

**FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP MINAT MENJADI  
NASABAH BANK SYARIAH DI KABUPATEN BREBES**

**Diah Putri Amalia**

**Email : [diahputriamalia26@gmail.com](mailto:diahputriamalia26@gmail.com)**

**Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

***ABSTRACT***

*This research aimed to analyze the factors that affect people interest to become customers of islamic bank in the district brebes. Factors that used in this research are people religiosity, facilities, variety of product, promotion, location, and financial information. Data obtained by distributing 80 questionnaires and 60 questionnaires are analyzed. The popullation that use in this research is people in district brebes and the sample that used in this research is a convenience sampling and analyzed by using program SPSS 20.*

*Based on the analysis that has been done in this research, the result shows that locations has signifiicant effect in influence people interest to become customers of islamic bank. While other variables have no effect in influence people interest to become customers of islamic bank.*

**Keywords** : *religiosity, facilities, variety of product, promotion, location, financial information, interests, syariah banking.*

## A. PENDAHULUAN

Perhatian masyarakat terhadap perbankan selalu besar, baik pada waktu ekonomi sedang tumbuh subur maupun sebaliknya. Perkembangan sektor perbankan telah tumbuh dengan pesat dan mendominasi kegiatan perekonomian Indonesia. Perbankan syariah muncul pada tahun 1992. Perkembangan bank syariah di Indonesia tergolong pesat. Dalam waktu kurang dari 15 tahun banyak bank-bank yang semula bersifat konvensional akhirnya membuka cabang perbankan yang bersifat syariah. Perbankan syariah memiliki tujuan yang sama dengan bank konvensional hanya berbeda dalam penerapan sistemnya, bank syariah menerapkan sistem syariah dalam pengoperasiannya.

Aspek religiusitas merupakan salah satu faktor pembeda antara bank syariah dengan bank konvensional. Menurut Nasriah (2015), religiusitas adalah sebuah ekspresi spiritual seseorang yang berkaitan dengan sistem keyakinan, nilai, hukum yang berlaku dan ritual. Nasabah harus dapat memilih produk maupun jasa yang ditawarkan oleh perbankan. Fasilitas juga merupakan salah satu faktor penentu dalam penentuan menjadi nasabah bank syariah. Fasilitas merupakan sarana dan prasarana yang diberikan oleh pihak bank syariah agar dapat digunakan oleh para nasabahnya sehingga memudahkan para nasabah dalam bertransaksi. Dalam penentuan menjadi nasabah bank, nasabah melihat apakah produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah itu lengkap dan bervariasi. Serta apakah produk yang ditawarkan tersebut sesuai dengan prinsip syariat Islam.

Promosi merupakan kegiatan yang penting dilakukan oleh perusahaan, dalam hal ini adalah bank syariah harus menawarkan produk-produknya secara menarik kepada masyarakat. Faktor penentu lainnya adalah lokasi. Bank syariah harus berada di lokasi yang strategis, seperti berada di pusat keramaian maupun pusat kota. Faktor

lain yang dapat memengaruhi minat menjadi nasabah bank syariah adalah informasi keuangan. Informasi keuangan adalah sarana bagi perusahaan dalam menyampaikan informasi akuntansi kepada pihak yang berkepentingan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka kiranya perlu dilakukan penelitian dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP MINAT MENJADI NASABAH BANK SYARIAH DI KABUPATEN BREBES”**. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Hutabarat (2010). Perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah dengan menambah variabel independen yaitu religiusitas, lokasi dan informasi keuangan (Ramadhan, 2015). Perbedaan lainnya adalah sampel penelitian di Kabupaten Brebes.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah?
2. Apakah fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah?
3. Apakah variasi produk bank syariah berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah?
4. Apakah promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah?
5. Apakah lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah?

6. Apakah informasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah?

### **C. TINJAUAN LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

1. Pengaruh religiusitas terhadap minat menjadi nasabah bank syariah

Religiusitas dalam penelitian ini adalah pemahaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh para nasabah mengenai prinsip syariah islam dalam produk dan jasa yang dimiliki oleh bank syariah. Nasabah mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah sesuai dengan prinsip syariah islam. Sehingga semakin luas pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki nasabah mengenai prinsip syariah islam dalam produk dan jasa bank syariah maka akan semakin tinggi minat seseorang untuk menjadi nasabah bank syariah karena produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah sesuai dengan prinsip syariah islam. Dalam penelitian Machmudah (2009) menyatakan bahwa religius stimuli berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang. Sedangkan dalam penelitian Fauzi (2010) menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menabung nasabah. Dengan demikian penelitian ini merumuskan ke dalam hipotesis :

H1 : Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

2. Pengaruh fasilitas terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah

Fasilitas dalam penelitian ini adalah sarana dan prasarana yang diberikan oleh bank syariah kepada para nasabah. Ketika fasilitas yang diberikan semakin lengkap dan tersedia di berbagai daerah maka masyarakat yang ingin menjadi nasabah bank syariah akan semakin tinggi. Karena kelengkapan suatu fasilitas

akan dapat memudahkan para nasabah dalam melakukan suatu transaksi. Dalam penelitian Hutabarat (2010) menyatakan bahwa faktor fasilitas berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Sedangkan dalam penelitian Yupitri (2012) menyatakan bahwa fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Dengan demikian penelitian ini merumuskan ke dalam hipotesis :

H2 : Fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

### 3. Pengaruh variasi produk terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah

Variasi produk dalam penelitian ini adalah produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah untuk keperluan para nasabah. Ketika produk yang dibutuhkan oleh nasabah terdapat dalam bank syariah maka hal tersebut mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah karena produk yang dibutuhkan terdapat dalam bank syariah. Sehingga semakin banyak dan bervariasi produk yang ditawarkan maka semakin banyak nasabah yang tertarik untuk menjadi nasabah bank syariah dan akan menggunakan produk bank syariah. Dalam penelitian Hutabarat (2010) menyatakan bahwa produk berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Sedangkan dalam Yupitri (2012) menyatakan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap nasabah non muslim untuk menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri. Dengan demikian penelitian ini merumuskan ke dalam hipotesis :

H3 : Variasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

#### 4. Pengaruh promosi terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah

Promosi dalam penelitian ini adalah iklan, media dan pemberian insentif yang diberikan kepada masyarakat agar masyarakat dapat mengetahui berbagai macam produk dan fasilitas yang diberikan oleh bank syariah. Ketika promosi yang dilakukan menarik dan tersampaikan dengan baik kepada masyarakat maka akan membuat masyarakat mengetahui dan mengenal mengenai bank syariah sehingga akan membuat masyarakat ingin menjadi nasabah bank syariah. Dalam penelitian Hutabarat (2010) menyatakan bahwa faktor promosi berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah bank syariah. Sedangkan menurut penelitian Machmudah (2009) menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah Bank CIMB Niaga Syariah. Dengan demikian penelitian ini merumuskan ke dalam hipotesis :

H4 : Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

#### 5. Pengaruh lokasi terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah

Lokasi dalam penelitian ini adalah tempat atau letak bank syariah yang strategis yang dapat dengan mudah terjangkau oleh seseorang yang berada dipusat keramaian. Sehingga dengan lokasi bank syariah strategis akan mempermudah para nasabah jika akan melakukan suatu transaksi di bank syariah. Maka semakin strategis lokasi bank syariah maka semakin mudah para nasabah jika ingin datang ke bank sehingga hal tersebut akan mempengaruhi masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Dalam penelitian Machmudah (2009) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap terhadap minat nasabah non muslim menjadi nasabah Bank CIMB Niaga Syariah. Sedangkan dalam penelitian Chotimah (2014) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap

masyarakat memilih bank syariah di Surakarta. Dengan demikian penelitian ini merumuskan ke dalam hipotesis :

H5 : Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

6. Informasi keuangan terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah.

Informasi keuangan merupakan pengungkapan informasi terkait keuangan kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Penyajian informasi keuangan dapat memengaruhi keputusan pihak-pihak yang berkepentingan.

Informasi keuangan sangat penting dalam mengambil keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah. Menurut Permatasari dalam Ramadhan (2015), pihak-pihak yang memiliki kepentingan menggunakan informasi keuangan adalah sebagai jendela informasi dalam mengambil keputusan. Kelengkapan informasi yang diperoleh dalam informasi keuangan tergantung pada tingkat kelengkapan pengungkapan dari informasi keuangan bank syariah. Sehingga semakin lengkap informasi keuangan yang diberikan oleh Bank Syariah maka akan semakin memudahkan nasabah dalam mengambil keputusan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan (2015) menunjukkan bahwa informasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menjadi anggota BMT. Sedangkan dalam penelitian Nasriah (2015) menunjukkan bahwa informasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat untuk menjadi anggota BMT. Dengan demikian penelitian ini merumuskan ke dalam hipotesis :

H6 : Informasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

## **D. METODE PENELITIAN**

### **1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi. Data primer dikumpulkan melalui metode angket, yaitu menyebarkan daftar pernyataan (kuesioner) yang akan diisi oleh masyarakat Kabupaten Brebes.

### **2. Populasi Penelitian**

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di Kabupaten Brebes. Sedangkan pengambilan sampel menggunakan teknik *Convenience Sampling* yaitu responden yang berhak mengisi kuesioner sepenuhnya tergantung pada kemudahan peneliti.

### **3. Instrumen Penelitian**

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di Kabupaten Brebes. Sedangkan pengambilan sampel menggunakan teknik *Convenience Sampling* yaitu responden yang berhak mengisi kuesioner sepenuhnya tergantung pada kemudahan peneliti.

### **4. Uji Hipotesis dan Analisis Data**

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Kualitas data yang digunakan adalah uji validitas yang bertujuan untuk mengetahui seberapa cermat suatu pengujian melakukan fungsi ukurannya dan uji reliabilitas adalah



suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi yang dibuat dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik. Agar mendapatkan regresi yang baik harus memenuhi asumsi-asumsi yang disyaratkan untuk memenuhi uji normalitas, bebas dari uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

Dalam penelitian ini uji hipotesis yang digunakan yaitu analisis regresi berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah masing masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen mengalami kenaikan atau penurunan. Pengolahan data menggunakan alat bantu *SPSS*. Persamaan regresi digunakan adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

Keterangan :

Y : minat untuk menjadi nasabah bank syariah

a : Konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5$  : Koefisien regresi

X1 : Religiusitas

X2 : Fasilitas

X3 : Variasi produk bank syariah

X4 : Promosi

X5 : Lokasi

X6 : Informasi keuangan

e : standar eror

Selanjutnya dilakukan Uji t untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel pengikatnya.

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat, signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Dan uji koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) untuk mengukur seberapa besar variasi dalam variabel independen mampu menjelaskan bersama-sama variabel dependen atau seberapa baik model regresi yang telah dibuat tersebut sesuai dengan data.

## **E. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Tingkat Pengembalian Kuesioner**

Jumlah kuesioner yang disebarkan sebanyak 80 kuesioner. Dari 80 kuesioner yang dibagikan, hanya 65 kuesioner yang dapat diolah karena adanya ketidaklengkapan pengisian item-item yang disediakan serta terdapat kuesioner yang tidak kembali.

### **Jenis Kelamin Responden**

Dalam penelitian ini yang paling banyak adalah berjenis kelamin wanita dengan jumlah sebanyak 38 orang atau 58,5 %, sedangkan responden berjenis kelamin pria sebanyak 27 orang atau 41,5 %.

### **Usia Responden**

Dalam penelitian ini mayoritas berumur 17-25 tahun dengan jumlah 32 orang atau 49,2 %. Yang berumur 26-35 tahun berjumlah 16 orang atau 24,6 %, berumur 36-45 tahun berjumlah 11 orang atau 16,9 %, berumur 46-55 tahun berjumlah 4 orang atau 6,2 %, berumur 55-65 tahun berjumlah 2 orang atau 3,1 % dan yang berumur lebih dari 66 tahun tidak ada.

### **Tingkat Pendidikan Responden**

Dalam penelitian ini yang paling banyak adalah yang pendidikan terakhirnya S-1 yaitu 35 orang atau 53,8%, pendidikan terakhir SMA/Sederajat terdiri dari 19

orang atau 29,2%, pendidikan terakhir Diploma (D1,D2,D3) berjumlah 8 orang atau 12,3%, yang berpendidikan terakhir S-2 berjumlah 3 orang atau 4,6% dan S-3 tidak ada.

### **Pekerjaan Responden**

Dalam penelitian ini yang paling banyak adalah pelajar/mahasiswa yaitu berjumlah 24 orang atau 36,9 %, selanjutnya PNS/TNI/POLRI berjumlah 10 orang atau 15,4%, pegawai swasta berjumlah 11 orang atau 16,9%, wiraswasta/pengusaha berjumlah 13 orang atau 20,0%, pensiunan berjumlah 2 orang atau 3,1% dan yang mengisi status pekerjaan lainnya berjumlah 5 orang atau 7,7%.

## **1. Analisis Data**

### **a. Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif dapat memberikan gambaran dari setiap variabel khususnya maksimum, minimum, mean dan standar deviasi. Variabel religiusitas diperoleh nilai minimum adalah 17, nilai maksimum adalah 24 dan nilai rata-rata adalah 19,54 dengan standar deviasi 1,631. Variabel fasilitas diperoleh nilai minimum adalah 15, nilai maksimum adalah 23 dan nilai rata-rata adalah 18,32 dengan standar deviasi 1,631. Variabel variasi produk diperoleh nilai minimum adalah 15, nilai maksimum adalah 23 dan nilai rata-rata adalah 18,91 dengan standar deviasi 1,711. Variabel Variabel promosi diperoleh nilai minimum adalah 16, nilai maksimum adalah 24 dan nilai rata-rata adalah 19,74 dengan standar deviasi 1,865. Variabel lokasi diperoleh nilai minimum adalah 12, nilai maksimum adalah 20 dan nilai rata-rata adalah 16,97 dengan standar deviasi 2,201.

Variabel informasi keuangan diperoleh nilai minimum adalah 15, nilai maksimum adalah 23 dan nilai rata-rata adalah 18,95 dengan standar deviasi

1,815. Variabel minat diperoleh nilai minimum adalah 15, nilai maksimum adalah 25 dan nilai rata-rata adalah 20,43 dengan standar deviasi 2,616.

**b. Uji Kualitas Instrumen dan Data**

Instrumen penelitian dikatakan valid apabila memiliki *factor loading* > 0,5. Berikut adalah hasil pengujian validitas untuk masing-masing variabel:

Variabel Religiusitas (REL)

**TABEL 4.7**  
Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas (REL)

No.	Pertanyaan	<i>Factor loading</i>	Keterangan
1.	Item 1	0,824	<i>Valid</i>
2.	Item 2	-0,611	<i>Tidak Valid</i>
3.	Item 3	-0,435	<i>Tidak Valid</i>
4.	Item 4	0,687	<i>Valid</i>
5.	Item 5	0,497	<i>Tidak Valid</i>

Sumber : Output SPSS 20, 2015

Variabel Fasilitas (FAS)

**TABEL 4.8**  
Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (FAS)

No.	Pertanyaan	<i>Factor loading</i>	Keterangan
1.	Item 1	0,443	<i>Tidak Valid</i>
2.	Item 2	0,661	<i>Valid</i>
3.	Item 3	0,779	<i>Valid</i>
4.	Item 4	0,480	<i>Tidak Valid</i>
5.	Item 5	0,696	<i>Valid</i>

Sumber : Output SPSS 20, 2015

Variabel Variasi Produk (VP)

**TABEL 4.9**  
Hasil Uji Validitas Variabel Variasi Produk (VP)

No.	Pertanyaan	<i>Factor loading</i>	Keterangan
1.	Item 1	0,148	<i>Tidak Valid</i>
2.	Item 2	0,745	<i>Valid</i>
3.	Item 3	0,623	<i>Valid</i>
4.	Item 4	0,727	<i>Valid</i>
5.	Item 5	0,565	<i>Valid</i>

Sumber : Output SPSS 20, 2015

Variabel Promosi (PRO)

**TABEL 4.10**  
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (PRO)

No.	Pertanyaan	<i>Factor loading</i>	Keterangan
1.	Item 1	0,676	<i>Valid</i>
2.	Item 2	0,735	<i>Valid</i>
3.	Item 3	0,617	<i>Valid</i>
4.	Item 4	0,470	<i>Tidak Valid</i>
5.	Item 5	0,655	<i>Valid</i>

Sumber : Output SPSS 20, 2015

Variabel Lokasi (LOK)

**TABEL 4.11**  
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi

No.	Pertanyaan	<i>Factor loading</i>	Keterangan
1.	Item 1	0,827	<i>Valid</i>
2.	Item 2	0,814	<i>Valid</i>
3.	Item 3	0,635	<i>Valid</i>
4.	Item 4	0,863	<i>Valid</i>

Sumber : Output SPSS 20, 2015

Variabel Informasi Keuangan (IK)

**TABEL 4.12**  
Hasil Uji Validitas Variabel Informasi Keuangan (IK)

No.	Pertanyaan	<i>Factor loading</i>	Keterangan
1.	Item 1	0,706	<i>Valid</i>
2.	Item 2	0,722	<i>Valid</i>
3.	Item 3	0,635	<i>Valid</i>
4.	Item 4	0,680	<i>Valid</i>
5.	Item 5	0,595	<i>Valid</i>

Sumber : Output SPSS 20, 2015

Variabel Minat (MNT)

**TABEL 4.13**  
Hasil Uji Validitas Variabel Minat

No.	Pertanyaan	<i>Factor loading</i>	Keterangan
1.	Item 1	0,793	<i>Valid</i>
2.	Item 2	0,753	<i>Valid</i>
3.	Item 3	0,797	<i>Valid</i>
4.	Item 4	0,750	<i>Valid</i>
5.	Item 5	0,620	<i>Valid</i>

Sumber : Output SPSS 20, 2015

Suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila hasil pengukurannya selalu sama atau tidak berubah-ubah. Sedangkan suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,90 maka reabilitas sempurna, jika nilai *Cronbach Alpha* antara 0,70 - 0,90 maka reliabilitas tinggi, jika nilai *Cronbach Alpha* antara 0,50 - 0,70 maka reliabilitas moderat dan jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,50 maka reliabilitas rendah. Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas :

**TABEL 4.14**  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Religiusitas (REL)	0,694	<i>Reliabel</i>
Fasilitas (FAS)	0,640	<i>Reliabel</i>
Variasi Produk (VP)	0,572	<i>Reliabel</i>
Promosi (PRO)	0,633	<i>Reliabel</i>
Lokasi (LOK)	0,783	<i>Reliabel</i>
Informasi Keuangan (IK)	0,678	<i>Realibel</i>
Minat (MNT)	0,797	<i>Reliabel</i>

Sumber : Output SPSS 20, 2015

**c. Uji Asumsi Klasik**

**TABEL 4.15**  
Hasil Uji Normalitas  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.67895132
	Absolute	.056
Most Extreme Differences	Positive	.046
	Negative	-.056
Kolmogorov-Smirnov Z		.449
Asymp. Sig. (2-tailed)		.988

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Output SPSS 20, 2015

Tabel diatas menunjukkan memiliki nilai *colmogrov\_smirnov* 0,449 dan *asymptot sig* 0,988 yang mana keduanya memiliki nilai  $> 0,05$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

**TABEL 4.16**  
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai Tolerance	VIF	Keterangan
REL	0,906	1,104	Bebas Multikolinieritas
FAS	0,582	1,719	Bebas Multikolinieritas
VP	0,426	2,345	Bebas Multikolinieritas
PRO	0,471	2,122	Bebas Multikolinieritas
LOK	0,598	1,672	Bebas Multikolinieritas
IK	0,416	2,405	Bebas Multikolinieritas

Sumber : Output SPSS 20, 2015

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki tolerance  $> 0,10$  dan VIF  $< 10$ , hal tersebut dapat dikatakan semua variabel tersebut bebas dari multikolinearitas atau tidak ada kolerasi antar variabel bebas.

**TABEL 4.17**  
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Standar	Keterangan
REL	0,916	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
FAS	0,589	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
VP	0,378	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
PRO	0,793	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
LOK	0,919	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
IK	0,550	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : Output SPSS 20, 2015

Berdasarkan tabel 4.17 menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki signifikan  $> 0,05$ , hal tersebut dapat dikatakan semua variabel tersebut bebas dari heteroskedastisitas.



**TABEL 4.18**  
**Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.767 <sup>a</sup>	.588	.545	1.764	1.258

a. Predictors: (Constant), IK, REL, LOK, FAS, PRO, VPI

b. Dependent Variable: MNT

Sumber : Output SPSS 20, 2015

Berdasarkan tabel 4.18 dapat diketahui bahwa nilai *Durbin Watson* (DW) adalah sebesar 1,258 yang termasuk diantara -2 sampai +2 yang berarti bahwa tidak terdapat autokorelasi diantara variabel dependen dan independen.

**d. Uji Hipotesis**

Berdasarkan hasil analisis regresi yang telah dilakukan, maka persamaan regresi yang dapat disusun adalah :

$$MNT = 0,574 - 0,80REL - 0,107FAS + 0,401VPI + 0,179PRO + 0,637LOK + 0,094IK + e$$

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji t (Parsial)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.574	3.541		.162	.872
REL	-.080	.299	-.024	-.269	.789
FAS	-.107	.237	-.050	-.453	.652
VP	.401	.215	.241	1.869	.067
PRO	.179	.196	.112	.912	.366
LOK	.637	.130	.536	4.918	.000
IK	.094	.188	.065	.501	.618

a. Dependent Variable: MNT

Sumber : Output SPSS 20, 2015

Kriteria hipotesis diterima adalah jika nilai signifikan  $< 0,05$  dan koefisien regresi (kolom  $\beta$ ) searah dengan hipotesis. Berdasarkan pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat satu variabel independen yang diterima yaitu variabel lokasi (LOK). Sedangkan variabel religiusitas (REL), fasilitas (FAS), variasi produk (VP), promosi (PRO) dan informasi keungan (IK) ditolak.

**Tabel 4.22**

Hasil Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	257.530	6	42.922	13.799	.000 <sup>b</sup>
Residual	180.408	58	3.110		
Total	437.938	64			

a. Dependent Variable: MNT

b. Predictors: (Constant), IK, REL, LOK, FAS, PRO, VPI

Sumber : Output SPSS 20, 2015

Dari hasil perhitungan tabel diatas, diperoleh hasil tingkat signifikan sebesar 0,000. Dimana nilai signifikan tersebut menunjukkan angka dibawah  $\alpha$  0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya secara bersama-sama terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.23**

Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.767 <sup>a</sup>	.588	.545	1.764	1.258

a. Predictors: (Constant), IK, REL, LOK, FAS, PRO, VPI

b. Dependent Variable: MNT

Sumber : Output SPSS 20, 2015

Dari tabel 4.23 menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,545. Artinya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 54,5%, sedangkan sisanya sebanyak 45,5 % dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar penelitian.

## **F. SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian, pengolahan, dan analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian diperoleh hasil bahwa religiusitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, sehingga  $H_1$  ditolak.
2. Berdasarkan penelitian diperoleh hasil fasilitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, sehingga  $H_2$  ditolak.
3. Berdasarkan penelitian diperoleh hasil bahwa variasi produk bank syariah berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, sehingga  $H_3$  ditolak.
4. Berdasarkan penelitian diperoleh hasil bahwa promosi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, sehingga  $H_4$  ditolak.
5. Berdasarkan penelitian diperoleh hasil bahwa lokasi pengaruh positif signifikan terhadap minat menjadi nasabah bank syariah, sehingga  $H_5$  diterima.
6. Berdasarkan penelitian diperoleh hasil bahwa informasi keuangan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menjadi nasabah perbankan syariah, sehingga  $H_6$  ditolak.

## **Saran**

Berkaitan dengan kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat diberikan guna perbaikan di masa yang akan datang adalah sebagai berikut:

1. Bank syariah sebaiknya memperbanyak fasilitas seperti ketersediaan mesin ATM yang tersedia diberbagai tempat agar dapat memudahkan nasabah
2. Bank syariah memperbanyak promosi seperti mengiklankan bank syariah agar banyak masyarakat yang tertarik untuk menjadi nasabah bank syariah
3. Peneliti selanjutnya sebaiknya menambah jumlah responden
4. Peneliti selanjutnya sebaiknya menambah variabel lain dan mengolahnya dengan metode yang lain seperti intervening atau moderat
5. Peneliti selanjutnya sebaiknya menambahkan pencarian data dengan melakukan wawancara sehingga peneliti mampu memahami keadaan lapangan yang sebenarnya.
6. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas area penyebaran kuesioner.

## **Keterbatasan**

1. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner, oleh karena itu faktor subyektifitas selalu ada. Maka penelitian berikutnya lebih baik menambah metode lain seperti wawancara langsung, sehingga informasi yang didapat lebih akurat.
2. Penyebaran kuesioner dalam penelitian ini kurang merata.
3. Faktor-faktor yang diduga dapat mempengaruhi keputusan untuk menjadi nasabah bank syariah dalam penelitian ini hanya terbatas pada pengaruh faktor religiusitas, fasilitas, variasi produk, promosi, lokasi dan informasi keuangan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Halim. 2012. "Perkembangan dan Prospek Perbankan Syariah Indonesia". *Ceramah Ilmiah* Ikatan Ahli Ekonomi Islam.
- Chotimah, Chusnul. 2014. "Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah Di Surakarta". *Skripsi* Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Dinamika, Elsa. 2014. "Pengaruh Reference Group, Promosi, Informasi Akuntansi, Pengetahuan Mahasiswa dan Religiusitas Terhadap Minat Menjadi Anggota BMT". *Skripsi* Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Direktorat Perbankan Syariah. 2008. di download dari [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id). Diakses tanggal 23 Mei 2015.
- Fauzi, Yayan. 2010. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menabung Di Perbankan Syariah (Kasus Pada Bank Syariah Cabang Yogyakarta)". *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi 5. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hutabarat, S. 2010. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Di Pekanbaru". *Jurnal Akuntansi*. Riau.
- Ietje Nazaruddin dan Agus Tri Basuki. 2015. *Analisis Statistik Dengan SPSS*. Danisa Media. Yogyakarta.
- Kahir, H. 2015. Mendongkrak Market Bank Syariah. <http://www.lintasgayo.com/53753/mendongkrak-market-share-bank-syariah.html>. Diakses tanggal 23 Mei 2015.
- Machmudah, Rifa'atul 2009. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah di Bank Syariah (Studi Pada Bank CIMB Niaga Syariah Cabang Semarang)". *Skripsi* Fakultas Ekonomi. Institut Agama Islam Negeri Walisongo. Semarang.
- Nasriah, Ari. 2015. "Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Minat Untuk Menjadi Anggota BMT". *Skripsi* Fakultas Ekonomi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Pramana, I Made Satria. 2012. "Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. BPR Pusaka Denpasar". *Jurnal* Fakultas Ekonomi. Universitas Udayana (Unud). Bali.
- Pratiwi, Ayoe Niken. 2010. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Masyarakat Muslim Untuk Menggunakan Bank Syariah". *Skripsi* Fakultas Ekonomi. Universitas Sebelas Maret.

- Rahmawaty, Anita. 2008. "Analisis Pemicu Perbedaan Motivasi Nasabah Berafiliasi Antara Bank Konvensional Dan Bank Syariah Di Semarang". *Kumpulan makalah ACIS. Penguatan Peran Perguruan Tinggi Agama Islam Dalam Meningkatkan Daya Saing Bangsa*. Palembang.
- Ramadhan, D. P. 2015. "Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Minat Untuk Menjadi Anggota BMT". *Skripsi Fakultas Ekonomi*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Ramli, Kamrianti. 2012. Faktor-Faktor yang Membangkitkan Minat Belajar. [www.psikologiku.com/pengertian-minat-menurut-para-ahli-psikologi/](http://www.psikologiku.com/pengertian-minat-menurut-para-ahli-psikologi/). Diakses tanggal 7 Juni 2015.
- Rositasari, Zhenty. 2009. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keinginan Konsumen Untuk Menabung Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah di Surakarta)". *Skripsi Fakultas Syariah*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Santoso, Singgih. 2012. *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*. Linda Karya. Bandung.
- Santoso, Singgih. 2010. *Statistik Multivariat*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung
- Sumantri, Bagja. 2014. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat Dan Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah di Kota Yogyakarta". *Skripsi Fakultas Ekonomi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Yupitri, Evi., Raina Linda Sari. 2012. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Non Muslim Menjadi Nasabah Bank Syariah Mandiri di Medan". *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*.

<http://www.bi.go.id/id/statistik/perbankan/syariah/default.asp>.