					
14	Saya mengetahui bahwa produk KPR Syariah di BSI sesuai harapan dan ekspektasi saya.					

Pernyataan untuk Variabel Minat KPR Syariah (Y): Pernyataan minat ini ditujukan peneliti untuk memperoleh informasi tentang minat anda tertarik terhadap produk BSI ini untuk minat nasabah dalam pengajuan KPR Syariah

15	Saya tertarik mengajukan KPR Bank Syariah karena pelaksanaannya sesuai dengan prinsip syariah					
16	Saya tertarik menggunakan produk BSI karena tidak ada unsur riba didalamnya.					
17	Saya tertarik mengajukan KPR Syariah karena besarnya cicilan dapat disesuaikan dengan kemampuan finansial nasabah					
18	Saya tertarik menggunakan produk Bank Syariah karena tidak ada unsur riba didalamnya					
19	Saya merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan produk KPR Syariah					

Lampiran Hasil Jawaban Responden

Religiusitas (X1)

Religiusitas (X1)						
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
1. Saya meyakini bahwa tiada tuhan selain Allah	2. Saya mengetahui bahwa Islam merupakan agama yang mengatur segenap aspek kehidupan, yaitu perilaku ibadah dan muamalah.	3. Saya senantiasa melaksanakan semua jenis ibadah yang diwajibkan dalam ajaran Islam seperti sholat, puasa, zakat.	4. Saya berusaha menjauhi riba sebagai upaya menaati syariat agama Islam	5. Saya merasa tenang dengan mematuhi ketentuan-ketentuan syariat yang berlaku.	6. Saya memilih menggunakan produk dari BSI karena sesuai dengan ketentuan syariat Islam.	
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	4	4	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	5	4	28
5	5	5	5	4	4	28
5	4	5	5	4	5	28
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	4	4	20
3	3	3	3	3	3	18
4	3	3	3	4	3	20
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	4	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
3	4	3	4	3	3	20
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	5	4	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30

5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
2	2	1	2	1	2	10
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	3	4	5	25
4	3	4	4	5	4	24
5	4	3	4	4	5	25
4	3	5	4	4	5	25
5	4	3	5	4	3	24
2	1	1	1	1	2	8
4	3	4	4	5	5	25
5	4	4	5	4	3	25
5	4	3	5	4	3	24
5	4	3	4	4	4	24
5	4	3	4	4	5	25
5	4	3	4	4	4	24
4	3	4	5	4	4	24
5	4	3	5	5	4	26
2	1	2	1	2	2	10
5	5	4	3	3	4	24
3	4	3	4	5	4	23
3	4	5	4	3	4	23
5	4	3	4	5	4	25
5	3	4	4	5	4	25
5	4	3	4	4	5	25
4	5	3	4	4	5	25
4	5	3	4	3	4	23
5	5	4	3	4	4	25
4	3	5	4	4	5	25
5	4	3	5	4	4	25
4	3	5	4	5	4	25
4	5	3	4	5	4	25
3	4	5	4	3	4	23
5	4	3	5	4	4	25
5	5	3	4	5	4	26
2	2	2	2	2	2	12
5	4	3	5	4	4	25
5	4	3	5	4	4	25
5	4	3	4	5	4	25
4	4	5	4	3	5	25
4	4	3	5	4	5	25
4	5	3	5	4	5	26
3	5	4	4	5	3	24
4	4	4	4	4	4	24

4	3	5	4	5	5	26
5	4	4	3	5	4	25
5	3	4	5	3	4	24
4	3	5	4	4	5	25
5	4	3	5	4	4	25
5	5	3	4	4	4	25
5	4	4	5	3	4	25
3	4	5	4	3	4	23
5	3	5	4	4	5	26
5	4	3	5	4	5	26
5	4	3	5	4	4	25
4	3	5	4	4	5	25
5	4	3	5	5	4	26
4	3	5	4	5	3	24
4	3	5	4	4	5	25
5	5	4	4	3	5	26
4	3	5	4	4	5	25
5	5	4	3	5	4	26
4	3	5	4	4	5	25
4	4	4	4	5	5	26
4	3	5	4	4	5	25
5	4	4	5	5	4	27
5	4	4	3	5	4	25
5	4	3	5	4	4	25
5	4	3	5	4	4	25
5	5	3	5	4	5	27
4	4	5	3	4	5	25
5	4	4	5	5	4	27
5	4	3	5	4	5	26
4	4	3	5	4	5	25
4	4	5	5	4	3	25
4	4	3	5	4	5	25
4	5	4	3	5	4	25
4	5	4	4	3	5	25
5	4	5	5	4	4	27
3	2	2	2	2	2	13
3	3	3	3	3	3	18
5	4	5	4	5	4	27
4	4	5	4	3	4	24
4	4	5	5	4	4	26
5	4	4	5	4	4	26
4	5	4	3	4	4	24
4	4	3	5	4	4	24
5	5	4	4	5	4	27

4	4	3	5	4	4	24
3	3	4	3	3	4	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24

Kepercayaan (X2)

Kepercayaan (X2)				
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
7. Saya percaya bahwa BSI selalu jujur dalam menjalankan setiap transaksi yang dilakukannya	8. Saya percaya bahwa BSI selalu memberikan layanan yang terbaik bagi nasabahnya.	9. Saya percaya BSI mempunyai produk KPR Syariah yang bisa memberikan kepuasan bagi nasabah	10. Saya percaya bahwa BSI mampu membantu nasabah untuk memenuhi kebutuhannya	
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
4	5	4	4	17
3	4	4	4	15
4	5	5	5	19
4	4	4	5	17
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
3	4	5	4	16
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16

4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
1	2	1	1	5
4	5	5	5	19
4	5	4	4	17
4	4	5	5	18
4	4	3	5	16
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
2	2	1	1	6
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
3	5	4	4	16
3	3	3	5	14
2	2	2	2	8
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
4	4	4	5	17
5	3	4	5	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
2	2	2	2	8
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17

4	4	3	5	16
4	4	4	5	17
3	4	4	4	15
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	3	4	4	15
4	4	3	5	16
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	4	4	4	17
5	4	4	4	17
4	4	4	5	17
4	4	5	4	17
4	4	4	5	17
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	4	3	5	16
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
5	4	5	4	18
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
4	4	5	5	18
4	4	5	4	17
5	4	4	5	18
4	5	5	5	19
4	4	5	4	17
4	5	5	4	18
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
2	3	2	2	9
3	3	3	3	12
4	5	5	4	18

4	5	5	4	18
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16

Pengetahuan Produk (X3)

Pengetahuan Produk (X3)				
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
11. Saya mengetahui bahwa di BSI ada produk KPR Syariah untuk pembiayaan kepemilikan rumah	12. Saya mengetahui bahwa produk KPR Syariah di BSI berbeda dengan produk KPR di Bank konvensional.	13. Saya mengetahui KPR Syariah di BSI menggunakan akad jual beli (akad <i>murabahah</i>), bukan akad utang/kredit berbunga.	14. Saya mengetahui bahwa produk KPR Syariah di BSI sesuai harapan dan ekspektasi saya.	
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	3	3	3	13
4	4	4	5	17
3	4	4	3	14
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12

3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	3	3	3	13
5	4	5	3	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
4	3	3	3	13
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	3	3	4	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
4	4	4	3	15
5	5	5	5	20
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
2	2	2	1	7
5	4	5	4	18
4	4	5	3	16
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
4	5	4	3	16
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
2	2	2	2	8
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16

4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	4	5	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
4	4	5	4	17
4	4	5	3	16
4	5	4	4	17
2	2	2	2	8
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
4	5	5	4	18
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
5	4	4	4	17
5	5	4	4	18
4	4	5	5	18
4	4	5	5	18
3	4	4	5	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	4	3	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
4	5	5	4	18
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
4	5	5	4	18
4	4	4	4	16
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18

4	5	5	4	18
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
5	4	4	4	17
4	5	4	4	17
4	4	5	5	18
5	4	5	4	18
3	2	2	2	9
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	5	4	4	16
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17
3	3	3	3	12
4	4	3	4	15
4	4	3	4	15
4	4	3	3	14
4	3	3	4	14
4	4	3	3	14
4	4	3	3	14

Minat (Y)

Minat (Y)					
Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y
15. Saya tertarik mengajukan KPR Bank Syariah karena pelaksanaannya	16. Saya tertarik menggunakan produk BSI karena tidak ada unsur	17. Saya tertarik mengajukan KPR Syariah karena besarnya cicilan dapat	18. Saya tertarik menggunakan produk KPR Syariah karena adanya informasi yang	19. Saya merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan produk KPR Syariah	

sesuai dengan prinsip syariah	riba didalamnya.	disesuaikan dengan kemampuan finansial nasabah	jelas mengenai produk yang ditawarkan		
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	4	21
5	4	4	4	5	22
4	4	5	4	5	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	3	3	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	3	4	4	17
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	3	3	4	4	18
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	19
4	4	4	3	3	18
4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	19
4	4	3	3	3	17
4	4	4	4	4	20
4	4	3	3	3	17
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	20
3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	2	2	1	1	9
3	5	5	5	4	22
5	3	4	4	4	20
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
5	3	5	4	4	21
5	4	4	4	4	21
2	2	1	1	1	7
4	4	4	4	4	20
4	3	5	4	5	21

4	5	4	4	5	22
4	3	5	4	5	21
4	4	5	4	4	21
5	4	4	4	4	21
4	4	5	4	3	20
4	3	5	4	4	20
2	2	2	1	2	9
5	3	4	5	4	21
4	4	5	4	3	20
4	5	4	4	4	21
4	3	5	4	5	21
4	5	3	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	4	21
4	5	4	4	4	21
4	3	5	4	4	20
5	4	4	4	4	21
4	3	5	5	4	21
3	4	4	4	4	19
3	4	5	5	4	21
4	5	4	4	5	22
4	3	5	4	4	20
5	4	4	4	4	21
2	2	2	2	2	10
5	3	5	4	5	22
4	3	5	4	5	21
5	4	4	4	4	21
5	3	5	4	5	22
4	5	4	4	4	21
4	5	4	4	4	21
5	4	4	4	5	22
4	3	5	4	5	21
4	4	5	5	5	23
5	4	4	4	4	21
5	4	4	4	4	21
5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	3	4	4	4	19
4	3	5	4	5	21
5	5	4	4	5	23
4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	5	23
4	3	5	4	5	21

3	4	5	4	4	20
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	4	21
4	3	5	4	5	21
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	5	23
4	4	5	4	3	20
4	4	5	5	4	22
5	5	4	4	4	22
5	5	5	4	4	23
5	4	5	4	4	22
4	4	5	5	4	22
5	4	5	4	4	22
5	4	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	5	23
5	4	5	5	4	23
4	4	5	5	4	22
4	5	4	5	4	22
4	3	5	4	4	20
4	5	4	4	4	21
5	5	4	4	4	22
2	2	3	2	2	11
3	3	3	3	3	15
5	5	4	5	4	23
4	4	4	4	4	20
4	5	4	5	4	22
4	5	4	5	4	22
4	4	5	5	4	22
5	5	4	5	4	23
4	4	4	3	4	19
5	5	4	4	4	22
4	4	3	3	3	17
3	3	4	4	4	18
4	4	3	3	3	17
3	3	4	3	3	16
3	3	3	3	3	15
4	4	3	3	3	17
4	3	3	3	4	17

Lampiran Output SPSS

A. Karakteristik Responden

1. Domisili

Domisili (Kota/Kabupaten selama tinggal di Madiun)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kabupaten Madiun	18	14.4	14.4	14.4
Kota Madiun	107	85.6	85.6	100.0
Total	125	100.0	100.0	

2. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	65	52.0	52.0	52.0
Perempuan	60	48.0	48.0	100.0
Total	125	100.0	100.0	

3. Usia

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 23-30 tahun	37	29.6	29.6	29.6
31- 40 tahun	77	61.6	61.6	91.2
41- 55 tahun	9	7.2	7.2	98.4
56- 61 tahun	2	1.6	1.6	100.0
Total	125	100.0	100.0	

4. Pekerjaan

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Dokter/Tenaga Medis	13	10.4	10.4	10.4

Lainnya	2	1.6	1.6	12.0
Pelajar/ Mahasiswa	4	3.2	3.2	15.2
PNS/BUMN /Pensiunan	56	44.8	44.8	60.0
Wiraswasta	50	40.0	40.0	100.0
Total	125	100.0	100.0	

5. Penghasilan

Penghasilan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <Rp. 1.000.000,-	3	2.4	2.4	2.4
> Rp. 5.000.000,-	41	32.8	32.8	35.2
Rp. 1.000.000,- s/d Rp. 3.000.000,-	16	12.8	12.8	48.0
Rp. 3.000.000,- s/d 5.000.000,-	65	52.0	52.0	100.0
Total	125	100.0	100.0	

B. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

a.

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Religiusitas (X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	.615**	.313**	.662**	.616**	.504**	.793**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X1.2	Pearson Correlation	.615**	1	.374**	.529**	.549**	.508**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X1.3	Pearson Correlation	.313**	.374**	1	.354**	.477**	.570**	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125

X1.4	Pearson Correlation	.662**	.529**	.354**	1	.528**	.520**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X1.5	Pearson Correlation	.616**	.549**	.477**	.528**	1	.514**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
X1.6	Pearson Correlation	.504**	.508**	.570**	.520**	.514**	1	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	125	125	125	125	125	125	125
Religiusitas (X1)	Pearson Correlation	.793**	.774**	.689**	.776**	.798**	.779**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	125	125	125	125	125	125	125

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

b.

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Kepercayaan (X2)
X2.1	Pearson Correlation	1	.641**	.630**	.603**	.848**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	125	125	125	125	125
X2.2	Pearson Correlation	.641**	1	.666**	.556**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	125	125	125	125	125
X2.3	Pearson Correlation	.630**	.666**	1	.625**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	125	125	125	125	125
X2.4	Pearson Correlation	.603**	.556**	.625**	1	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	125	125	125	125	125

Kepercayaan (X2)	Pearson Correlation	.848**	.837**	.867**	.830**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	125	125	125	125	125

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

c.

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Pengetahuan Produk (X3)
X3.1	Pearson Correlation	1	.593**	.488**	.503**	.779**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	125	125	125	125	125
X3.2	Pearson Correlation	.593**	1	.600**	.568**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	125	125	125	125	125
X3.3	Pearson Correlation	.488**	.600**	1	.597**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	125	125	125	125	125
X3.4	Pearson Correlation	.503**	.568**	.597**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	125	125	125	125	125
Pengetahuan Produk (X3)	Pearson Correlation	.779**	.844**	.831**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	125	125	125	125	125

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

d.

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Minat (Y)
Y1.1	Pearson Correlation	1	.458**	.432**	.508**	.560**	.744**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125
Y1.2	Pearson Correlation	.458**	1	.202*	.527**	.362**	.652**
	Sig. (2-tailed)	.000		.024	.000	.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125

Y1.3	Pearson Correlation	.432**	.202*	1	.718**	.677**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.024		.000	.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125
Y1.4	Pearson Correlation	.508**	.527**	.718**	1	.710**	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	125	125	125	125	125	125
Y1.5	Pearson Correlation	.560**	.362**	.677**	.710**	1	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	125	125	125	125	125	125
Minat (Y)	Pearson Correlation	.744**	.652**	.780**	.889**	.847**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	125	125	125	125	125	125

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

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

2. Uji Reliabilitas

a. Religiusitas

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.857	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	20.6640	11.015	.698	.824
X1.2	21.0000	10.758	.657	.831
X1.3	21.0960	10.958	.518	.861
X1.4	20.8320	10.770	.661	.830
X1.5	20.9120	10.710	.695	.824
X1.6	20.8160	11.167	.680	.828

b. Kepercayaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.866	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	12.4240	3.278	.724	.826
X2.2	12.3760	3.430	.718	.830
X2.3	12.4400	3.119	.747	.816
X2.4	12.3200	3.235	.682	.844

c. Pengetahuan Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.835	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	12.0160	2.806	.619	.811
X3.2	12.0080	2.540	.708	.771
X3.3	12.0560	2.489	.672	.788
X3.4	12.1840	2.619	.663	.791

d. Minat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
--	----------------------------	--------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

Y1.1	16.0080	6.073	.607	.819
Y1.2	16.1760	6.243	.457	.859
Y1.3	15.9840	5.613	.634	.812
Y1.4	16.1280	5.242	.810	.762
Y1.5	16.0880	5.403	.742	.781

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

a. Hasil Uji Multikolonieritas Matriks Korelasi

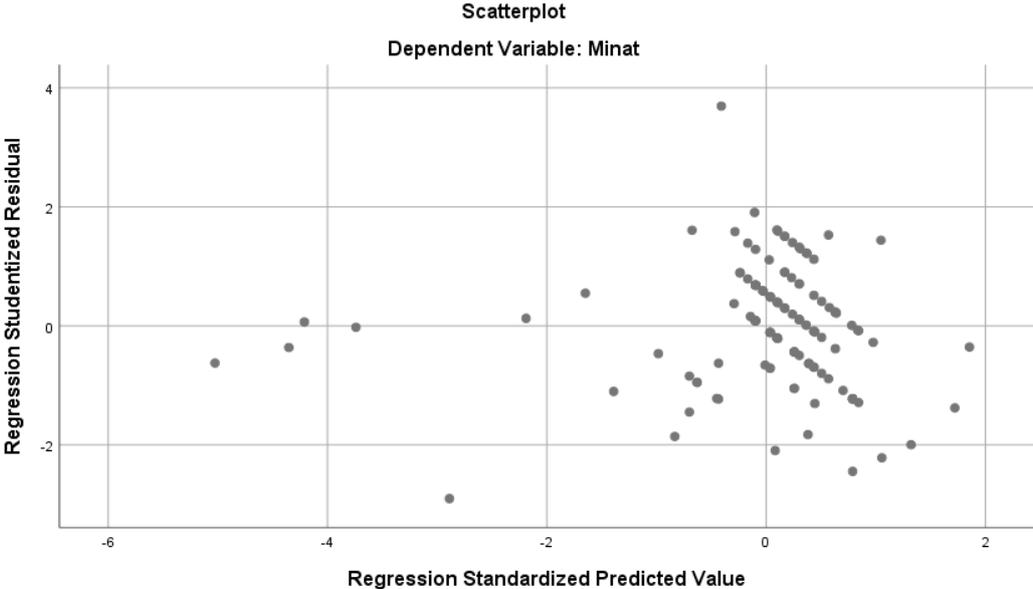
		Minat	Religiusitas	Kepercayaan	pengetahuan produk
Pearson Correlation	Minat	1.000	.696	.685	.750
	Religiusitas	.696	1.000	.710	.615
	Kepercayaan	.685	.710	1.000	.571
	pengetahuan produk	.750	.615	.571	1.000
Sig. (1-tailed)	Minat	.	.000	.000	.000
	Religiusitas	.000	.	.000	.000
	Kepercayaan	.000	.000	.	.000
	pengetahuan produk	.000	.000	.000	.
N	Minat	125	125	125	125
	Religiusitas	125	125	125	125
	Kepercayaan	125	125	125	125
	pengetahuan produk	125	125	125	125

b. Hasil uji Multikolonieritas Tolerance dan VIF

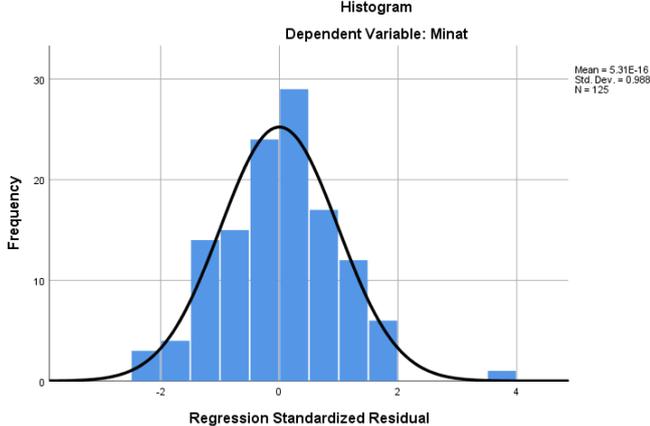
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.109	1.258		.087	.931		
	Religiusitas	.171	.059	.228	2.923	.004	.430	2.324
	Kepercayaan	.322	.093	.259	3.460	.001	.467	2.142
	pengetahuan produk	.645	.093	.462	6.896	.000	.585	1.709

a. Dependent Variable: Minat

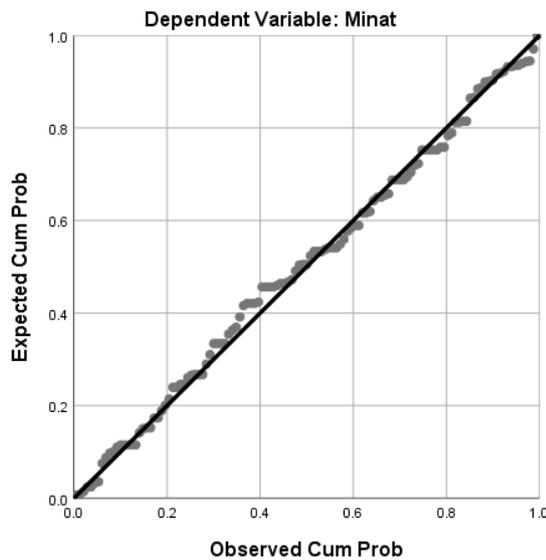
2. Uji Heteroskedastisitas



3. Uji Normalitas



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



D. Uji statistik

1. Uji statistik t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.109	1.258		.087	.931		
	Religiusitas	.171	.059	.228	2.923	.004	.430	2.324
	Kepercayaan	.322	.093	.259	3.460	.001	.467	2.142
	pengetahuan produk	.645	.093	.462	6.896	.000	.585	1.709

a. Dependent Variable: Minat

2. Uji statistik f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	726.999	3	242.333	86.791	.000 ^b
	Residual	337.849	121	2.792		
	Total	1064.848	124			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), pengetahuan produk, Kepercayaan, Religiusitas

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.826 ^a	.683	.675	1.67097	1.665

a. Predictors: (Constant), pengetahuan produk, Kepercayaan, Religiusitas

b. Dependent Variable: Minat

Dokumentasi saat penyebaran angket di BSI Kc Madiun Agus Salim



RIWAYAT HIDUP

Penulis Bernama Lalitya Lokastiti Putri Fadhilah, lahir di Pacitan, 15 Oktober 1999 sebagai anak kedua dari 2 bersaudara. Saat ini bertempat tinggal di Jalan Rawabakti no.48 Kota Madiun. No Hp (087839915848). Alamat e-mail Lalityaputrifadhilah15@gmail.com. Pendidikan SD ditempuh di SDN 01 Taman Madiun pada tahun 2012, Pendidikan SMP ditempuh di SMPN 3 Kota Madiun lulus pada tahun 2015, Pendidikan SMA bersekolah di SMAN 1 Kota Madiun dan lulus pada tahun 2018. Pendidikan selanjutnya pada tahun 2017 penulis diterima di Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

