

## PENGARUH PERSEPSI DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT MASYARAKAT KABUPATEN BIMA MENJADI NASABAH DI BANK SYARIAH DENGAN PENGETAHUAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI

**Waadarahmah**

Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

E-Mail: [waadarahmahr@gmail.com](mailto:waadarahmahr@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to measure the factors that influence the interest of the people of Bima district to become customers with knowledge as a moderating variable. This research is a descriptive quantitative research by distributing questionnaires as a data collection method. The sample in this study was 100 respondents, namely people in Bima district. The data analysis technique used the STATA version 16 application. To see the results of the test the researchers used Moderated Regression Analysis (MRA). The results of the study show that the variables of perception and religiosity have no effect on interest in becoming a customer in Islamic banks. Then the Knowledge variable can moderate Perception and Religiosity towards Interest in Becoming a Customer in Islamic Banks. The results of this study are expected to be useful for financial institutions as a source of reference and information in making decisions and increasing public knowledge.*

**Keywords:** Perception; Religiosity; Knowledge; Islamic Bank

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk mengukur faktor yang mempengaruhi minat masyarakat kabupaten Bima menjadi nasabah dengan pengetahuan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan menyebarkan kuisioner sebagai metode pengumpulan data. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yaitu masyarakat di kabupaten Bima. Teknik analisis data menggunakan aplikasi STATA versi 16. Untuk melihat hasil dari pengujian peneliti menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil dari penelitian menunjukkan variabel Persepsi dan *Religiusitas* tidak berpengaruh terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah. Kemudian variabel Pengetahuan dapat memoderasi Persepsi dan *Religiusitas* terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi lembaga keuangan sebagai sumber referensi dan informasi dalam mengambil keputusan dan meningkatkan pengetahuan masyarakat.

**Kata kunci:** Persepsi; Religiusitas; Pengetahuan; Bank Syariah

## 1. PENDAHULUAN

Banyak orang yang beranggapan bahwa agama Islam hanya mengajarkan tentang ritual saja. Tetapi Islam tidak mengkaji tentang ritual saja, karena Islam merupakan agama universal. Segala permasalahan yang dibahas menyeluruh pada sendi kehidupan, baik tentang ibadah, syariah, maupun akhlak. Pembahasan dalam Islam meliputi semua aspek dalam kehidupan manusia. Namun manusia itulah yang kurang memperhatikan dan kurang memperhatikan dan kurang mendalami inti sari dari Al-Qur'an dan As-Sunah. Keberadaan Perbankan Syariah tidak terlepas sistem perbankan Indonesia secara umum. Perbankan Syariah mulai dikenal pada tahun 1992 setelah diberlakukannya Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan Syariah yang memungkinkan Bank Konvensional menjalankan kegiatan operasionalnya. Berdasarkan prinsip syariah.

Secara perlahan, Bank Syariah mampu memenuhi kebutuhan masyarakat yang menginginkan sistem perbankan berlandaskan pada syariat Islam. Namun demikian, Perbankan Syariah belum mendapatkan landasan hukum yang kuat untuk mempercepat pertumbuhan dan perkembangan Perbankan Syariah. Maka pada tahun 2008 pemerintah mengeluarkan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Setelah dikeluarkan Undang-Undang tersebut Bank Syariah telah didirikan berdasarkan Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 memperoleh dasar hukum yang khusus dan lebih kuat serta lebih tegas.

**Tabel 1. Perkembangan Perbankan Syariah Periode 2016 - 2020**

No	Tahun	Bank Umum Syariah	Unit Usaha Syariah	Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	Jumlah Bank
1	2016	13	22	166	201
2	2017	13	21	167	201
3	2018	14	20	167	201
4	2019	14	21	166	201
5	2020	14	20	163	197

Sumber: [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

Melihat perkembangan Perbankan Syariah mulai berkembang secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Seharusnya makin banyak yang menggunakan Bank Syariah. Kita tahu bahwa, sebagian besar penduduk Indonesia memeluk agama Islam dimana jumlah penduduk Islam mencapai 207.176.162 jiwa dengan presentase (87,18%). Ini menjadi kesempatan pada Bank Syariah untuk berkembang dengan baik. Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia dapat dilihat dari semakin beragamnya produk-produk Perbankan

Syariah yang mampu membuat konsumen tertarik untuk memakai jasa Perbankan Syariah seperti pada produk penghimpunan dana yang akan diturunkan lagi menjadi produk tabungan, giro dan deposito. Kita tahu bahwa awalnya Perbankan Syariah hanya dikenal oleh sebagian kecil masyarakat akan tetapi dengan terus berkembangnya Perbankan Syariah sekarang sudah banyak masyarakat dipelosok desa yang sudah mengenal Perbankan Syariah.

Di awal kemunculan Perbankan Syariah masih sering mendapat tudingan yang menyamakan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional, hanya dibedakan oleh istilah bagi hasil saja. Hal ini disebabkan karena kurangnya pemahaman masyarakat tentang keunggulan-keunggulan produk Bank Syariah. Padahal produk Bank Syariah menjadi produk yang berlandaskan Islam, karena setiap produk telah disetujui oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) dan Dewan Pengawas Syariah (DPS).

Minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dengan kata lain ada suatu usaha (untuk mendekati, mengetahui, menguasai dan berhubungan) dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya tarik dari objek. Perbankan Syariah dituntut agar dapat lebih meningkatkan sosialisasinya juga diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Karena pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam setiap kegiatan yang berhubungan langsung dengan kebutuhan konsumen. Agar pemasaran sesuai sasaran maka pemasar harus memperhatikan perilaku konsumen. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain: faktor kebudayaan, kelas sosial, keluarga, status, kelompok atau komunitas, usia, pekerjaan, gaya hidup dan lain-lain. Selain faktor tersebut perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh persepsi yang konsumen miliki.

Persepsi merupakan gambaran tentang suatu objek yang menjadi fokus permasalahan yang sedang dihadapi. Persepsi atau pandangan seseorang terhadap sesuatu dihasilkan dari informasi yang mereka dapatkan, hasil informasi tersebut dipahami selanjutnya konsumen akan menarik kesimpulan sehingga menciptakan sebuah penilaian terhadap sesuatu. Sampai saat ini masih banyak persepsi yang berbeda yang dikemukakan oleh masyarakat dan akademisi terhadap Bank Syariah. Sehingga hal ini menjadi tantangan pihak perbankan untuk menyamakan persepsi masyarakat sehingga menimbulkan kesamaan persepsi yang positif terhadap keberadaan Perbankan Syariah.

Dalam kehidupan sehari-hari perilaku konsumen berbeda-beda dalam Islam perilaku konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah SWT. Islam telah mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan tidak menyimpang

dari ajaran agama Islam. Sehingga setiap manusia harus mampu memutuskan pilihan yang akan diambil tersebut sesuai dengan kebutuhannya dan keinginannya dan tentunya tidak menyimpang dari ketentuan agama. Selain faktor-faktor yang berpengaruh dalam membentuk perilaku konsumen yang telah disebutkan tadi, *religiusitas* juga merupakan faktor pembentuk perilaku konsumen. Dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dengan Allah SWT, konsumen muslim lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya kehidupan selamat baik di dunia maupun diakhirat.

*Religiusitas* adalah sikap hidup seseorang berdasarkan pada nilai-nilai yang diyakini. *Religiusitas* seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi dengan kegiatan yang tampak dan terjadi pada diri seseorang. Berdasarkan sikap ini maka manusia melakukan suatu aktivitas sesuai dengan ketentuan agama, sesuai dengan perintah Tuhannya dengan tujuan mendapat keridhaan-Nya. Selain itu peneliti juga menggunakan Pengetahuan sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini. Pengetahuan merupakan informasi yang telah diinterpretasikan oleh seseorang dengan menggunakan sejarah, pengalaman, dan skema interpretasi yang dimilikinya.

Adapun yang menjadi objek penelitian ini yaitu masyarakat kabupaten Bima yang dipilih oleh peneliti menjadi objek penelitian. Berdasarkan uraian diatas peneliti memfokuskan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Persepsi, *Religiusitas* Terhadap Minat Masyarakat Kabupaten Bima Menjadi Nasabah Di Bank Syariah Dengan Pengetahuan Sebagai Variabel Moderasi”.

## **2. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **a. Minat Menjadi Nasabah**

Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Jadi harus ada sesuatu yang ditimbulkan, baik dalam dirinya maupun diluar untuk menyukai sesuatu. Secara sederhana minat dapat diartikan sebagai kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang. Minat merupakan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.

Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa minat merupakan motivasi yang mendorong orang untuk melakukan apa yang mereka inginkan bila mereka bebas memilih dan setiap minat akan memuaskan suatu kebutuhan. Seperti halnya minat seseorang menjadi

nasabah pada perbankan syariah. Crow dan Crow berpendapat ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu: *Pertama*, dorongan dalam diri individu, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. *Kedua*, motif sosial, dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu. *Ketiga*, Faktor emosional, minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosional.

### **b. Persepsi**

Persepsi merupakan gambaran tentang suatu objek yang menjadi fokus permasalahan yang sedang dihadapi. Persepsi atau pandangan seseorang terhadap sesuatu dihasilkan dari informasi yang mereka dapatkan, hasil informasi tersebut dipahami selanjutnya konsumen akan menarik kesimpulan sehingga menciptakan sebuah penilaian terhadap sesuatu.

Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan sebuah proses dimana individu dapat menafsirkan stimulus yang ada di dalam otak, sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur dan menafsirkan stimulus ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia. Adapun unsur-unsur persepsi sebagai berikut: *Pertama*, pengamatan adalah suatu fungsi pengenalan dimana seseorang menghayati objek yang nyata dengan jalan kontak langsung terhadap sistem. *Kedua*, pandangan merupakan suatu proses dimana menghimpun dari setiap pendapat dan pemikiran mengenai objek melalui informasi dan komunikasi. *Ketiga*, Pendapat adalah suatu proses dimana seseorang melakukan kontak secara teratur dan sistematis dengan memberikan penilaian terhadap objek.

### **c. Religiusitas**

Religiusitas merupakan sikap hidup seseorang berdasarkan pada nilai-nilai yang diyakini. Religiusitas seseorang diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupannya. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi dengan kegiatan yang tampak dan terjadi pada diri seseorang. Berdasarkan sikap ini maka manusia melakukan suatu aktivitas sesuai dengan ketentuan agama, sesuai dengan perintah Tuhannya dengan tujuan mendapat keridhaan-Nya. Ada lima macam dimensi religiusitas baik (dimensi keyakinan, dimensi praktik agama, dimensi pengalaman, dimensi pengetahuan agama dan dimensi konsekuensi).

### **d. Pengetahuan**

Berbicara pengetahuan maka berbicara terkait informasi yang telah diinterpretasikan oleh seseorang dengan menggunakan sejarah, pengalaman, dan skema interpretasi yang

dimilikinya. Pengetahuan menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah segala sesuatu yang diketahui, kepandaian. Dalam perspektif yang beragam, pengetahuan dapat dilihat dari berbagai perspektif : 1) sebuah kondisi pikiran; 2) sebuah objek; 3) sebuah proses; 4) sebuah kondisi dalam mendapatkan pengetahuan; atau 5) sebuah kemampuan.

Dari penjelasan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Persepsi berpengaruh positif terhadap Minat Menjadi Nasabah

H<sub>2</sub> : *Religiusitas* berpengaruh positif terhadap Minat Menjadi Nasabah

H<sub>3</sub> : Variabel Pengetahuan dapat memoderasi Persepsi terhadap Minat Menjadi Nasabah

H<sub>4</sub> : Variabel Pengetahuan dapat memoderasi *Religiusitas* terhadap Minat Menjadi Nasabah

### 3. METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif. Peneliti melakukan penelitian lapangan untuk mendapatkan informasi dan data penelitian. Populasi penelitian ialah masyarakat kabupaten Bima berjumlah 514.105 jiwa. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel secara kebetulan, yaitu setiap orang yang bertemu atau dapat informasi atas suatu penelitian dan dapat digunakan sebagai sampel, jika orang yang ditemui cocok dengan sumber informasinya. Adapun rumus dalam penentuan besar sampel menggunakan rumus *slovin*:

$$n = \frac{N}{(1+Ne^2)}$$

Dimana:

$n$  : Jumlah sampel

$N$  : Jumlah populasi

$e$  : Error level (tingkat kesalahan 10%)

Maka perhitungannya:

$$n = \frac{514.105}{(1+514.105 \times 0,1^2)} \quad n = \frac{514.105}{(1+514.105 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{514.105}{(1+5.141,05)} \quad n = \frac{514.105}{(5.142,05)}$$

$$n = 99,98 \text{ (100 Orang)}$$

Dari hasil tersebut diperoleh sampel sebanyak 100 responden, yang merupakan masyarakat kabupaten Bima. Adapun kriteria pengambilan sampel: 1. Masyarakat kabupaten Bima yang ingin menjadi nasabah ataupun yang sudah menjadi nasabah bank syariah. 2.

Masyarakat kabupaten Bima yang sudah mengenal bank syariah. instrument penelitian ini menggunakan skala likert :

**Tabel 2. Skala Likert**

Penilaian	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Adapun metode analisis data yang digunakan adalah dengan bantuan aplikasi Stata versi 16 sebagai alat hitung. Analisis data yang digunakan yaitu uji statistik deskriptif, uji instrumen data (uji validitas, uji realibilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas dan uji heterokedastisitas). Kemudian uji hipotesis dan melihat hasil moderasi dengan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA).

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### a. Analisis Deskriptif

**Tabel 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif**

Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
Y	100	24.04	3.86102	12	30
X1	100	19.53	2.830052	12	25
X2	100	23.81	3.332409	17	30
Z	100	23.31	3.4398	16	30

Sumber: Data primer diolah, 2021

Dijelaskan bahwa dengan 100 pengamatan, nilai mean Y sebesar 24,04, nilai minimum 12, dan nilai maximum 30. Variabel X<sub>1</sub> nilai mean sebesar 19,53, nilai minimum 12, dan nilai maximum 25. Variabel X<sub>2</sub> nilai mean sebesar 23,81, nilai minimum 17, dan nilai maximum 30. Variabel moderasi Z nilai mean sebesar 23,31, nilai minimum 16, dan nilai maximum 30.

##### b. Hasil Uji Instrumen Penelitian

##### Hasil Uji Validitas

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas**

Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0.7879		Valid
X1.2	0.7598		Valid
X1.3	0.7835		Valid
X1.4	0.7660		Valid

X1.5	0.7598	Jika $r$ hitung $>$ 1.654, artinya item tersebut dinyatakan valid.	Valid
X2.1	0.7703		Valid
X2.2	0.7616		Valid
X2.3	0.7750		Valid
X2.4	0.7859		Valid
X2.5	0.7645		Valid
X2.6	0.7616		Valid
Z.1	0.7631		Valid
Z.2	0.7745		Valid
Z.3	0.7742		Valid
Z.4	0.7662		Valid
Z.5	0.7813		Valid
Z.6	0.7631		Valid
Y.1	0.7773		Valid
Y.2	0.7785		Valid
Y.3	0.7593		Valid
Y.4	0.7773		Valid
Y.5	0.7593		Valid
Y.6	0.8950	Valid	

Sumber : Data primer diolah, 2021

Diketahui hasil uji validitas di atas dapat dijelaskan bahwa nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  berdasarkan uji signifikan 0.05 artinya item-item indikator tersebut dinyatakan valid.

### Hasil Uji Realibilitas

**Tabel 5. Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	Cronbach's Alpa	Ket
Persepsi ( $X_1$ )	0.8069	Reliabel
Religiusitas ( $X_2$ )	0.8017	Reliabel
Pengetahuan (Z)	0.8022	Reliabel
Minat Nasabah (Y)	0.8009	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2021

Diketahui hasil uji realibilitas di atas dapat dijelaskan bahwa seluruh nilai Cronbach's Alpa  $>$  0.80 artinya variabel tersebut dinyatakan Reliabel.

### c. Uji Asumsi Klasik

#### Hasil Uji Normalitas

**Tabel 6. Hasil Uji Normalitas**

Variable	Obs	Pr(Skewness)	Pr(Kurtosis)	Adj. Chi(2)	Prob>Chi2
Y	100	0.1112	0.8066	2.67	0.2637
X1	100	0.6310	0.8515	0.27	0.8756
X2	100	0.8841	0.3935	0.76	0.6828

Sumber: Data primer diolah, 2021

Diketahui hasil uji menunjukkan semua nilai prob>chi2 lebih besar dari 0,05 (prob > 0,05) dapat dikatakan data terdistribusi normal, maka hasil uji selanjutnya dapat dilakukan.



## Hasil Uji Heterokedastisitas

**Tabel 7. Hasil Uji Heterokrdastisitas**

Bruesch Pagan/Cook-Weisberg test	Prob.
Chi-square (1)	5.30
Prob>Chi <sup>2</sup>	0.0213

Sumber: Data primer diolah, 2021

Diketahui *bruesch pagan/cook-weisberg* memiliki nilai prob chi<sup>2</sup> > 0,5553 > dari 0,05 (Prob>Chi<sup>2</sup>>0,05), jadi dapat dikatakan tidak terdapat masalah heterokedastisitas.

## Uji Regresi Berganda

**Tabel 8. Hasil Uji Regresi Berganda**

Source	SS	Df	MS	Number of obs = 100
Model	757.593289	5	151.518658	F( 5, 94) = 19.83
Residual	718.246711	94	7.164092245	Prob > F = 0.0000
Total	1475.84	99	14.9074747	R-Squared = 0.5133
				Adj R-Squared = 0.4874
				Root MSE = 2.7642
Y	Coef.	Std. Err	t	P>  t
X1	-1.244026	1.025225	-1.21	0.228
X2	1.007384	.9204196	1.09	0.277
Z	.4518868	.5747006	0.79	0.434
X1Z	.0576464	.0457067	1.26	0.210
X2Z	-.0396835	.0395021	-1.00	0.318
_cons	9.589512	11.78649	0.81	0.418

Sumber: Data primer diolah, 2021

Dimana dari hasil diatas  $Y = 9,589512 - 1,244026 (\text{Persepsi}) + 1,007384 (\text{Religiusitas}) + 0,0576464 (X1*Z) - 0,0396835 (X2*Z) + 0,4518868 (\text{Pengetahuan})$ .

### d. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Untuk mengetahui hasil uji koefisien determinasi dapat di lihat pada nilai *R-squared* sebesar 0.5133 dari penelitian. Hal ini dapat dikatakan 51% variabel bebas (Pengetahuan dan *Religiusitas*) mampu mempengaruhi variabel terikat (Minat Menjadi Nasabah), sedangkan 49% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### e. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Diketahui nilai F hitung sebesar 19,83 dengan probabilitas 0,0000. Memiliki  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai sebesar 3,09 dengan probabilitas signifikansinya 0,05, maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai

probabilitas  $< 0,05$ . Dapat dikatakan bahwa variabel  $X_1$  dan variabel  $X_2$  secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel  $Y$ .

#### f. Uji Parsial (t)

Berdasarkan tabel 8 hasil uji parsial yaitu:

1. Pada variabel  $X_1$  diperoleh  $t_{hitung}$  -1,36 dengan probabilitas 0,228 dan diketahui  $t_{tabel}$  1.66088 dengan signifikan 0,05, dapat disimpulkan  $t_{hitung}$  -1,36  $<$   $t_{tabel}$  1.66088 serta  $0,228 > 0,05$ , maka  $X_1$  (Persepsi) secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Menjadi Nasabah.
2. Pada variabel  $X_2$  diperoleh  $t_{hitung}$  0,99 dengan probabilitas 0,277 dengan diketahui  $t_{tabel}$  1.66088 dengan signifikan 0,05, dapat disimpulkan  $t_{hitung}$  0,99  $>$   $t_{tabel}$  1.66088 serta  $0,277 < 0,05$ , maka  $X_2$  (*Religiusitas*) secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Menjadi Nasabah.
3. Pada variable Persepsi yang dimoderasi Pengetahuan diperoleh nilai probabilitas sebesar  $0,210 > 0,05$ , dimana nilai probabilitas lebih besar dari signifikan dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan dapat memoderasi Pengetahuan terhadap Minat Menjadi Nasabah.
4. Pada variable *Religiusitas* yang dimoderasi Pengetahuan diperoleh nilai probabilitas sebesar  $0,318 > 0,05$ , dimana nilai probabilitas lebih besar dari signifikan dapat disimpulkan bahwa variabel Pengetahuan dapat memoderasi *Religiusitas* terhadap Minat Menjadi Nasabah.

#### g. Pembahasan

Dari hasil pengujian yang dilakukan pada uji parsial t maka pembahasan sebagai berikut ;

1. Pengaruh Persepsi terhadap Minat Menjadi Nasabah

Dari hasil uji parsial (t) diketahui Persepsi tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah. Hasil tidak sejalan dengan Fitri & Ali (2020) yang menunjukkan Persepsi berpengaruh terhadap niat berperilaku karena belum merasakan manfaat dari sistem informasinya. Maka dapat disimpulkan bahwa persepsi masih dianggap kurang menguatkan untuk bertindak dan berperilaku dalam melakukan sesuatu.

2. Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Menjadi Nasabah

Pada hasil uji parsial (t) menunjukkan variabel Religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah. Hal tersebut tidak sejalan dengan

penelitian Fifi Afyanti, (2019) yang mengatakan jika religiusitas mempunyai pengaruh terhadap minat.

3. Pengaruh Pengetahuan yang memoderasi Persepsi terhadap Minat Menjadi Nasabah Hasil uji parsial (t) menunjukkan Pengetahuan dapat memoderasi Persepsi terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah. Pada penelitian Hakimi et al., (2021) pengetahuan mempunyai peranan penting dalam melakukan sesuatu atas dasar pandang seseorang .
4. Pengaruh Pengetahuan yang memoderasi *Religiusitas* terhadap Minat Menjadi Nasabah Pada hasil uji parsial (t) dapat dilihat Pengetahuan dapat memoderasi *Religiusitas* terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah. Variabel pengetahuan memiliki aspek penting dalam beragama guna mendorong perilaku melakukan sesuatu.

## 5. SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti maka dapat disimpulkan, variabel Persepsi dan *Religiusitas* tidak berpengaruh terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah. Kemudian variabel Pengetahuan dapat memoderasi Persepsi dan *Religiusitas* terhadap Minat Menjadi Nasabah di Bank Syariah. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi lembaga keuangan sebagai sumber referensi dan informasi dalam mengambil keputusan dan meningkatkan pengetahuan masyarakat. Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel terkait dari penelitian ini agar dapat menambah novelty dalam penelitian lanjutan.

## DAFTAR REFERENSI

- Bank Muamalat. (2021). *Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional*. <https://www.bankmuamalat.co.id/artikel/perbedaan-bank-syariah-dan-bank-konvensional>
- BPS. (2021). Penduduk Menurut Wilayah dan Agama yang Dianut. *Badan Pusat Statistik*, 20. <http://sp2010.bps.go.id/index.php/site/>
- BPS Kabupaten Bima. (2021). *Kesejahteraan Penduduk*. <https://bimakota.bps.go.id/>
- Fian. (2020). *Jenis Teknik Sampling dan Penjelasannya*. TambahPinter.Com. <https://tambahpinter.com/teknik-sampling/>
- Hakimi, F., Widiastuti, T., Al-Mustofa, M. U., & ... (2021). Positive Effect Of Attitude, Peer Influence, And Knowledge Zakat On Zakat Compliance Behavior: Update In Covid 19. *Journal of Islamic ...*, 4(2), 1–16
- Handayani, P. (2020). *Analisis Penerapan Triangle Marketing Untuk Bank Pembiayaan Rakyat Syariah*. Prodi Perbankan Syariah IAIN Bengkulu.
- Hernawaty, & Chrisna, H. (2020). *Analisis Pengetahuan Dan Minat Menjadi Nasabah Bank*

- Syariah (*Studi Kasus Kelompok Pengajian Al Wahra Medan*). 11(2), 1–15.
- Jayanti, F., & Arista, N. T. (2019). Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura. *Competence : Journal of Management Studies*, 12(2), 205–223. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v12i2.4958>
- Kahar, I. (2018). The Influence Of Motivation And Learning Interest Of Grade X Students On Upper Service Learning Result In Volleyball At Sman 18 Luwu. *Journal of Physical Therapy Science*, 9(1), 1–11
- Komariyah, F., & Farhan, A. (2020). Pengaruh Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Sidoarjo Dan Surabaya. *Media Mahardhika*, 18(3), 341–344. <https://doi.org/10.29062/mahardika.v18i3.172>
- Mukid, A. (2019). *Perspektif Hukum Islam Terhadap Tradisi malam Satu Syuro di Desa Maramba Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur*. Pascasarjana IAIN Palopo.
- Nofinawati. (2020). Perkembangan Perbankan Syariah Di Indonesia. *JURIS (Jurnal Ilmiah Syariah)*, 14(2), 168. <https://doi.org/10.31958/juris.v14i2.305>
- P., A. A. (2019). Pengembangan Minat Belajar Dalam Pembelajaran. *Idaarah: Jurnal Manajemen Pendidikan*, 3(2), 205. <https://doi.org/10.24252/idaarah.v3i2.10012>
- Puspita, N. (2019). *Apa Saja Dimensi-Dimensi Religiusitas*. <https://www.diction.id/t/apa-saja-dimensi-dimensi-dalam-religiusitas/121201>
- Safi, L., Abbey, B., Goucha, N. B. S., Serhan, O. Al, & Gleason, K. (2020). Knowledge of Islamic banking and bank customer satisfaction in Afghanistan: An exploratory analysis. *International Journal of Business Performance Management*, 21(1–2), 21–38. <https://doi.org/10.1504/IJBPM.2020.106104>
- Sejarah dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia. (2021). Cermati.Com. <https://www.cermati.com/artikel/sejarah-dan-perkembangan-bank-syariah-di-indonesia>
- Sembiring, E. E., & Nena Meo, M. L. (2020). Pengetahuan dan Sikap Berhubungan dengan Resiko Tertular Covid-19 pada Masyarakat Sulawesi Utara. *NERS Jurnal Keperawatan*, 16(2), 75. <https://doi.org/10.25077/njk.16.2.75-82.2020>
- Shiratina, A., & Afiatun, P. (2017). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kain Rajut (Studi Kasus pada CV.Sinar Agung). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, VII(1), 90–108.
- Sonko, M. (2020). Customers' Perceptions on Islamic Banking: A Case Study in the Gambia. *Journal of Islamic Finance*, 9(1), 013–023.
- Sunaryo, Wahyoedi, S., Sudiro, A., & Sudjatno. (2020). The Effect of Religiosity on the Improvement of Customer Loyalty Towards Islamic Banks. *International Journal of Economics and Business Administration*, VIII(Issue 4), 132–151. <https://doi.org/10.35808/ijeba/575>
- Trimulato, T. (2021). Eksistensi Perbankan Syariah Melalui Dominasi Pembiayaan Profit And Loss Sharing. *Jurnal Perbankan Syariah*, 2(1), 29–41.
- Tripuspitorini, F. A. (2019). Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 4(2), 54–69. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Maqasid>