

ANALISIS PERANAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPERCAYAAN KEPADA PERBANKAN SYARIAH

DEDI ISKAMTO

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Pekanbaru
E-mail: deditaba@gmail.com

YULIHARDI

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Pekanbaru
E-mail: yulihardibahar@yahoo.com

Abstract

The theme of the article is the banks and financial institutions. This study aims to examine the level of influence of Religious on trust to sharia banking. The banking industry is a very sensitive industry with trust. Experience proves that negative issues can undermine trust in the bank. Currently in Indonesia began to develop Syariah Banking but unfortunately the growth of Islamic Banking in Indonesia is not so encouraging growth is very low not comparable with the number of Muslims the majority. Religiusity Indications are associated with dimensions of the dimensions of religious practice, the dimensions of beliefs, the dimensions of religious knowledge, and the dimensions of practice-akhlaq. beliefs are a number of specific beliefs about integrity (trustworthy honesty and ability to keep promises), benevolence (trust and motivation) believed to act in the interests of trusting them, competency (ability of trusted parties to carry out trustworthy needs) and predictability (trustworthiness) consistency of trustworthy party behavior). The value of determinant coefficient (R Square) was obtained at 0.013. This means that the effect of the product on the buying decision is 1.3% while the rest of 98.7% influenced by other variables outside this product variables. The results of hypothesis testing with t test there adanya t count of 1.143 means t count > ttabel = 0.1630 which means Religiusitas significant effect on trust to Bank Syariah.

Keyword: Islamic Bank, Religiusity, Trust

PENDAHULUAN

Industri keuangan syariah telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Tiga dasawarsa yang lalu, bank syariah (di luar Indonesia disebut bank Islam) belum dikenal. Di awal abad ini, Lewis dan Algoud (2005:9) melaporkan sudah 55 negara yang pasarnya sedang bangkit dan berkembang ikut menerapkan sistem perbankan dan keuangan syariah. Beberapa lembaga keuangan syariah bahkan sudah beroperasi di tiga belas lokasi lain, antara lain: Australia, Bahama,

Kanada, Cayman Island, Denmark, Guersyney, Jesrey, Irlandia, Luxembourg, Switzerland, Inggris, Amerika Serikat, dan Virgin Island. Di Pakistan, Iran, dan Sudan, semua bank harus beroperasi menurut prinsip-prinsip keuangan syariah. Sementara ditempat-tempat lainnya yang masih menerapkan sistem campuran (perbankan konvensional dan syariah), termasuk Indonesia, bank syariah masih berada dalam posisi minoritas dan beroperasi berdampingan dengan bank-bank konvensional.

Sebagai industri, perbankan syariah memiliki karakteristik yang secara umum melekat pada industri pada perbankan. Pertama, ia adalah industri yang padat regulasi (*highly regulated*). Hampir setiap gerak-gerik dan aktivitas bank tidak luput dari ketentuan dan pantauan regulator. Semua regulasi itu bertujuan untuk memberikan perlindungan yang maksimal atas kepentingan publik. Kondisi tersebut diperlukan sebagai konsekuensi dari karakteristik industri perbankan. Kedua, sebagai institusi bisnis yang berlandaskan kepercayaan. Bank yang hakikatnya menjalankan aktivitas intermediasi atas dana masyarakat yang diserahkan kepadanya, yang pada gilirannya menjadi bagian dari perputaran roda perekonomian (KNKCG, 2004).

Perkembangan sistem perbankan syariah yang berada di Indonesia dilaksanakan dengan sistem perbankan ganda dalam konteks Arsitektur Perbankan Indonesia (API) hal ini bertujuan untuk memberikan banyak pilihan agar para nasabah bisa memilih untuk menabungkan uangnya di bank yang menurut mereka baik karena pertimbangan-pertimbangannya. Sistem perbankan syariah dan perbankan konvensional memiliki tujuan yang sama untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan dalam sektor-sektor perekonomian nasional.

Susunan sistem perbankan syariah berjalan berdasarkan prinsip bagi hasil agar terjadinya situasi yang saling menguntungkan antara nasabah dan bank syariah, serta mengedepankan nilai-nilai kebersamaan dan persaudaraan

antara manusia, dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertansaksi. Perbankan syariah menjadi alternatif untuk sistem kredit karena dalam perbankan syariah tidak ada yang namanya bunga tapi dengan sistem bagi hasil. Sistem bagi hasil sendiri memberikan keuntungan kepada nasabah karena sistem bagi hasil memberikan keuntungan bagi nasabah (Mal An, 2010).

Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia

Menurut Prehantoro (2006) mengungkapkan berdirinya bank syariah dilatar belakangi oleh keinginan umat islam untuk menghindari riba dalam kegiatan muamalah yang sesuai dengan perintah agamanya, sebagai alternatif lain dalam menikmati jasa-jasa perbankan yang dirasakannya lebih sesuai, yaitu bank yang berusaha sebisa mungkin untuk beroperasi berlandaskan kepada hukum islam.

Indonesia sebagai negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam terbesar di dunia juga telah merasakan kebutuhan adanya bank yang diharapkan bisa memberikan kemudahan dan jasa perbankan kepada semua umat Islam dan penduduk di Indonesia yang beroperasi tentang riba.

Kemunculan sistem perbankan syariah yang sudah dua windu dengan dukungan informasi yang relatif terbatas membuat masyarakat tampak masih ragu memanfaatkan jasa perbankan ini. Pengamatan ini ditunjukkan oleh berbagai hasil penelitian yang telah dilakukan di berbagai negara, termasuk di Indonesia. Di samping itu ditunjukkan pula oleh data *market share* perbankan syariah terhadap total perbankan konvensional yang

masih berkisar 4.87 % pada tahun 2014. Padahal penduduk muslim (pasar potensial) berkisar 85%. Kondisi ini mengindikasikan *kepercayaan* masyarakat muslim kepada perbankan syariah sebagai tempat berinvestasi

masih relatif rendah. Masyarakat muslim masih lebih meyakini akan keamanan berinvestasi lewat perbankan konvensional, sebagai wujud mempertahankan hubungan jangka panjangnya dengan perbankan konvensional.

Tabel 1. Indikator Perbankan Syariah

Indikator	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Jumlah Bank Umum Syariah	11	11	12	12	12	13
Jumlah UUS-BU konvensional	24	24	23	22	22	21
Jumlah BPRS	155	158	163	162	163	166
Jumlah Jaringan Kantor (BUS + UUS)	1737	2262	2588	2517	2463	2448
Total Asset (Rp Triliun)	145,47	195,02	242,28	272,36	296,262	356,504
Pertumbuhan Aset (yoy)	49%	34%	24%	12,41%	8,1%	16,9%
Market Share	3,98%	4,58%	4,89%	4,85%	4,87%	5,33%

Sumber : OJK, 2017

Pada pertumbuhan *market share* yang nampak tinggi pada tahun 2016 sebesar 5.33% sebenarnya bukan pertumbuhan murni total perbankan, hal ini disebabkan karena PT. Bank Aceh Syariah sudah sepenuhnya menjadi bank syariah. Situasi ini menunjukkan komitmen masyarakat muslim yang ditunjukkan dengan keinginan (*desire*) untuk berinvestasi melalui perbankan syariah tampak relatif rendah. Di sisi lain terdapat fakta, bahwa nasabah/penabung perbankan syariah ternyata tidak saja terdiri dari orang-orang muslim, tetapi juga orang-orang non-muslim.

Jika dibandingkan dengan negara lain yang penduduknya mayoritas muslim maka Pasar Syariah Indonesia masih sangat layak untuk digenjot. saat ini pangsa pasar perbankan syariah dunia ditempati oleh Saudi Arabia dengan persentase sekitar 51,2%, kemudian diikuti Kuwait sebesar 45,2%, Bahrain 29,3%, Qatar 25,8%, Malaysia 21,3%, Uni Emirat

Arab 21,3%, Pakistan 10,4%, dan Turki sekitar 5,5%. Sedangkan Indonesia berada di urutan paling belakang dengan pangsa pasar 5,33%.

Hasil-hasil penelitian dimaksud dapat dijabarkan dalam deskripsi sebagai berikut. Erol & El-Bdour (1989) sebagai peneliti pertama terhadap perbankan syariah melakukan penelitian di Jordania dan menemukan, bahwa agama bukan merupakan motivasi utama bagi nasabah yang menggunakan bank Islam.

Kerabat dan tetangga memainkan peran penting di dalam *awareness* nasabah dengan pengetahuan perbankan Islam. Sedangkan penelitian Erol, Kaynak dan El-Bdour (1990) menemukan kesimpulan, bahwa faktor-faktor penting bagi nasabah yang memilih bank Islam adalah layanan yang cepat dan efisien, reputasi dan citra bank, serta kerahasiaan. Menurutnya tidak ada dampak dari agama terhadap kriteria pemilihan bank. Di Malaysia Haron, *et al.* (1994) melakukan penelitian terhadap

301 muslim dan non-muslim. Menurutnya motivasi agama bukan faktor utama bagi muslim dalam memilih bank Islam.

Menurut Priaji (2011) alasan masyarakat yang belum berencana membuka rekening di bank syariah adalah karena kesulitan akses menjangkau. Memang sampai saat ini bank syariah masih lebih sedikit jumlahnya dibandingkan bank konvensional. Tidak mengherankan jika masyarakat kesulitan untuk menggunakan jasa bank syariah dan lebih memilih bank konvensional.

Khazeh dan Decker (1993) mengungkapkan bahwa pemilihan suatu bank tergantung pada tiga hal, yaitu: (1) Kebijakan perbaikan layanan bank, (2) Reputasi bank dan tingkat persaingan dalam pemasaran produk-produknya, (3) kualitas layanan dikatakan baik apabila penyedia jasa memberikan layanan yang lebih tinggi dari yang diharapkan. Semakin baik kualitas, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Dan sebaliknya, jika semakin buruk kualitas maka semakin rendah kepuasan pelanggan.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menguji dan Menganalisa Apakah religiusitas berpengaruh terhadap kepercayaan kepada Perbankan Syariah?
2. Menguji dan Menganalisa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan kepada Perbankan Syariah?

TINJAUAN PUSTAKA

Bank Konvensional

Secara sederhana bank dipahami sebagai lembaga yang berfungsi untuk menghubungkan pihak yang memiliki dana (*Supplier*) dengan pihak yang memerlukan dana (*demand*). Lebih lanjut di dalam UU No. 10 tahun 1998 dijelaskan bahwa perbankan adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lain dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak. Aktivitas utama sebuah bank adalah sebagai lembaga perantara keuangan yang mengumpulkan dana dari deposan dan menyalurkannya kembali kepada debitor.

Kewajiban (*liabilities*) merupakan instrumen bank untuk menarik dana dari pihak ketiga (deposan). Dana tersebut dapat berupa simpanan yang bisa dicairkan dengan menulis cek (*checkable deposits*), Dana yang juga disebut dengan cek giro ini bersifat sangat likuid. Untuk mengimbangi likuiditas dari cek giro, bank juga akan mencari dana yang tingkat likuiditasnya lebih rendah misalnya dari dana tabungan berjangka (*deposito*). Namun likuiditas yang rendah biasanya akan menimbulkan biaya yang lebih tinggi, karena bank harus memberikan kompensasi bunga yang lebih besar bagi depositor (Anwar, 2014).

Pada saat bank kekurangan dana, misalnya pada saat terjadi *rush* (nasabah menarik

dana secara berlebihan), maka bank dapat mencari dana di pasar antar-bank (*fed-fund market*), meminjam kepada perusahaan/bank induk (*holding company*), meminjam kepada perusahaan lain dengan menerbitkan *repurchase agreement* (yaitu suatu surat dengan perjanjian akan dibeli kembali pada jangka waktu tertentu), atau meminjam kepada Bank Sentral (*discount loan*). *Discount loan* biasanya merupakan pilihan terakhir, karena akan menyebabkan turunnya kredibilitas bank yang bersangkutan (Anwar, 2014).

Pinjaman (*loans*) merupakan aset utama bank umum/komersial. Tingkat likuiditas pinjaman sangat rendah, karena hanya akan dicairkan pada waktu jatuh tempo. Oleh karena resiko pinjaman yang tinggi, kredit memberikan pengembalian yang tinggi bagi bank. Kredit dapat dialokasikan ke berbagai sektor seperti sektor komersil dan industri, *real estate*, antar bank, dan lain-lain (Anwar, 2014).

Bank syariah

Berdasarkan pasal 1 ayat 1 Undang-Undang No.21 tahun 2008, perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Transaksi dalam pendapatan bank syariah yaitu transaksi mudharabah dan musyarafah. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah.

Religiusitas

Ajaran-agama yang telah dipahami dapat menjadi pendorong kehidupan individu dalam berinteraksi dengan Tuhan dan sesama manusia, bahkan dengan alam sekitar (Mehboob ul Hassan, 2007). Kerangka hubungan tersebut didikotomikan menjadi ibadah mahdah (hubungan vertikal) dan ghair maghdah (hubungan horisontal/sosial kemasyarakatan).

Agama dan ideologi tertentu yang dianut sebagai pandangan kuat adalah memuat berbagai bentuk ajaran positif dalam mendorong manusia untuk melakukan sebuah tindakan. Ajaran-agama yang menjadi wacana keseharian manusia secara sadar maupun tidak sadar menjadi dorongan teologis untuk melakukan berbagai aktivitas, termasuk kegiatan ekonomi. Wacana keagamaan kontemporer menjelaskan, bahwa agama ternyata bukan lagi dipahami secara orthodox, yakni hanya semata-mata terkait dengan persoalan ketuhanan atau keimanan semata (Abdullah, 2000). Keberagamaan (religiusitas) diwujudkan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Aktifitas beragama tidak terjadi hanya ketika seseorang melakukan perilaku ritual (ibadah maghdah) saja. Akan tetapi diapresiasi ke dalam kehidupan sosial kemasyarakatan (ibadah ghairu maghdah), termasuk praktek perbankan sebagai bagian dari muamalah ekonomi.

Nasution (1973) menyebutnya sebagai internalisasi nilai-nilai ajaran agama yang diyakini tidak mustahil dan tidak bertentangan dengan logika yang kemudian diekspresikan

dalam kehidupan sosial kemasyarakatan. Dengan demikian religiusitas mencakup keadaan yang terdapat dalam diri seseorang yang mendorongnya berpikir, bersikap, bertingkah laku, dan bertindak sesuai dengan ajaran agamanya.

Glock dan Stark (1968) menganalisis religiusitas ke dalam lima dimensi, yaitu dimensi ideologis/keyakinan, ritualistik/praktik, eksperiensial/pengalaman, intelektual/pengetahuan, dan konsekuensi, penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Dimensi ideologis/keyakinan berkenaan dengan seberapa tingkat keyakinan seseorang terhadap kebenaran ajaran agamanya, terutama terhadap ajaran-ajaran yang fundamental atau bersifat dogmatis. Dalam Islam, isi dari dimensi keyakinan adalah menyangkut keyakinan tentang adanya Allah, Malaikat, Rasul/Nabi, kitab Allah, surga, neraka, qodho dan qodar (Ancok & Suroso, 2002).
2. Dimensi ritualistik/praktik berkenaan dengan seberapa tingkat Kepatuhan seseorang dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual Sebagaimana diperintahkan atau dianjurkan oleh agama yang. Dalam Islam, isi dimensi ritualistik/praktik meliputi kegiatan-kegiatan seperti pelaksanaan shalat, puasa, haji (bila berkemampuan), pembacaan Al Qur'an, pemanjatan doa, dan lain sebagainya (Ancok & Suroso, 2002).
3. Dimensi eksperiensial/pengalaman berkenaan dengan seberapa tingkat seseorang dalam merasakan dan mengalami perasaan-perasaan dan pengalaman religius.

Dalam Islam, isi dimensi eksperiensial/pengalaman meliputi perasaan dekat dengan Allah, dicintai Allah, doa-doa sering dikabulkan, perasaan tenteram dan bahagia karena menuhankan Allah (Ancok & Suroso, 2000), dan diselamatkan dari musibah, menerima pendapatan yang tidak terpikirkan sebelumnya, seperti hibah, hadiah, dan warisan.

4. Dimensi intelektual/pengetahuan berkenaan dengan seberapa tingkat pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap ajaran agamanya, terutama mengenai ajaran pokok sebagaimana termuat dalam kitab sucinya. Dalam Islam, isi dimensi intelektual/pengetahuan meliputi pengetahuan tentang isi Al-Quran, pokok-pokok ajaran yang harus di imani dan dilaksanakan, hukum Islam (Ancok & Suroso, 2002), dan pemahaman terhadap kaidah-kaidah keilmuan ekonomi Islam/perbankan syariah.
5. Dimensi pengamalan/konsekuensi berkenaan dengan seberapa tingkat seseorang dalam berperilaku yang dimotivasi oleh ajaran agamanya. Perilaku yang dimaksud adalah perilaku duniawi, yakni bagaimana individu berhubungan dengan dunianya. Dalam Islam, isi dimensi pengamalan/konsekuensi meliputi perilaku suka menolong, berderma, menegakkan kebenaran dan keadilan, berlaku jujur, menjaga amanat, menjaga lingkungan, tidak mencuri, tidak berjudi, tidak menipu, berjuang untuk kesuksesan hidup menurut ukuran Islam (Ancok & Suroso, 2002), dan mematuhi serta

menjalankan norma-norma Islam dalam berbudaya, bermasyarakat, berpolitik, dan berekonomi secara non-riba. Dengan demikian, religiusitas dapat digambarkan sebagai wujud konsistensi antara kepercayaan terhadap agama sebagai unsur kognitif perasaan agama sebagai unsur afektif dan perilaku agama sebagai unsur psikomotorik (Rahmat, 1996). Religiusitas merupakan integrasi secara kompleks antara pengetahuan agama, perasaan serta tindakan keagamaan dalam diri seseorang pada semua aspek kehidupan.

Kepercayaan kepada Perbankan Syariah

Bennet et al, (2001) berpendapat bahwa dalam dunia bisnis, kepercayaan antar perusahaan (*buyer-seller*) membantu dalam menentukan indikator-indikator yang berkaitan dengan kinerja seperti jangkauan pertukaran informasi, penyelesaian masalah bersama, kepuasan atas hasil-hasil aktivitas yang telah dilakukan dan semakin besarnya motivasi dalam implementasi hasil-hasil keputusan. Adanya kepercayaan akan menciptakan rasa aman dan kredibel dan mengurangi persepsi konsumen akan resiko dalam pertukaran (Selnes, 1988 dalam Bennet dan Gabriel, 2003). Hal ini berhasil dibuktikan oleh Walter *et al.* (2000) dalam Bennet dan Gabriel (2003) tentang hubungan kepercayaan antar perusahaan. Walter *et al.* (2000) dalam Bennet dan Gabriel (2003) membuktikan bahwa kepuasan konsumen akan mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam hubungan pertukaran industri.

Menurut Luarn dan Lin (2003) kepercayaan adalah sejumlah keyakinan spesifik terhadap integritas (kejujuran pihak yang dipercaya dan kemampuan menepati janji), *benevolence* (perhatian dan motivasi) yang dipercaya untuk bertindak sesuai dengan kepentingan yang mempercayai mereka, *competency* (kemampuan pihak yang dipercaya untuk melaksanakan kebutuhan yang mempercayai) dan *predictability* (konsistensi perilaku pihak yang dipercaya).

Hipotesis

Dengan kepada teori-teori yang telah dirangkum dalam kerangka pemikiran di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H_1 : Religiusitas berpengaruh positif terhadap kepercayaan kepada Perbankan Syariah
- H_2 : Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepercayaan kepada Perbankan Syariah

METODE PENELITIAN

Populasi dan sampel Penelitian

Yang menjadi Populasi dalam penelitian ini adalah Muslim dan menjadi Nasabah Bank Syariah. Sampel adalah bagian dari populasi yang di ambil melalui cara-cara tertentu yang juga di miliki karakteristik tertentu, Jelas dan lengkap yang di anggap bisa mewakili populasi (Hasan, 2002). Karena ukuran populasi tidak teridentifikasi, maka untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat di gunakan rumus slovin (Sugiyono, 2004) dimana hasil akhir didapatkan 100 sampel dalam penelitian ini digunakan 102

sampel. Pada penelitian ini menggunakan teknik incidental sampling. Teknik incidental yaitu menggunakan individu-individu yang telah memenuhi karakteristik penelitian dan kebetulan di jumpai oleh peneliti.

Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Menurut Suharsimi Arikunto (2010:282), deskriptif adalah membandingkan antara kenyataan yang sebenarnya dengan teori-teori yang ada hubungannya dengan permasalahan guna menarik suatu kesimpulan dan ditabulasikan dalam bentuk tabel-tabel distribusi frekuensi. Pengisian kuesioner diukur dengan menggunakan skala likert. Skala Likert menurut Sugiyono (2008:107) yaitu masing-masing jawaban responden diberi bobot 1 – 5 yaitu dengan Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Cukup Setuju (CS), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 2. Skala Likert

Skala Interval	Klasifikasi Jawaban	Skor
4,21 – 5,00	Sangat Setuju (SS)	5
3,41 – 4,20	Setuju (S)	4
2,61 – 3,40	Cukup Setuju (CS)	3
1,81 – 2,60	Tidak Setuju (TS)	2
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2008

Sedangkan metode kuantitatif menurut Sugiyono (2008:8) adalah penelitian berdasarkan pada data yang dapat dihitung untuk menghasilkan penaksiran yang kokoh. Metode ini digunakan untuk menguji pengaruh produk terhadap keputusan membeli konsumen CV. Syempana Mandiri Teluk Kuantan, penulis menggunakan analisis yaitu:

- a. Regresi Linier Sederhana menurut Umar (2011:114) dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X$$

Dimana:

Y = Kepercayaan

X = Religiusitas

α = Nilai Intercept (Konstan)

β = Koefisien Regresi

- b. Uji Hipotesis

- a) Uji t

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dan menganggap dependen yang lain konstan. Signifikansi pengaruh tersebut dapat diestimasi dengan membandingkan antara nilai t_{tabel} dengan nilai t_{hitung} . Apabila nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen, sebaliknya jika nilai $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka variabel independen secara individual tidak mempengaruhi variabel dependen (J. Supranto, 2009: 335).

- b) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah salah satu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara dua variabel. Nilai koefisien determinasi yang biasanya diberi simbol R^2 menunjukkan hubungan pengaruh variabel independen dan variabel dependen dari hasil perhitungan tertentu (Supranto, 2009:336).

HASIL

Penyebaran kuisioner dilakukan melalui media sosial whatsapp yakni pada grup dosen, Grup kampus dan grup Dosen Peneliti Ilmu Sosial dan Keislaman dari 150 undangan yang disebarkan yang kembali 102 sesuai dengan sampel minimal yang disyaratkan oleh rumus Slovin. Adapun waktu penyebaran adalah pada akhir september hingga 10 Oktober 2017 berikut Rekapitulasi quisioner

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah salah satu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui besar pengaruh variabel X terhadap variabel Y dimana dapat dilihat pada besar nilai R-Square yang dilakukan dengan 100%. Pada penelitian ini nilai R Square dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 3. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.114 ^a	.013	.003	6.190
a. Predictors: (Constant), skortotalx				

Nilai koefisien determinan (R Square) sebesar 0,013. Hal ini berarti bahwa pengaruh produk terhadap keputusan membeli adalah sebesar 1,3 % sedangkan sisanya sebesar 100%-1.3%=98,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel produk ini.

Uji t

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui berpengaruh atau tidaknya variabel X atau dependen dimana untuk mengetahuinya dengan membandingkan antara nilai t_{tabel} dengan nilai t_{hitung} . Jika $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$ maka

variabel X berpengaruh terhadap variabel Y dan sebaliknya jika $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$ maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Selanjutnya untuk Nilai t_{tabel} diperoleh dari tabel t dimana pada tingkat signifikan 95% dan jumlah responden 102 maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar $t_{(95\%,n-1)} = t_{(0,05,102-1)} = 0,1630$. Sedangkan nilai t_{hitung} dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4. Coefficients^a

Model B	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	Std. Error	Beta			
1 (Constant) 27.757 8.648				3.210	.002
skortotalx	.154	.135	.114	1.143	.256
a. Dependent Variable: skortotaly					

Hasil pengolahan data diperoleh bahwa pengujian hipotesis dengan uji t terdapat adanya t_{hitung} sebesar 1,143 berarti $t_{hitung} > t_{tabel} = 0,1630$ yang berarti Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan kepada Bank Syariah.

Analisis linear sederhana

Analisis regresi linier sederhana dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (religiusitas) terhadap variabel terikat (Kepercayaan kepada Bank Syariah). Dari tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa nilai a= 27,757 dan nilai b = 0,154 maka persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 27,757 + 0,154 X$$

Berdasarkan persamaan diatas maka dapat dilihat konstanta (a) sebesar 27,757 berarti pada saat variabel produk tidak ada

maka variabel keputusan membeli masih tetap diperoleh sebesar 27,757. Sedangkan pengaruh Variabel Produk (X) terhadap variabel keputusan membeli (Y) adalah positif terbukti dari hasil $b = 0,154$ yang berarti bahwa setiap kenaikan variabel produk satu satuan maka akan dapat menaikkan variabel keputusan membeli sebesar 0,154 satuan.

KESIMPULAN

1. Nilai koefisien determinan (R Square) sebesar 0,013. Hal ini berarti bahwa pengaruh produk terhadap keputusan membeli adalah sebesar 1,3 % sedangkan sisanya sebesar 98,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel produk ini.
2. Hasil pengolahan data diperoleh bahwa pengujian hipotesis dengan uji t terdapat adanya t_{hitung} sebesar 1,143 berarti $t_{hitung} > t_{tabel} = 0,1630$ yang berarti Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan kepada Bank Syariah.
3. Persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 27,757 + 0,154 X$ Berdasarkan persamaan diatas maka dapat dilihat konstanta (a) sebesar 27,757 berarti pada saat variabel produk tidak ada maka variabel keputusan membeli masih tetap diperoleh sebesar 27,757. Sedangkan pengaruh Variabel Produk (X) terhadap variabel keputusan membeli (Y) adalah positif terbukti dari hasil $b = 0,154$ yang berarti bahwa setiap kenaikan variabel produk satu satuan maka akan dapat menaikkan variabel keputusan membeli sebesar 0,154 satuan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Mal An. (2010). *Corporate Governance Perbankan Syariah di Indonesia*. Jogjakarta: Az-Ruzz Media.
- Ahmad, N & Haron S. (2002). Perceptions of Malaysian Corporate Customers Towards Islamic Banking Products and Services. *International Journal of Islamic Financial Services*, 3 (4).
- Bennet, Roger, & Helen Gabriel. (2001). Reputation, Trust and Supplier Commitment the Case Old Shipping Company/Seaport Relations. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 16.
- Dewi, Gemala. (2006). *Aspek-aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia*. Jakarta: Kencana.
- Erol, C & El-Bdour R. (1989). Attitudes, Behaviour and Patronage Factors of Bank Customers Towards. *International Journal of Bank Marketing*, 15 (4).
- Gaspersz, Vincent. (1997). *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Luarn, Pin & Hsin-Hui Lin. (2003). A Customer Loyalty Model For E Service Context. *Journal of Electronic Commerce Research*, 4 (4): 156-167.
- Zainuddin, Kusnandar. (2011). Analisis Perlakuan Masyarakat terhadap Keinginan dan Memperoleh Pembiayaan pada Bank Syariah di Nanggroe Aceh Darussalam, *Jurnal E-Mabis*, 8 (1).