

**PENGARUH TINGKAT *RELIGIUSITAS* DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS SURYAKANCANA CIANJUR**

**Tini Kusmayati Dewi<sup>1\*</sup>, Siti Rosana Permana<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Suryakencana

\*Corresponding Author e-mail: [tiny.dewi@gmail.com](mailto:tiny.dewi@gmail.com),

[rossapermana1212@gmail.com](mailto:rossapermana1212@gmail.com)

Masuk: Juli 2021

Penerimaan: Juli 2021

Publikasi: September 2021

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat *religiusitas* dan pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode deskriptif dan asosiatif. Pengambilan sampel menggunakan metode random sampling dengan total sebanyak 86 menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa Tingkat *Religiusitas* berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Menjadi Nasabah, dengan hasil uji T yang menunjukkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,099 > 1,992$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,039 < 0,05$ . Dan Pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Menjadi Nasabah, dengan hasil uji T yang menunjukkan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $8,219 > 1,992$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa variabel tingkat *religiusitas* dan pengetahuan berpengaruh signifikan dan berarah positif terhadap minat menjadi nasabah di Bank Syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana Cianjur. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian parsial (Uji F) pada tingkat *religiusitas* dan pengetahuan diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 56,447. Hasil tersebut menunjukkan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $56,447 > 3,105$  dengan demikian  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{o3}$  ditolak.

**Kata Kunci:** *Bank syariah, Minat menjadi nasabah, Pengetahuan, Religiusitas.*

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of the level of religiosity and knowledge on the interest in becoming a customer in a islamic bank in students of the Islamic Economics and Business Faculty, Suryakencana University. This study uses a quantitative approach, descriptive and associative methods. Sampling using random sampling method with a total of 86 using multiple linear regression analysis. The results of the study stated that the level of religiosity had a significant effect on Interest in Becoming a Customer, with the results of the T test showing  $t$  count  $>$   $t$  table, namely  $2,099 > 1,992$  with a significance value of  $0.039 < 0.05$ . And Knowledge has a significant effect on Interest in Becoming a Customer, with the results of the T test showing  $t$ count  $>$   $t$ table, namely  $8.219 > 1.992$  with a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Based on the results of the study, it can be concluded that the variables of the level of religiosity and knowledge have a*

*significant and positive effect on the interest in becoming a customer at Islamic Banks in students of the Islamic Economics and Business Faculty, Suryakencana University, Cianjur. This is evidenced by the results of the partial test (F-test) on the level of religiosity and knowledge obtained a significant value of 0.000 and an Fcount of 56.447. These results show a significant value of  $0.000 < 0.05$  and  $F_{count} > F_{table}$  that is  $56.447 > 3.105$ , thus  $H_0$  is accepted and  $H_1$  is rejected.*

**Keywords:** *Interest in becoming a customer, Islamic Bank, Knowledge, Religious.*

## A. PENDAHULUAN

Perbankan syariah merupakan lembaga keuangan dengan prinsip agama Islam yang tumbuh dan berkembang di Indonesia, yang diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia. Keberadaan Perbankan Syariah di Indonesia telah mendapatkan pijakan kokoh setelah lahirnya Undang-undang Perbankan Nomor 7 tahun 1992 yang direvisi melalui Undang-undang Nomor 10 tahun 2 1998, yang dengan tegas mengakui keberadaan dan berfungsinya Bank Bagi Hasil atau Bank Islam (Ascarya, 2006: 28).

Bank syariah atau *Islamic Banking* adalah lembaga keuangan yang operasional dan berbagai produknya dikembangkan berlandaskan syariah Islam sesuai dengan Al-Qur'an dan hadist, khususnya berkaitan pelarangan praktik *riba* (bunga), *Maisir* (spekulasi), *Gharar* (ketidakjelasan) (Ahmad Dahlan, 2012: 99).

Bedasarkan data statistik perbankan syariah yang telah dipublikasikan oleh Otoritas Jasa Keuangan terdapat 14 Bank Umum Syariah dengan jumlah kantor 1.958, 20 Unit Usaha Syariah dengan jumlah kantor 391, 163 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah dengan jumlah kantor 626. Perkembangan Perbankan syariah semakin pesat, membuat pertumbuhan asset mencapai 9,22% secara *year on year* (yoy), yang diharapkan peran industri perbankan syariah dalam mendukung perekonomian nasional (Statistik Perbankan Syariah, 2020).

Dalam upaya meningkatkan laju perbankan syariah, bank dapat melakukan beberapa strategi agar masyarakat dapat menggunakan produk yang tersedia di dalam lembaga tersebut salah satunya dengan melihat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain faktor kebudayaan, kelas sosial, keluarga status, kelompok atau komunitas, usia, pekerjaan, gaya hidup dan lain-lain (Viranti.A.F dan Ginanja.A, 2015:45).

Selain faktor-faktor yang berpengaruh dalam membentuk perilaku konsumen yang telah disebutkan tadi, secara teori tingkat *religiusitas* merupakan salah satu faktor pembentuk perilaku konsumen yang dapat berpengaruh terhadap ketertarikan masyarakat untuk menggunakan produk bank syariah. Dalam Islam perilaku konsumen mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. *Religiusitas* merupakan suatu sikap atau kesadaran yang muncul yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama.

Dimensi *religiusitas* adalah dimensi konsekuensi, pada hal ini semakin tinggi tingkat *religiusitas* seseorang maka akan meningkatkan kualitas akidah, akhlak dan juga syariah seseorang (Jalaludin, 2001:15) Pada bidang akidah, semakin tinggi tingkat *religiusitas* seseorang maka ia akan semakin yakin terhadap keesaan Tuhannya dan semakin meningkatkan kualitas ibadahnya. Pada bidang akhlak, semakin tinggi tingkat *religiusitas* maka semakin seseorang memperbaiki caranya berinteraksi sesama makhluk Tuhan. Pada bidang syariah, semakin tinggi tingkat *religiusitas* seseorang akan menyebabkan ia melakukan transaksi yang dibenarkan syariat serta menghindari hal yang dilarang syariat, seperti memutuskan untuk menjadi nasabah di Bank Syariah untuk menghindari transaksi konvensional yang banyak mengandung riba (Riky Ramadhan,2019:4)

Menurut Nanang Rustandi (2020:214) dalam jurnalnya menuliskan bahwa agama memiliki kekuatan simbolik yang dapat mendorong tumbuhnya etos kerja masyarakat. Oleh karena itu, semangat keagamaan menjadi faktor penting bagi tumbuhnya etos kerja masyarakat. Jadi agama dan ekonomi ditempatkan dalam posisi yang sejajar dan saling memengaruhi.

Selain itu dalam upaya meningkatkan laju perbankan syariah, bank dapat melakukan beberapa strategi agar masyarakat dapat menggunakan produk yang tersedia di dalam lembaga tersebut salah satunya dengan memberikan pengetahuan atau informasi. Menurut Sunyoto (2015: 53) Pengetahuan adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. Sehingga dengan kata lain, semakin tinggi pengetahuan masyarakat akan bank syariah dan kelebihanannya akan mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabahnya.

Dengan adanya tingakat *religiusitas* dan pengetahuan maka akan timbul minat yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan. Membahas tentang minat, tidak lepas dari kejiwaan manusia. Oleh karena minat adalah salah satu aspek psikis yang ada pada setiap manusia (Marksheffel:1966). Apabila seseorang menaruh minat terhadap sesuatu, maka orang tersebut akan berusaha dengan sekuat mungkin untuk memperoleh yang diinginkannya. Upaya-upaya yang dilakukan orang tersebut dapat terjadi karena adanya dorongan lewat minat yang dimilikinya. Dengan demikian minat adalah motor penggerak yang ada dalam diri seseorang untuk mencapai tujuan yang di cita-citakan. Pada umumnya faktor yang mempengaruhi timbulnya minat seseorang berasal dari faktor dari dalam diri, faktor sosial, dan faktor emosional.

Konsumen merupakan salah satu ranta terpenting dalam industri perbankan syariah, karena menjadi target yang diinginkan oleh sebuah industri jasa untuk membantu mendorong laju perkembangan perbankan syariah. Dalam dunia perbankan, konsumen memiliki beraneka ragam pilihan komoditi yang ingin dilakukannya untuk berinvestasi sesuai dengan kemampuan ekonomi tiap individu. Selain itu, 90% penduduk Indonesia adalah muslim dimana potensi dan dukungan terhadap market share bank syariah cukup besar.

Mahasiswa sebagai salah satu komponen masyarakat yang layak jadi pertimbangan pangsa pasar bank syariah untuk menambah jumlah nasabah mereka. Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam merupakan salah satu fakultas yang berlandaskan nilai-nilai ke Islaman serta dalam perkuliahan telah diberikan teori dan pengetahuan tentang bank syariah. Sehingga idealnya mereka akan lebih memilih bank syariah dibandingkan dengan bank konvensional. Mahasiswa memiliki pengetahuan yang kompeten mengenai perbankan syariah, tidak hanya itu mahasiswa didasari oleh ilmu keagamaan yang kuat yang mereka dapatkan dari dalam perkuliahan. Sehingga nantinya diharapkan dapat menjadi penerus yang berkompeten dan berkualitas dalam mengembangkan perekonomian Indonesia sesuai dengan prinsip Islam melalui perbankan syariah.

Dari pemaparan di atas banyak sekali faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat khususnya dalam hal ini mahasiswa untuk menggunakan jasa perbankan syariah. Sesuai dengan identitas fakultas ekonomi dan bisnis Islam

apakah bisa menjadi jaminan terhadap pengaruh kehidupan mereka sehari-hari khususnya dalam melakukan transaksi perekonomian yang berbasis syariah menggunakan bank syariah.

Penelitian ini merumuskan beberapa masalah yang akan dibahas dalam artikel ini yaitu:

1. Seberapa besar pengaruh tingkat *religiusitas* terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam?
2. Seberapa besar pengaruh Pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam?
3. Seberapa besar pengaruh tingkat *religiusitas* dan pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam?

Berdasarkan pokok masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat *religiusitas* terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam.
3. Untuk mengetahui besarnya pengaruh tingkat *religiusitas* dan pengetahuan secara bersama-sama terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam.

Dengan ini penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh tingkat *religiusitas* dan pengetahuan ini mempengaruhi mahasiswa menjadi nasabah bank syariah. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Tingkat *Religiusitas* dan Pengetahuan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana Cianjur”**.

## B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan asosiatif.

**Tabel 1**  
**Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana 2017 – 2020**

Program Studi	2017	2018	2019	2020	Jumlah
<b>Ekonomi Syariah</b>	99	145	143	124	511
<b>Perbankan Syariah</b>	11	10	14	17	52
<b>Akuntansi Syariah</b>	-	-	-	18	18
	<b>Total</b>				<b>581</b>

Sumber : Data dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UNSUR

Berdasarkan tabel 1 jumlah mahasiswa diatas, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki populasi besar yakni berjumlah 581 mahasiswa. Mengingat keterbatasan dana, tenaga dan waktu data penelitian ini peneliti menggunakan teknis sampel di ambil dari populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam. Adapun yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 86 responden.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data sekunder dan primer. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data secara langsung dari sumber aslinya yang berupa wawancara maupun hasil observasi dari suatu objek, kejadian atau hasil pengujian.

Dalam pelaksanaan metode ini, peneliti menyebarkan kuesioner / angket kepada dosen sebagai sampel untuk dijawab, kemudian jawaban tersebut diberikan kepada peneliti untuk diperiksa hasil kelengkapan jawabanya. Lalu angket tersebut akan diukur dengan alat ukur yang disebut "*Skala Likert*". *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013: 93).

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Deskripsi Data Penelitian

Data hasil penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas yakni Tingkat *Religiusitas* ( $X_1$ ) dan Pengetahuan ( $X_2$ ) serta satu variabel terikat yakni Minat menjadi nasabah di bank syariah ( $Y$ ). Hasil perolehan data pada penelitian ini berasal dari data primer, yaitu data yang dikumpulkan dari penyebaran kuesioner kepada seluruh mahasiswa FEBI yakni Ekonomi Syariah, Perbankan Syariah dan Akuntansi Syariah. Data disebarkan dengan menggunakan *google form*. Jumlah data yang dikumpulkan setelah dilakukan penyebaran sebanyak 86 koresponden.

**Tabel 2**

#### Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	54	62,79%
Laki-laki	32	37,21%
Jumlah		100%

Berdasarkan 2 di atas, dapat dilihat bahwa dari 86 responden, tercatat sebanyak 54 orang berjenis kelamin perempuan atau sebanyak 62,79% dan 32 responden berjenis kelamin laki-laki atau sebanyak 37,21%.

### 2. Statistik Deskriptif

Menurut Heni Nuraeni (2017: 72) dalam Syifa (2018:11) menyatakan bahwa statistik deskriptif digunakan untuk menunjukkan jumlah data ( $N$ ) yang digunakan dalam penelitian ini serta dapat menunjukkan nilai maksimum, minimum, nilai rata-rata (*mean*), serta standar deviasi dari masing-masing variabel. Pada penelitian ini dilakukan pengujian terhadap temuan-temuan empiris mengenai pengaruh tingkat *religiusitas* dan pengetahuan sebagai variabel independen terhadap minat sebagai variabel dependen. Adapun hasilnya sebagai berikut :

**Tabel 3**  
**Statistik Deskriptif Data**  
**Descriptive Statistics**

N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic

Tingkat <i>Religiusitas</i>	86	12	38	50	4035	46,92	,294	2,728	7,440
Pengetahuan	86	18	32	50	3960	46,05	,439	4,073	16,586
Minat	86	10	35	45	3581	41,64	,367	3,402	11,574
Valid N (listwise)	86								

Sumber : Hasil Pengolahan data dengan SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 3 di atas, menunjukkan bahwa nilai N atau jumlah data pada masing-masing data yang valid adalah 86. Dari jumlah sampe 86 data, diperoleh jumlah data total variabel tingkat *religiusitas* sebesar 4035, jumlah data total pengetahuan sebesar 3960 dan jumlah variabel minat sebesar 3581.

Kemudian dapat dilihat sebanyak 86 sampel dari variabel tingkat *religiusitas*, nilai minimum sebesar 38 dan nilai maximum 50. Sedangkan nilai rata-rata sebesar 46,92 dengan standar deviasi 2,728, hal ini berarti standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata (*mean*) menunjukkan bahwa sebaran variabel data yang kecil atau tidak adanya kesenjangan yang cukup besar dari variabel tingkat *religiusitas*. Nilai *range* diperoleh sebesar 12. *Variance* adalah kuadrat dari simpangan baku, fungsinya untuk mengetahui tingkat penyebaran atau varians data, dalam hal ini diperoleh nilai variabel varians tingkat *religiusitas* sebesar 7,440.

Untuk variabel pengetahuan sebanyak 86 sampel dari variabel pengetahuan, diperoleh nilai minimum sebesar 32 dan nilai maximum sebesar 50. Sedangkan nilai rata-rata sebesar 46,05 dengan standar deviasi sebesar 4,073. Hal ini berarti standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata (*mean*), ini menunjukkan bahwa sebaran variabel data yang kecil atau tidak adanya kesenjangan yang cukup besar dari variabel pengetahuan. Nilai *range* diperoleh sebesar 18. *Variance* adalah kuadrat dari simpangan baku, fungsinya untuk mengetahui tingkat penyebaran atau varians data, dalam hal ini diperoleh nilai variabel varians pengetahuan sebesar 16,586.

Pada variabel minat menjadi nasabah sebanyak 86 sampel, nilai minimum sebesar 35 dan nilai maximum sebesar 45. Sedangkan nilai rata-rata sebesar 41,64 dengan standar deviasi 3,402. Hal ini berarti standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata (*mean*), ini menunjukkan bahwa sebaran variabel data yang kecil atau tidak adanya kesenjangan yang cukup besar dari variabel minat. Nilai *range*

diperoleh sebesar 10. *Variance* adalah kuadrat dari simpangan baku, fungsinya untuk mengetahui tingkat penyebaran atau varians data, dalam hal ini diperoleh nilai variabel varians minat sebesar 11,574.

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda karena memiliki variabel independen lebih dari satu yaitu tingkat *religiusitas* dan pengetahuan sedangkan minat menjadi nasabah adalah variabel dependen. Hasil analisis regresi berganda pada penelitian adalah sebagai berikut :

**Tabel 3**  
**Analisis Regresi Linier Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig .
		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients		
		B	Std. Error			
1	(Constant)	6,140	4,282		1,434	,155
	Tingkat <i>religiusitas</i>	,212	,101	,170	2,099	,039
	Pengetahuan	,555	,068	,665	8,219	,000

a. Dependent Variable: minat

### 4. Uji Simultan (F)

**Tabel 4.25**  
**Hasil Uji F (Uji Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	566,979	2	283,489	56,447	,000 <sup>b</sup>
	Residual	416,847	83	5,022		
	Total	983,826	85			

a. Dependent Variable: minat

b. Predictors: (Constant), pengetahuan, tingkat *religiusitas*

Sumber : Hasil Pengolahan data dengan SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 4.24 di atas, diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 56,447 dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan menggunakan taraf signifikansi 5% atau

0,05, maka hasil tersebut menunjukkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $56,447 > 3,105$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa tingkat religiusitas dan pengetahuan berpengaruh signifikan dan berarah positif terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah. Dengan demikian  $H_{a3}$  yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antar variabel tingkat *religiusitas* dan pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana Cianjur diterima dan  $H_{o3}$  ditolak.

Berdasarkan hasil R square yang didapat dari hasil perhitungan variabel tingkat religiusitas dan pengetahuan sebesar 57,6% dengan sisa 42,4% yang dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam model regresi atau yang tidak diteliti oleh peneliti.

#### **5. Pengaruh Tingkat *Religiusitas* Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana Cianjur**

Hasil pengujian statistik untuk memprediksi pengaruh tingkat *religiusitas* terhadap minat menjadi nasabah diperoleh dari persamaan regresi linier berganda untuk koefisien tingkat *religiusitas* yaitu sebesar 0,212 serta diperoleh uji hipotesis parsial (Uji T) dengan nilai signifikansi sebesar ( $0,039 < 0,05$ ) dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu ( $2,099 > 1,992$ ) dengan demikian  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{o1}$  ditolak. Hal ini berarti bahwa tingkat *religiusitas* berpengaruh signifikan dan berarah positif terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana Cianjur.

Hasil penelitian ini dapat diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Heni Purwaningsih (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh *Religiusitas*, Pengetahuan, Dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah”. Menunjukkan hasil tingkat *religiusitas* berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah yang ditunjukkan dengan nilai tingkat signifikansi  $0,013 < 0,05$ . Jadi kesimpulan hasil penelitian tersebut memperkuat teori bahwa tingkat *religiusitas* memberikan pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan bank syariah. Karena semakin baik *religiusitas* seseorang akan

semakin berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya yaitu dengan menggunakan bank syariah.

#### **6. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana Cianjur**

Hasil pengujian statistik untuk memprediksi pengaruh pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah diperoleh dari persamaan regresi linier berganda untuk koefisien pengetahuan yaitu sebesar 0,555 serta diperoleh uji hipotesis parsial (Uji T) dengan nilai signifikansi sebesar  $(0,000 < 0,05)$  dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $(8,219 > 1,992)$  dengan demikian  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{o1}$  ditolak. Hal ini berarti bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan dan berarah positif terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana Cianjur.

Hasil penelitian ini dapat diperkuat dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aris Purwanto (2016) yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, *Religiusitas* Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah Boyolali”. Menunjukkan hasil pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah yang ditunjukkan dengan nilai tingkat signifikansi  $0,037 < 0,05$ . Jadi kesimpulan hasil penelitian tersebut memperkuat teori bahwa pengetahuan memberikan pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan bank syariah.

#### **7. Pengaruh Tingkat *Religiusitas* dan Pengetahuan Secara Bersamasama (Simultan) Terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana Cianjur**

Berdasarkan hasil uji simultan (Uji F) besarnya pengaruh variabel tingkat *religiusitas* dan pengetahuan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah diperoleh nilai koefisien determinan atau R square sebesar 57,6% sedangkan sisanya 42,4% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Adapun nilai  $F_{hitung}$  sebesar 56,447 dengan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen Pengetahuan dan Tingkat *Religiusitas* jika diuji secara bersama-sama (simultan) hasilnya yaitu variabel

pengetahuan dan tingkat religiusitas berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa yang ada di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana Cianjur.

Jadi, dapat disimpulkan berdasarkan pengujian statistik secara bersama-sama (simultan), variabel pengetahuan dan tingkat *religiusitas* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

#### D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel tingkat *religiusitas* berpengaruh signifikan dan berarah positif terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana Cianjur. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis parsial (Uji T) dengan nilai signifikan  $0,039 < 0,05$  dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $2,099 > 1,992$  dengan demikian  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{o1}$  ditolak dan memberikan sumbangan pengaruh efektif sebesar 8,1% terhadap minat menjadi nasabah.
2. Variabel pengetahuan berpengaruh signifikan dan berarah positif terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana Cianjur. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis parsial (Uji T) dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $8,219 < 1,992$  dengan demikian  $H_{a1}$  diterima dan  $H_{o1}$  ditolak dan memberikan sumbangan pengaruh efektif sebesar 49,5% terhadap minat menjadi nasabah.
3. Variabel tingkat *religiusitas* dan pengetahuan berpengaruh signifikan dan berarah positif terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana Cianjur. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian parsial (Uji F) pada tingkat *religiusitas* dan pengetahuan diperoleh nilai signifikan sebesar 0,000 dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 56,447. Hasil tersebut menunjukkan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $56,447 > 3,105$  dengan demikian  $H_{a3}$  diterima dan  $H_{o3}$  ditolak.

4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk lebih memperluas penelitian sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat menjadi nasabah di Bank Syariah seperti faktor kepercayaan, kualitas produk, dan promosi ataupun sejenisnya yang belum diteliti pada penelitian ini.

#### **REFERENSI**

- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah: Konsep dan Praktek di Beberapa Negara*. Jakarta: Bank Indonesia, 2006.
- Dahlan, Ahmad. 2012. *Bank Syariah Teori Praktik Kritik. (Buku Bacaan Akademisi, Praktisi, serta Dewan Pengawas Syariah)*. Yogyakarta :Teras.
- Jalaludin. 2010. *Psikologi Agama*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Ramadhan, Rikky. 2019. *Pengaruh Tingkat Religiusitas dan Pengetahuan Produk Tabungan Santri Pondok Pesantren Al-Barokah Terhadap Minat Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Skripsi*. Skripsi Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
- Rustandi, Nanang. 2020. "Agama Dan Perubahan Sosial Ekonomi". *Jurnal Agama dan Budaya*. 18,(02),185-216.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sunyoto, Danang. 2013. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenal Konsumen)*. Yogyakarta: CAPS.