SKRIPSI

PENGARUH CITRA BANK SYARIAH DAN RELIGIUSITAS PADA KEPUTUSAN BERTRANSAKSI DI BANK SYARIAH KOTA PAREPARE

OLEH

NURUL AMALIA
19.2300.061

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE

2026

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PENGARUH CITRA BANK SYARIAH DAN RELIGIUSITAS PADA KEPUTUSAN BERTRANSAKSI DI BANK SYARIAH KOTA PAREPARE



OLEH

NURUL AMALIA
19.2300.061

Skripsi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam (IAIN) Parepare

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE

2026

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Pengaruh Citra Bank Syariah dan Religiusitas pada Keputusan Bertransaksi di Bank Syariah Kota Parepare
Nama Mahasiswa	: Nurul Amalia
NIM	: 19.2300.061
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Dasar Penetapan Pembimbing	: Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor : B-3261/In.39.8/PP.00.9/09/2022

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama	: Arwin, S.E., M.Si.	(.....)
NIP	: 19910203 201903 1 013	

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Andi Bahri S., M.E., M.Fil.I.
NIP 197811012009121003

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi	: Pengaruh Citra Bank Syariah Dan Religiusitas Pada Keputusan Bertransaksi Di Bank Syariah Kota Parepare
Nama Mahasiswa	: Nurul Amalia
NIM	: 19.2300.061
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Dasar Penetapan Pembimbing	: Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor : B-3261/In.39/FEBI.04/PP.00.9/07/2024
Tanggal Ujian	:13 Juli 2026

Disahkan oleh Komisi Penguji

Arwin, S.E., M.Si	(Ketua)	(.....)
Dr. I Nyoman Budiono, S.E.,M.M	(Anggota)	(.....)
Misdar , M.M.	(Anggota)	(.....)

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Andi Bahri S., M.E., M.Fil.I.
NIP 19781101200912100 3

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KATA PENGANTAR

بِسْـــــــــــــمِ اللهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْمِ

الْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِيْنَ وَعَلَى اٰلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِيْنَ أَمَّا بَعْد

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat, petunjuk, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis ini sebagai bagian dari pemenuhan syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare. Shalawat dan salam tak lupa penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, sosok teladan yang menjadi sumber inspirasi, semangat, dan motivasi dalam menjalani kehidupan.

Ucapan terima kasih yang tulus penulis haturkan kepada orang tua tercinta, yang telah melahirkan, membesarkan, dan senantiasa membimbing penulis hingga berada dalam keadaan sehat dan mampu menyelesaikan studi ini. Peran mereka begitu besar dan tak ternilai, hingga kata-kata pun tak mampu menggambarkan betapa dalam rasa terima kasih penulis kepada mereka. Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih kepada saudara-saudari serta seluruh anggota keluarga yang terus memberikan dukungan moral, semangat, dan doa yang tidak pernah putus. Semoga segala kebaikan kalian mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Penulis juga sangat berterima kasih atas segala bimbingan dan arahan yang diberikan oleh Pak Arwin, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing, yang dengan sabar dan penuh perhatian telah membimbing penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Selain itu, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof.Dr. Darmawati S.Ag., M.Pd. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, atas dedikasi dan kepemimpinan beliau dalam mengelola dan memajukan pendidikan di lingkungan kampus IAIN Parepare.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2. Bapak Dr. Andi Bahri S, M.E. M.Fil.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam atas pengabdiannya dalam menciptakan suasana akademik yang mendukung dan kondusif bagi seluruh sivitas akademika, khususnya mahasiswa.
3. Ibu Dr. Hj Ulfah Hidayati, M.M, ,selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, atas bimbingan, motivasi, serta semangat yang telah beliau tanamkan kepada para mahasiswa
4. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada para staf akademik, staf rektorat, serta staf Fakultas Ekoomi Dan Bisnis Islam , yang telah memberikan pelayanan yang ramah, sigap, dan membantu penulis dalam menyelesaikan berbagai proses administratif secara efisien.
5. Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare yang senantiasa melayani dan menyediakan referensi terkait judul penelitian Penulis.
6. Kepada seluruh keluarga, Dan Orang Tua terkhusus yang telah menyemangati dan senantiasa memberikan semangat lahir dan batin kepada Penulis selama menyelesaikan tugas akhir melalui nasehat-nasehatnya.
7. Kepada sepupu penulis Nadia Arisandi Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya yang senantiasa memberikan dukungan semangat dan perhatian selama proses penyusunan skripsi ini Kehadiran,motivasi,serta kesediaannya untuk mendengarkan keluh kesah Penulis telah membantu menjaga Kesehatan mental dan memberikan kekuatan sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Dan kepada sahabat Penulis, Kiki Noviana yang selalu ada dalam keadaan apapun senantiasa mampu memberikan nasehat-nasehatnya, memberikan dukungannya selama Penulis menyelesaikan tugas akhir.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Akhirnya, semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat, khususnya bagi penulis dan pembaca pada umunya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memerlukan penyempurnaan, oleh karena itu penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 17 Juni 2026 M
01 Muharram 1448 H

Penulis,

Nurul Amalia
NIM.19.2300.061

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Nurul Amalia
NIM	: 19.2300.061
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi Dan Bisnis Islam
Judul Skripsi	: Pengaruh citra bank Syariah dan religiusitas pada keputusan bertransaksi di bank syariah kota Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 17 Juni 2026

Penyusun,

Nurul Amalia

NIM.19.2300.061

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

ABSTRAK

Nurul Amalia, *Pengaruh Citra Bank Syariah Dan Religiusitas Pada Keputusan Bertransaksi Di Bank Sytariah Kota Parepare*,(di bimbing Oleh Arwin)

Pertumbuhan perbankan syariah di Kota Parepare belum sepenuhnya berbanding lurus dengan tingginya populasi Muslim, sehingga faktor pendorong keputusan nasabah perlu dikaji secara mendalam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra bank syariah dan religiusitas terhadap keputusan bertransaksi pada bank syariah di Kota Parepare.

Metode yang digunakan yaitu Melalui pendekatan kuantitatif dengan metode survei, penarikan sampel menggunakan rumus Lemeshow menetapkan 100 responden nasabah yang diukur lewat kuesioner berskala Likert. Data kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa citra bank syariah secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan bertransaksi (t-hitung 4,798; sig. 0,000). Kondisi serupa juga ditunjukkan oleh variabel religiusitas yang secara parsial memberikan pengaruh positif dan signifikan (t-hitung 2,738; sig. 0,007). Lebih lanjut, pengujian secara simultan mengonfirmasi bahwa citra bank syariah dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan bertransaksi nasabah (F-hitung 53,063; sig. 0,000), di mana kedua variabel tersebut memberikan kontribusi determinasi sebesar 52,2%. Kesimpulannya, sinergi antara reputasi perbankan yang amanah serta dorongan nilai-nilai spiritual dari dalam diri nasabah terbukti menjadi instrumen penentu dalam pengambilan keputusan bertransaksi.

Kata Kunci: Citra Bank Syariah; Keputusan Bertransaksi; Religiusitas.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING ii
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI iii
KATA PENGANTAR iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI vii
ABSTRAK viii
DAFTAR ISI ix
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 8
A. Tinjauan Penelitian Relavan 8
B. Tinjauan Teori 13
1. Theory of Planned Behaviour 13
2. Religiusitas 21
3. Citra Bank Syariah 30
4. Keputusan Bertransaksi 37
C. Kerangka Pikir 44
D. Hipotesisi 45
BAB III METODE PENELITIAN 47
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian 47
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 48
C. Populasi Dan Sampel 48
D. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data 51

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

E. Tekhnik Pengolahan Data 52
F. Defenisi operasional variabel 52
G. Instrumen Penelitian 55
H. Teknik Analisis Data 56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 63
A. Hasil Penelitian 63
B. Pembahasan Hasil Penelitian 77
BAB V PENUTUP 90
A. Simpulan 90
B. Saran 91
DAFTAR PUSTAKA I
LAMPIRAN III
BIODATA PENULIS XX

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per Desember 2024, jumlah Bank Umum Syariah (BUS) tercatat sebanyak 13 bank, Unit Usaha Syariah (UUS) sebanyak 20 unit, dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) sebanyak 166 unit, dengan total aset industri perbankan syariah mencapai Rp 614,73 triliun atau tumbuh sekitar 9,97% secara tahunan (year-on-year), sementara jumlah rekening nasabah telah menembus lebih dari 66 juta yang mencerminkan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap layanan keuangan berbasis syariah.[1] Peningkatan tersebut juga ditandai dengan bertambahnya variasi produk dan layanan yang ditawarkan oleh perbankan syariah. Kehadiran bank syariah menjadi alternatif bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Keberadaan bank syariah diharapkan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat yang tidak hanya mempertimbangkan aspek ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek keagamaan dalam setiap aktivitas keuangannya.

Bank syariah tidak hanya menawarkan layanan keuangan yang berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam kegiatan operasionalnya, seperti prinsip keadilan, transparansi, kerja sama, serta larangan

[1] Hasanah, D. S., Rivai, A. A., & Amri, A. (2025). Dampak Pertumbuhan Bank Umum Syariah terhadap Strategi Unit Usaha Syariah (UUS) di Indonesia: Tinjauan Perspektif Kesadaran Masyarakat dan Kebijakan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). *Glossary: Jurnal Ekonomi Syariah, 3*(1), 1-15.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

terhadap praktik riba, gharar (ketidakjelasan), dan maysir (spekulasi atau perjudian).[2] Sistem yang digunakan dalam bank syariah lebih menekankan pada mekanisme bagi hasil dan transaksi yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Hal tersebut menjadikan bank syariah memiliki karakteristik yang berbeda dengan bank konvensional yang umumnya menggunakan sistem bunga dalam kegiatan operasionalnya.

Selain itu, perkembangan bank syariah juga dipengaruhi oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap sistem keuangan yang tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga memberikan ketenangan batin karena sesuai dengan nilai-nilai agama. Kondisi ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai memiliki kesadaran untuk memilih layanan keuangan yang tidak hanya mempertimbangkan keuntungan finansial, tetapi juga mempertimbangkan nilai-nilai spiritual dan etika dalam aktivitas ekonomi. Dengan semakin meningkatnya persaingan antar lembaga keuangan, bank syariah dituntut untuk terus meningkatkan kualitas layanan, memperkuat citra perusahaan, dan memahami faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan perbankan Syariah

Meningkatnya perkembangan bank syariah menyebabkan persaingan antar lembaga keuangan juga semakin ketat. Dalam kondisi tersebut, bank syariah dituntut untuk mampu menarik dan mempertahankan nasabah melalui berbagai strategi yang dapat memengaruhi keputusan masyarakat dalam bertransaksi[3]. Salah satu faktor

[2] Maulida, L., Aprilida, R., Halimatusadiyah, H., Mukhsi, F. A., Joni, J., & Fauziyah, R. (2025). Prinsip-Prinsip Syariah Dalam Operasional Lembaga Keuangan Syariah. *Maslahah: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Syariah*, *3*(4), 386-399.

[3] Arwin Arwin and others, 'Increasing The Knowledge Of Tasiwalie Village Communities About Sharia Banks In Indonesia Through Sharia Banking Socialization', *AL-MULK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1.1 (2023), 13–23 <https://journal.iain-ternate.ac.id/index.php/AM-JPM/article/download/970/712>.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

yang dapat memengaruhi keputusan nasabah adalah citra bank syariah.[4] Citra bank merupakan gambaran, persepsi, dan penilaian masyarakat terhadap suatu bank yang terbentuk dari pengalaman, informasi, kualitas pelayanan, maupun reputasi yang dimiliki oleh bank tersebut. Citra yang baik akan menimbulkan kepercayaan serta keyakinan nasabah untuk menggunakan produk dan layanan yang ditawarkan.

Selain citra bank syariah, faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan transaksi pada bank syariah adalah religiusitas. Religiusitas merupakan tingkat keyakinan, pemahaman, penghayatan, serta pengamalan seseorang terhadap ajaran agama yang dianutnya dalam kehidupan sehari-hari[5]. Religiusitas tidak hanya berkaitan dengan pelaksanaan ibadah, tetapi juga mencakup bagaimana nilai-nilai agama diterapkan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas sosial dan ekonomi.[6] Tingkat religiusitas seseorang dapat menjadi faktor penting dalam memengaruhi perilaku dan pengambilan keputusan, termasuk keputusan dalam memilih layanan keuangan.

Pada masyarakat Muslim, religiusitas sering kali menjadi salah satu pertimbangan utama dalam menentukan pilihan penggunaan jasa keuangan. Individu yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih memperhatikan kesesuaian aktivitas ekonomi yang dijalankan dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Mereka akan lebih berhati-hati dalam memilih produk atau layanan yang digunakan, terutama yang berkaitan dengan transaksi keuangan, karena adanya keinginan untuk

[4] Wirapradnyana, GA (2013). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen untuk Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi* , *1* (1).

[5] Raisya Zahra Hussaina and others, 'The Moderating Effect of Religiosity on the Influence of Bridal Money and Living Expenses on Men's Marriages in the City of Parepare', *Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 11.1 (2026), 17–33.

[6] Saputri, Nur Alda. *Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Indonesia (BSI) Kc Parepare Daripada Konvensional*. Diss. IAIN Parepare, 2025.h 18

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

menghindari unsur-unsur yang dilarang dalam Islam seperti riba, *gharar* (ketidakjelasan), *dan maysir* (perjudian atau spekulasi). Dengan demikian, semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, maka kemungkinan individu tersebut untuk memilih menggunakan layanan bank syariah juga semakin besar karena dianggap lebih sesuai dengan nilai-nilai dan ajaran agama yang dianutnya.

Namun demikian, dalam praktiknya keputusan seseorang untuk menggunakan layanan bank syariah tidak hanya dipengaruhi oleh faktor religiusitas semata. Terdapat berbagai faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan tersebut, seperti kualitas pelayanan, kemudahan akses, promosi, serta persepsi masyarakat terhadap citra bank syariah itu sendiri. Oleh karena itu, religiusitas perlu dikaji lebih lanjut untuk mengetahui sejauh mana pengaruhnya terhadap keputusan masyarakat dalam bertransaksi di bank syariah. Kota Parepare sebagai salah satu kota di Sulawesi Selatan memiliki mayoritas penduduk yang beragama Islam sehingga memiliki potensi yang cukup besar terhadap perkembangan perbankan syariah. Sebagai kota yang mengalami perkembangan dalam sektor ekonomi dan jasa, kebutuhan masyarakat terhadap layanan perbankan juga terus meningkat.

Kondisi tersebut menjadi peluang bagi bank syariah untuk memperluas pangsa pasar dan menarik minat masyarakat agar menggunakan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Akan tetapi, meskipun masyarakat Kota Parepare didominasi oleh penduduk beragama Islam, pada kenyataannya masih terdapat sebagian masyarakat yang memilih menggunakan bank konvensional dibandingkan bank syariah dalam aktivitas keuangannya. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa tingginya jumlah penduduk Muslim tidak selalu berbanding lurus dengan tingkat penggunaan layanan perbankan syariah. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat faktor-faktor tertentu

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam menentukan pilihan transaksi keuangan.

Keputusan nasabah dalam menggunakan layanan bank syariah diduga dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya citra bank syariah yang terbentuk di masyarakat serta tingkat religiusitas yang dimiliki masing-masing individu.[7] Citra bank syariah yang positif dapat meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat untuk menggunakan layanan yang ditawarkan[8]. Di sisi lain, tingkat religiusitas seseorang juga dapat menjadi dorongan dalam memilih lembaga keuangan yang dianggap sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.[9] Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh citra bank syariah dan religiusitas terhadap keputusan bertransaksi pada bank syariah di Kota Parepare.

Keputusan nasabah dalam menggunakan layanan bank syariah diduga dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya citra bank syariah yang terbentuk di masyarakat serta tingkat religiusitas yang dimiliki masing-masing individu. Citra bank syariah yang positif dapat meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat untuk menggunakan layanan yang ditawarkan. Di sisi lain, tingkat religiusitas seseorang juga dapat menjadi dorongan dalam memilih lembaga keuangan yang dianggap sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh citra bank syariah dan religiusitas terhadap keputusan bertransaksi pada bank syariah di Kota Parepare.

[7] Ananto, Yayan. *Pengaruh Persepsi, Religiusitas, dan Sosialisasi Produk terhadap Minat Menabung Nasabah pada Bank Syariah di Kota Parepare*. Diss. IAIN Parepare, 2022.h 23

[8] Arwin Arwin, Dewianti Ulandari, and Muzdalifah Muhammadun, 'Exploration of Employee Knowledge about Financing Products: A Study at Bank Muamalat KC Parepare', *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 10.2 (2025), 483–506.

[9] Saputri, Nur Alda. *Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Indonesia (BSI) Kc Parepare Daripada Konvensional*. Diss. IAIN Parepare, 2025. H 12

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

B. Rumusan Masalah

1. Apakah citra bank syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam bertransaksi pada bank syariah di Kota Parepare?
2. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam bertransaksi pada bank syariah di Kota Parepare?
3. Apakah citra bank syariah dan religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam bertransaksi pada bank syariah di Kota Parepare?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh citra bank syariah terhadap keputusan nasabah dalam bertransaksi pada bank syariah di Kota Parepare.
2. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam bertransaksi pada bank syariah di Kota Parepare
3. Untuk mengetahui pengaruh citra bank syariah dan religiusitas secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam bertransaksi pada bank syariah di Kota Parepare.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi setiap pembaca, khususnya yang berkaitan dengan citra bank syariah, religiusitas, dan keputusan nasabah dalam bertransaksi pada bank syariah.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

b. Penelitian ini diharapkan mampu mengembangkan khazanah ilmu pengetahuan serta memperkaya kajian teori ekonomi Islam, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan perbankan syariah.

c. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi, referensi, dan rujukan untuk penelitian yang berkaitan dengan topik serupa, baik sebagai pelengkap maupun pengembangan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu dan pengetahuan yang dimiliki mengenai pengaruh citra bank syariah dan religiusitas terhadap keputusan bertransaksi pada bank syariah, serta mengetahui kesesuaian antara teori yang dipelajari dengan kondisi yang ada di lapangan.

b. Bagi pihak perbankan syariah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan terkait faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam bertransaksi, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas pelayanan, memperkuat citra bank, dan menyusun strategi yang lebih efektif.

c. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk dikembangkan lebih lanjut dan menjadi bahan rujukan, khususnya bagi peneliti yang mengangkat topik yang sama atau berkaitan dengan perbankan syariah.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relavan

Pada bagian ini akan di jelaskan hasil-hasil penelitian terdahulu yang bisa dijadikan acuan dalam topik penelitian ini, penelitian terdahuluh telah dipilih sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini, sehingga diharapkan mampu menjelaskan, mampu memberikan referensi bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini. Berikut dijelaskan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipilih.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Nama, Tahun dan Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
1. Susena, Karona Cahya, Tito Irwanto, and Erlin Priandi. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan	Hasil penelitian yang dilakukan oleh Tito Irwanto menunjukkan bahwa keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan Griya iB Hasanah di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Bengkulu dipengaruhi oleh beberapa faktor yang menjadi pertimbangan nasabah sebelum menggunakan produk pembiayaan tersebut. Faktor-faktor tersebut meliputi pelayanan yang diberikan oleh pihak bank, kegiatan promosi yang dilakukan, karakteristik produk yang	Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Tito Irwanto dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada variabel penelitian, objek penelitian, lokasi penelitian, serta fokus kajian yang digunakan. Penelitian Tito Irwanto menitikberatkan pada faktor-faktor yang memengaruhi keputusan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Nama, Tahun dan Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
Griya Ib Hasanah Di PT. Bank Bni Syariah Kantor Cabang Bengkulu." (2019).	ditawarkan, serta tingkat kepercayaan nasabah terhadap lembaga perbankan syariah. Pelayanan yang baik mampu menciptakan kenyamanan dan kepuasan bagi nasabah sehingga dapat meningkatkan minat dalam menggunakan produk pembiayaan. Selain itu, promosi yang dilakukan secara efektif juga dapat memberikan informasi dan meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai manfaat produk yang ditawarkan. Produk pembiayaan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah serta tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap bank syariah juga menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan. Dengan demikian, hasil penelitian tersebut	nasabah dalam memilih produk pembiayaan Griya iB Hasanah di PT. BNI Syariah Kantor Cabang Bengkulu. Variabel yang digunakan lebih berfokus pada faktor pelayanan, promosi, produk, dan kepercayaan nasabah dalam memilih pembiayaan. Sementara itu, penelitian yang akan dilakukan memiliki fokus pada pengaruh citra bank syariah dan religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam bertransaksi pada bank syariah di Kota Parepare. Penelitian ini lebih menekankan pada

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Nama, Tahun dan Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
	menunjukkan bahwa keputusan nasabah dalam memilih suatu produk perbankan dipengaruhi oleh kombinasi beberapa faktor yang saling berkaitan.[10]	bagaimana persepsi masyarakat terhadap citra bank syariah serta tingkat religiusitas individu dapat memengaruhi keputusan dalam melakukan transaksi pada bank syariah. Selain itu, lokasi penelitian yang digunakan juga berbeda sehingga memungkinkan adanya perbedaan karakteristik responden, kondisi sosial masyarakat, dan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku nasabah dalam mengambil keputusan.
2. Dewi, Sri Ananda. *Pers*	Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sri Ananda Dewi menunjukkan	Perbedaan antara penelitian yang dilakukan

[10] Susena, Karona Cahya, Tito Irwanto, and Erlin Priandi. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Griya Ib Hasanah Di PT. Bank Bni Syariah Kantor Cabang Bengkulu." *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 7.2 (2019).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Nama, Tahun dan Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
epsi Nasabah terhadap Eksistensi Bank Muamalat di Kota Parepare. Diss. IAIN PAREPARE, 2023.	bahwa keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan dipengaruhi oleh beberapa faktor yang menjadi pertimbangan utama sebelum menggunakan produk yang ditawarkan oleh bank syariah. Faktor-faktor tersebut meliputi kualitas pelayanan, persepsi nasabah, tingkat kepercayaan, serta kebutuhan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan. Kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor penting karena pelayanan yang baik dapat memberikan rasa nyaman, kepuasan, dan keyakinan kepada nasabah dalam menggunakan produk perbankan syariah. Pelayanan yang cepat, responsif, serta kemampuan pegawai dalam memberikan informasi yang jelas dapat meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan layanan	oleh Sri Ananda Dewi dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada fokus penelitian, variabel penelitian, objek penelitian, serta ruang lingkup penelitian yang digunakan. Penelitian Sri Ananda Dewi lebih menitikberatkan pada faktor-faktor umum yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan pada bank syariah. Variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut lebih berfokus pada kualitas pelayanan, persepsi nasabah, kepercayaan, dan kebutuhan masyarakat terhadap

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Nama, Tahun dan Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
	perbankan. Selain itu, persepsi nasabah terhadap bank syariah juga berperan dalam proses pengambilan keputusan. Persepsi yang positif dapat membentuk pandangan baik terhadap produk dan layanan yang disediakan oleh bank syariah sehingga dapat meningkatkan keinginan nasabah untuk menggunakan produk tersebut. Tingkat kepercayaan juga menjadi faktor penting karena semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah, maka semakin tinggi pula kecenderungan masyarakat untuk melakukan transaksi atau menggunakan produk yang ditawarkan. Di samping itu, kebutuhan masyarakat terhadap produk pembiayaan yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan	produk yang ditawarkan. Sementara itu, penelitian yang akan dilakukan memiliki fokus yang lebih spesifik, yaitu mengkaji pengaruh citra bank syariah dan religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam bertransaksi pada bank syariah di Kota Parepare. Variabel citra bank syariah digunakan untuk melihat bagaimana persepsi masyarakat terhadap reputasi dan identitas bank syariah dapat memengaruhi keputusan bertransaksi. Selain itu, variabel religiusitas digunakan untuk mengetahui sejauh

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Nama, Tahun dan Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan
	ekonomi mereka juga memengaruhi keputusan dalam memilih layanan perbankan syariah. Dengan demikian, penelitian tersebut menunjukkan bahwa keputusan nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, tetapi dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan dalam proses pengambilan keputusan.[11]	mana tingkat keyakinan dan pengamalan nilai-nilai agama dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih layanan perbankan syariah.

B. Tinjauan Teori

1. Theory of Planned Behaviour

Theory of Planned Behaviour (TPB) merupakan salah satu teori perilaku yang paling banyak digunakan dalam penelitian sosial, psikologi, pemasaran, dan perilaku konsumen untuk menjelaskan serta memprediksi tindakan seseorang. Teori ini dikembangkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1985 sebagai pengembangan dari Theory of Reasoned Action (TRA) yang sebelumnya diperkenalkan oleh Ajzen bersama Martin Fishbein.[12] Pengembangan tersebut dilakukan karena *Theory of Reasoned*

[11] Dewi, Sri Ananda. *Persepsi Nasabah terhadap Eksistensi Bank Muamalat di Kota Parepare*. Diss. IAIN PAREPARE, 2023.

[12] Hassan, L. M., Shiu, E., & Parry, S. (2016). Addressing the cross-country applicability of the theory of planned behaviour (TPB): A structured review of multi-country TPB studies. *Journal of Consumer Behaviour*, *15*(1), 72-86.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Action dianggap belum mampu menjelaskan perilaku yang tidak sepenuhnya berada di bawah kendali individu. Oleh karena itu, Ajzen menambahkan komponen *perceived behavioral* control sebagai faktor yang dapat memengaruhi niat dan perilaku seseorang.

Menurut Ajzen (1991), *Theory of Planned Behaviour* menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi secara langsung oleh niat (behavioral intention) untuk melakukan suatu tindakan.[13] Niat merupakan representasi dari tingkat kesiapan seseorang untuk bertindak dan dianggap sebagai faktor yang paling dekat dengan munculnya perilaku aktual. Semakin kuat niat yang dimiliki seseorang, semakin besar kemungkinan perilaku tersebut diwujudkan dalam tindakan nyata.

Ajzen menjelaskan bahwa niat seseorang tidak muncul secara spontan, tetapi terbentuk melalui proses pertimbangan rasional yang melibatkan berbagai faktor psikologis dan sosial.[14] Sebelum melakukan suatu tindakan, individu akan mempertimbangkan manfaat yang akan diperoleh, pandangan orang-orang di sekitarnya, serta kemampuan yang dimiliki untuk melaksanakan tindakan tersebut. Oleh karena itu, *Theory of Planned Behaviour* memandang manusia sebagai individu yang secara sadar melakukan evaluasi terhadap berbagai alternatif sebelum mengambil keputusan.

Dalam teori ini, terdapat tiga konstruk utama yang memengaruhi terbentuknya niat seseorang, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived*

[13] Achmat, Z. (2010). Theory of planned behavior, masihkah relevan. *Jurnal Universitas Sumatera Utara*, *23*(2), 1-20.

[14] Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. *Psychology & health*, *26*(9), 1113-1127.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

behavioral control).[15] Ketiga konstruk tersebut saling berinteraksi dalam membentuk niat yang kemudian memengaruhi perilaku aktual seseorang.

Dalam konteks penelitian mengenai keputusan bertransaksi pada bank syariah, *Theory of Planned Behaviour* relevan digunakan karena mampu menjelaskan bagaimana nasabah membentuk keputusan sebelum menggunakan layanan bank syariah. Keputusan tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh sikap individu terhadap bank syariah, pengaruh sosial dari lingkungan sekitar, serta keyakinan mengenai kemudahan dalam menggunakan layanan perbankan syariah.

a. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Theory of Planned Behaviour*

Menurut Ajzen (1991), terbentuknya niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan.[16] Ketiga faktor tersebut merupakan determinan utama yang menentukan kuat atau lemahnya niat seseorang sebelum suatu perilaku diwujudkan dalam tindakan nyata.

1. Sikap terhadap Perilaku (*Attitude Toward Behavior)*

Sikap terhadap perilaku merupakan penilaian individu terhadap suatu tindakan yang akan dilakukan. Sikap menggambarkan bagaimana seseorang mengevaluasi suatu perilaku berdasarkan manfaat, keuntungan, maupun konsekuensi yang mungkin ditimbulkan. Menurut Ajzen, sikap terbentuk dari keyakinan individu mengenai hasil yang akan diperoleh apabila perilaku

[15] Sartika, D. (2020). Melihat attitude and behavior manusia lewat analisis teori planned behavioral. *JIGC (Journal of Islamic Guidance and Counseling)*, *4*(1), 51-70.

[16] Sartika, D. (2020). Melihat attitude and behavior manusia lewat analisis teori planned behavioral. *JIGC (Journal of Islamic Guidance and Counseling)*, *4*(1), 51-70.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

tersebut dilakukan.[17] Seseorang yang meyakini bahwa suatu tindakan akan memberikan manfaat bagi dirinya cenderung memiliki sikap positif terhadap tindakan tersebut. Sebaliknya, apabila seseorang memandang bahwa suatu tindakan dapat menimbulkan kerugian atau dampak negatif, maka akan terbentuk sikap negatif yang dapat mengurangi keinginannya untuk melakukan tindakan tersebut. Dengan kata lain, sikap merupakan hasil evaluasi individu terhadap konsekuensi suatu perilaku.

Dalam perilaku konsumen, sikap menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian maupun penggunaan suatu produk dan jasa. Konsumen cenderung memilih produk yang dianggap memberikan manfaat lebih besar dibandingkan risiko yang mungkin timbul.[18] Oleh karena itu, semakin positif sikap seseorang terhadap suatu produk atau layanan, semakin besar kemungkinan individu tersebut untuk menggunakannya.

Dalam konteks penelitian ini, sikap terhadap perilaku dapat dilihat dari bagaimana nasabah memandang layanan bank syariah. Apabila nasabah meyakini bahwa bank syariah menawarkan sistem yang adil, aman, bebas riba, dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, maka akan terbentuk sikap positif terhadap penggunaan layanan bank syariah yang pada akhirnya mendorong keputusan bertransaksi.

2. Norma Subjektif *(Subjective Norm)*

Norma subjektif merupakan persepsi individu mengenai adanya dukungan atau tekanan sosial dari pihak-pihak yang dianggap penting dalam

[17] Mahyarni, M. (2013). Theory of reasoned action dan theory of planned behavior (Sebuah kajian historis tentang perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, *4*(1), 13-23.

[18] Mahyarni, M. (2013). Theory of reasoned action dan theory of planned behavior (Sebuah kajian historis tentang perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, *4*(1), 13-23.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

kehidupannya. Menurut Ajzen, individu tidak selalu bertindak berdasarkan keinginannya sendiri, tetapi sering kali mempertimbangkan pandangan, harapan, dan penilaian orang lain sebelum mengambil suatu keputusan.[19] Pengaruh sosial tersebut dapat berasal dari keluarga, teman, rekan kerja, tokoh agama, maupun kelompok masyarakat tempat seseorang berinteraksi. Individu cenderung mengikuti perilaku yang mendapatkan persetujuan dari lingkungan sosialnya karena adanya kebutuhan untuk diterima dan dihargai oleh kelompok sosial tersebut.

Norma subjektif menjadi semakin kuat apabila individu menganggap bahwa pendapat orang-orang di sekitarnya memiliki nilai penting dalam kehidupannya. Sebaliknya, apabila seseorang tidak terlalu memperhatikan pandangan lingkungan sosial, maka pengaruh norma subjektif terhadap perilakunya akan menjadi lebih kecil.

Dalam penelitian ini, norma subjektif dapat tercermin dari pengaruh keluarga, sahabat, tokoh agama, maupun lingkungan masyarakat yang mendorong penggunaan layanan perbankan syariah. Dukungan dari lingkungan sosial dapat memperkuat keyakinan seseorang untuk memilih dan menggunakan layanan bank syariah dalam aktivitas keuangannya.

3. Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan (Perceived Behavioral Control)

Kontrol perilaku yang dipersepsikan berkaitan dengan persepsi seseorang mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu tindakan. Persepsi tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti

[19] Amanda, K. R., & Restuti, M. M. D. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Penggunaan Sistem Informasi Terkomputerisasi pada UKM (Pendekatan Theory of Planned Behavior). *Jurnal Akuntansi*, *9*(1).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

ketersediaan sumber daya, pengetahuan, pengalaman, waktu, kesempatan, maupun hambatan yang mungkin dihadapi.[20] Seseorang yang merasa memiliki kemampuan dan kesempatan yang cukup akan memiliki tingkat kontrol perilaku yang tinggi. Sebaliknya, apabila individu merasa terdapat banyak hambatan yang menghalangi tindakannya, maka tingkat kontrol perilaku yang dipersepsikan akan rendah sehingga dapat mengurangi niat untuk melakukan perilaku tersebut.

Dalam konteks penelitian ini, kontrol perilaku yang dipersepsikan dapat dilihat dari keyakinan nasabah mengenai kemudahan memperoleh informasi, kemudahan membuka rekening, kemudahan melakukan transaksi, serta kemudahan mengakses berbagai fasilitas yang disediakan oleh bank syariah. Semakin besar persepsi kemudahan yang dirasakan nasabah, maka semakin besar pula kecenderungannya untuk melakukan transaksi pada bank syariah.

b. Indikator *Theory of Planned Behaviour*

Menurut Ajzen (1991), *Theory of Planned Behaviour* memiliki beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kecenderungan seseorang dalam melakukan suatu perilaku.[21] Indikator-indikator tersebut merepresentasikan konstruk utama yang membentuk niat dan perilaku individu.

1. Sikap terhadap Perilaku *(Attitude Toward Behavior)*

Sikap terhadap perilaku merupakan indikator yang menunjukkan bagaimana individu menilai suatu tindakan berdasarkan manfaat, keuntungan, maupun dampak yang akan diperoleh. Indikator ini menggambarkan tingkat

[20] Hidayat, W., & Nugroho, A. A. (2010). Studi empiris theory of planned behavior dan pengaruh kewajiban moral pada perilaku ketidakpatuhan pajak wajib pajak orang pribadi. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, *12*(2), 82-93.

[21] Purwanto, N., Budiyanto, B., & Suhermin, S. (2023). Theory of Planned Behavior.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

penerimaan atau penolakan seseorang terhadap suatu perilaku tertentu. Seseorang yang memiliki sikap positif akan menunjukkan keyakinan bahwa perilaku tersebut bermanfaat dan layak dilakukan. Sebaliknya, individu yang memiliki sikap negatif akan cenderung menghindari perilaku tersebut karena dianggap tidak memberikan manfaat yang diharapkan.

Dalam penelitian ini, indikator sikap terhadap perilaku dapat digunakan untuk melihat bagaimana pandangan nasabah terhadap penggunaan layanan bank syariah, baik dari aspek manfaat ekonomi maupun kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah.

2. Norma Subjektif *(Subjective Norm)*

Norma subjektif merupakan indikator yang menunjukkan sejauh mana seseorang merasakan adanya dukungan atau pengaruh sosial dari lingkungan sekitarnya dalam melakukan suatu tindakan.[22] Indikator ini menggambarkan peran keluarga, teman, tokoh agama, maupun kelompok sosial dalam membentuk keputusan individu. Semakin besar dukungan sosial yang diterima seseorang, maka semakin besar pula kecenderungannya untuk melakukan perilaku tertentu. Oleh karena itu, norma subjektif sering digunakan untuk menjelaskan bagaimana faktor sosial memengaruhi perilaku individu.Dalam penelitian ini, norma subjektif digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh lingkungan sosial mendorong nasabah memilih dan menggunakan layanan bank syariah.

[22] Nenobahan, G. N. S., Mbana, M. A., Enga, I. I. R., & Liu, H. A. (2024). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Pengguna dalam Menggunakan Oracle: Pendekatan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Pengembangan Dan Adopsi Teknologi Informasi*, *1*(2), 22-35.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

3. Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan *(Perceived Behavioral Control)*

Kontrol perilaku yang dipersepsikan merupakan indikator yang menunjukkan keyakinan individu terhadap kemampuan dan kesempatan yang dimilikinya untuk melakukan suatu tindakan. Indikator ini berkaitan dengan persepsi mengenai kemudahan, aksesibilitas, dan ketersediaan sumber daya yang mendukung pelaksanaan suatu perilaku.[23] Semakin tinggi tingkat kontrol perilaku yang dirasakan seseorang, maka semakin besar kemungkinan individu tersebut mewujudkan niatnya dalam bentuk perilaku nyata.

Dalam penelitian ini, indikator kontrol perilaku yang dipersepsikan digunakan untuk melihat sejauh mana nasabah merasa mudah dalam mengakses dan menggunakan berbagai layanan yang tersedia pada bank syariah.

4. Niat Berperilaku *(Behavioral Intention)*

Niat berperilaku merupakan indikator yang menggambarkan tingkat keinginan, kesiapan, dan komitmen seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Dalam *Theory of Planned Behaviour*, niat merupakan prediktor utama yang menentukan munculnya perilaku actual.[24] Niat menunjukkan seberapa besar kemungkinan seseorang akan melakukan suatu tindakan pada masa yang akan datang. Semakin kuat niat yang dimiliki individu, maka semakin besar pula peluang perilaku tersebut diwujudkan dalam tindakan nyata. Dalam penelitian ini, niat berperilaku dapat tercermin dari keinginan nasabah untuk

[23] Nenobahan, G. N. S., Mbana, M. A., Enga, I. I. R., & Liu, H. A. (2024). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Pengguna dalam Menggunakan Oracle: Pendekatan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Pengembangan Dan Adopsi Teknologi Informasi*, *1*(2), 22-35.

[24] Nenobahan, G. N. S., Mbana, M. A., Enga, I. I. R., & Liu, H. A. (2024). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Pengguna dalam Menggunakan Oracle: Pendekatan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Pengembangan Dan Adopsi Teknologi Informasi*, *1*(2), 22-35.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

menggunakan, mempertahankan, dan meningkatkan aktivitas transaksi melalui layanan bank syariah.

Theory of Planned Behaviour digunakan sebagai grand theory dalam penelitian ini karena mampu menjelaskan proses terbentuknya keputusan nasabah dalam melakukan transaksi pada bank syariah. Teori ini menjelaskan bahwa keputusan seseorang tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan melalui proses pembentukan niat yang dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Dalam penelitian ini, citra bank syariah berpotensi membentuk sikap positif nasabah terhadap layanan perbankan syariah. Sementara itu, religiusitas dapat memengaruhi sikap dan norma subjektif individu karena berkaitan dengan keyakinan serta kepatuhan terhadap ajaran Islam dalam aktivitas ekonomi. Kedua variabel tersebut pada akhirnya dapat memengaruhi niat dan keputusan nasabah untuk melakukan transaksi pada bank syariah.

Dengan demikian, *Theory of Planned Behaviour* dianggap relevan sebagai landasan teoritis untuk menjelaskan hubungan antara citra bank syariah dan religiusitas terhadap keputusan bertransaksi pada bank syariah. Teori ini membantu menjelaskan mekanisme bagaimana faktor-faktor psikologis dan sosial memengaruhi perilaku nasabah dalam menentukan pilihan layanan perbankan yang digunakan.

2. Religiusitas

Religiusitas merupakan salah satu konsep yang banyak dikaji dalam ilmu sosial, psikologi, sosiologi, maupun studi keagamaan karena berkaitan dengan hubungan manusia dengan agama yang dianutnya. Secara umum, religiusitas menggambarkan tingkat keyakinan, penghayatan, pemahaman, dan pengamalan seseorang terhadap ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Religiusitas tidak

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

hanya diukur dari intensitas pelaksanaan ibadah formal, tetapi juga mencakup bagaimana nilai-nilai agama memengaruhi cara berpikir, bersikap, dan bertindak seseorang dalam berbagai aspek kehidupan[25].

Menurut Glock dan Stark, religiusitas merupakan tingkat komitmen seseorang terhadap agama yang dianutnya yang tercermin melalui keyakinan, praktik ibadah, pengalaman keagamaan, pengetahuan agama, dan konsekuensi pengamalan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Glock dan Stark memandang bahwa religiusitas bukan sekadar aktivitas ritual, melainkan suatu sistem yang menyeluruh yang memengaruhi perilaku individu dalam kehidupan sosial maupun personal.[26]

Sementara itu, menurut Djamaludin Ancok dan Fuad Nashori Suroso, religiusitas merupakan keberagamaan yang menunjukkan sejauh mana individu memahami, menghayati, dan mengamalkan ajaran agamanya.[27] Seseorang yang memiliki tingkat religiusitas tinggi tidak hanya menjalankan ibadah secara rutin, tetapi juga menjadikan nilai-nilai agama sebagai pedoman dalam mengambil keputusan dan berinteraksi dengan orang lain.

Menurut Jalaluddin, religiusitas adalah suatu keadaan dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.[28] Tingkat religiusitas seseorang tercermin dalam sikap, pola pikir, dan tindakan yang menunjukkan kepatuhan terhadap ajaran agama yang diyakininya.

---

[25] Muh Yusuf Munir and others, 'The Influence Of Self Reward And Self Healing On The Consumption Behavior Of Career Women In Parepare City With Religiosity As A Moderating Variable', *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 7.4 (2025).

[26] Nurrahmi, N., & Rehayati, R. Tradisi Zikir Maulid di Desa Kuntu: Perspektif Religiusitas Menurut Glock dan Stark. *Journal of Humanities Issues*, *2*(2).

[27] Nashori, F., & Mucharam, R. D. A. Religiusitas 1. Pengertian Religiusitas.

[28] Akbar, R., Ismail, F., & Afgani, M. W. (2023). Peran Orang Tua Dalam Mengembangkan Sikap Religiusitas Anak. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *9*(11), 400-411.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Dalam perspektif Islam, religiusitas tidak hanya berkaitan dengan hubungan manusia dengan Allah SWT (hablum minallah), tetapi juga mencakup hubungan manusia dengan sesama manusia (hablum minannas).[29] Oleh karena itu, religiusitas harus tercermin dalam seluruh aktivitas kehidupan, termasuk aktivitas sosial, budaya, politik, dan ekonomi. Islam mengajarkan bahwa setiap aktivitas manusia, termasuk kegiatan ekonomi dan transaksi keuangan, harus dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang berlandaskan keadilan, kejujuran, dan kemaslahatan. Dalam konteks perbankan syariah, religiusitas menjadi faktor yang penting karena dapat memengaruhi perilaku ekonomi seseorang. Individu yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih memperhatikan aspek kehalalan dan kesesuaian suatu produk dengan ajaran Islam. Mereka akan berusaha menghindari praktik-praktik yang mengandung unsur riba, gharar, dan maysir karena dianggap bertentangan dengan prinsip syariah. Oleh sebab itu, religiusitas sering digunakan sebagai variabel yang menjelaskan keputusan seseorang dalam memilih dan menggunakan layanan perbankan syariah.

a. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Religiusitas

Menurut Jalaluddin, tingkat religiusitas seseorang tidak terbentuk secara tiba-tiba, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berasal dari dalam diri individu maupun lingkungan sosial tempat individu berinteraksi.[30] Faktor-faktor tersebut berperan dalam membentuk keyakinan, pemahaman, dan pengamalan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Adapun faktor-faktor yang memengaruhi religiusitas adalah sebagai berikut.

---

[29] Najtama, F. (2017). Religiusitas dan kehidupan sosial keagamaan. *Tasamuh: Jurnal Studi Islam*, *9*(2), 421-450.

[30] Goreta, G., Patampang, C., & Leppang, J. (2021). Religiusitas sebagai bagian dari pendidikan karakter peserta didik. *Research and Development Journal of Education*, *7*(1), 553-557.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

1. Faktor Internal Individu

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri seseorang yang meliputi kesadaran beragama, motivasi spiritual, pengalaman pribadi, kondisi psikologis, dan kebutuhan akan makna hidup. Faktor ini menjadi dasar utama yang mendorong seseorang untuk mendekatkan diri kepada agama dan menjalankan ajaran agama yang diyakininya.Setiap individu memiliki tingkat kesadaran spiritual yang berbeda-beda.[31] Ada individu yang menjadikan agama sebagai pedoman utama dalam menjalani kehidupan, sementara ada pula yang memandang agama hanya sebagai identitas formal. Perbedaan tersebut menyebabkan tingkat religiusitas setiap individu juga berbeda.

Dalam konteks perbankan syariah, kesadaran individu terhadap pentingnya menjalankan prinsip-prinsip Islam dalam aktivitas ekonomi dapat mendorong seseorang untuk memilih layanan keuangan yang sesuai dengan syariat Islam.

2. Lingkungan Keluarga

Keluarga merupakan lingkungan pertama yang berperan dalam membentuk religiusitas seseorang. Melalui keluarga, individu pertama kali mengenal nilai-nilai agama, tata cara ibadah, norma sosial, dan berbagai bentuk perilaku yang sesuai dengan ajaran agama.[32] Orang tua memiliki peran penting sebagai pendidik utama dalam menanamkan nilai-nilai keagamaan. Keteladanan orang tua dalam menjalankan ibadah dan menerapkan ajaran agama dalam

[31] Zuhirsyan, M., & Nurlinda, N. (2018). Pengaruh Religiusitas dan persepsi nasabah terhadap keputusan memilih Bank Syariah. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, *10*(1), 48-62.

[32] Bintari, I. M. A. (2022). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Religiusitas, Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Karir Keuangan Syariah. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, *10*(1), 139-150.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

kehidupan sehari-hari akan memberikan pengaruh yang kuat terhadap pembentukan karakter religius anak.

Semakin baik pendidikan agama yang diberikan dalam keluarga, semakin besar kemungkinan terbentuknya tingkat religiusitas yang tinggi pada individu. Oleh karena itu, keluarga sering dianggap sebagai fondasi utama dalam pembentukan perilaku keagamaan seseorang.

3. Lingkungan Pendidikan

Lingkungan pendidikan merupakan sarana yang berperan dalam meningkatkan pemahaman seseorang terhadap ajaran agama. Melalui pendidikan formal maupun nonformal, individu memperoleh pengetahuan mengenai nilai-nilai agama, etika, dan prinsip-prinsip kehidupan yang sesuai dengan ajaran agama.[33] Pendidikan agama tidak hanya berfungsi sebagai sarana transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai media pembentukan karakter dan moral. Semakin tinggi tingkat pemahaman seseorang terhadap ajaran agama, semakin besar peluang individu tersebut untuk mengimplementasikan nilai-nilai agama dalam kehidupannya.

Dalam konteks penelitian ini, pemahaman mengenai ekonomi Islam dan prinsip-prinsip perbankan syariah yang diperoleh melalui pendidikan dapat memengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan layanan bank syariah.

4. Lingkungan Sosial Masyarakat

Lingkungan sosial merupakan faktor eksternal yang berpengaruh terhadap pembentukan perilaku keagamaan seseorang. Lingkungan sosial

[33] Bintari, I. M. A. (2022). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Religiusitas, Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Karir Keuangan Syariah. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, *10*(1), 139-150.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

meliputi teman sebaya, organisasi kemasyarakatan, tokoh agama, serta budaya yang berkembang dalam masyarakat.[34]

Interaksi yang berlangsung secara terus-menerus dalam lingkungan sosial dapat membentuk pola pikir dan perilaku individu. Seseorang yang hidup dalam lingkungan yang menjunjung tinggi nilai-nilai agama cenderung memiliki tingkat religiusitas yang lebih tinggi dibandingkan individu yang berada dalam lingkungan yang kurang religius.

5. Pengalaman Keagamaan

Pengalaman keagamaan merupakan pengalaman spiritual yang dialami seseorang dalam hubungannya dengan Tuhan dan ajaran agama yang dianutnya. Pengalaman tersebut dapat berupa pengalaman ibadah, pengalaman emosional, maupun pengalaman hidup yang memberikan kesan religius yang mendalam.[35] Pengalaman keagamaan sering kali memperkuat keyakinan seseorang terhadap agama. Individu yang memiliki pengalaman spiritual yang kuat biasanya menunjukkan tingkat komitmen yang lebih tinggi dalam menjalankan ajaran agama dibandingkan individu yang tidak memiliki pengalaman serupa.

b. Indikator Religiusitas

Menurut Glock dan Stark, religiusitas dapat diukur melalui lima dimensi utama yang menggambarkan tingkat keberagamaan seseorang. Kelima dimensi tersebut dianggap mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai hubungan individu dengan agama yang dianutnya.

---

[34] Bintari, I. M. A. (2022). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Religiusitas, Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Karir Keuangan Syariah. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, *10*(1), 139-150.

[35] Bintari, I. M. A. (2022). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Religiusitas, Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Karir Keuangan Syariah. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, *10*(1), 139-150.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

1. Dimensi Keyakinan *(Belief)*

Dimensi keyakinan berkaitan dengan tingkat kepercayaan seseorang terhadap ajaran dasar agama yang dianutnya. Dalam Islam, keyakinan tersebut mencakup keimanan kepada Allah SWT, malaikat, kitab-kitab Allah, rasul-rasul Allah, hari akhir, dan qada serta qadar.[36] Keyakinan merupakan fondasi utama religiusitas karena menjadi dasar bagi munculnya sikap dan perilaku keagamaan seseorang. Semakin kuat keyakinan individu terhadap ajaran agama, semakin besar kemungkinan individu tersebut menjalankan ajaran agama secara konsisten. Dalam penelitian ini, dimensi keyakinan dapat mencerminkan sejauh mana nasabah meyakini pentingnya menjalankan aktivitas ekonomi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

2. Dimensi Praktik Ibadah *(Religious Practice)*

Dimensi praktik ibadah berkaitan dengan pelaksanaan aktivitas keagamaan yang dilakukan secara rutin oleh individu. Praktik ibadah mencakup salat, puasa, zakat, membaca Al-Qur'an, menghadiri kegiatan keagamaan, dan berbagai bentuk ibadah lainnya.[37] Praktik ibadah menunjukkan tingkat kepatuhan seseorang terhadap ajaran agama yang dianutnya. Semakin tinggi intensitas pelaksanaan ibadah, semakin tinggi pula tingkat religiusitas yang dimiliki seseorang. Dalam konteks penelitian ini, praktik ibadah dapat menjadi indikator yang menunjukkan tingkat komitmen keagamaan nasabah.

---

[36] Hamdi, M. (2022, July). Religiositas Individu: Faktor-faktor yang Mempengaruhi dan Dampaknya terhadap Kinerja. In *UMMagelang Conference Series* (pp. 53-72).

[37] Khomairoh, S., Barizi, A., & Mansuri, H. (2024). Peran Dzikir Thariqoh Qadiriyah wa Naqsabandiyah dalam Meningkatkan Religius Santri Perspektif Teori Religiusitas Glock dan Stark (Studi Kasus di Pondok Pesantren Miftahul Huda Gading Malang). *Ulumuna: Jurnal Studi Keislaman*, *10*(2), 159-175.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

3. Dimensi Pengalaman Keagamaan (Religious Experience)

Dimensi pengalaman keagamaan menggambarkan pengalaman spiritual yang dirasakan seseorang dalam hubungannya dengan Tuhan. Pengalaman tersebut dapat berupa perasaan dekat dengan Allah SWT, rasa syukur, ketenangan batin, maupun pengalaman religius lainnya.[38] Dimensi ini menunjukkan aspek emosional dalam religiusitas yang sering kali memengaruhi cara seseorang memandang kehidupan dan mengambil keputusan. Dalam penelitian ini, pengalaman keagamaan dapat memengaruhi kecenderungan seseorang untuk memilih layanan perbankan yang dianggap sesuai dengan keyakinan agamanya.

4. Dimensi Pengetahuan Agama (Religious Knowledge)

Dimensi pengetahuan agama berkaitan dengan tingkat pemahaman seseorang mengenai ajaran, hukum, dan nilai-nilai agama yang dianutnya. Pengetahuan agama diperoleh melalui pendidikan, pembelajaran, maupun pengalaman hidup. Pemahaman yang baik mengenai ajaran agama dapat membantu individu membedakan perilaku yang sesuai dan tidak sesuai dengan ketentuan agama.[39] Oleh karena itu, pengetahuan agama menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku keagamaan seseorang. Dalam penelitian ini, pengetahuan mengenai larangan riba dan prinsip-prinsip ekonomi syariah dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

[38] Hamdi, M. (2022, July). Religiositas Individu: Faktor-faktor yang Mempengaruhi dan Dampaknya terhadap Kinerja. In *UMMagelang Conference Series* (pp. 53-72).

[39] Hamdi, M. (2022, July). Religiositas Individu: Faktor-faktor yang Mempengaruhi dan Dampaknya terhadap Kinerja. In *UMMagelang Conference Series* (pp. 53-72).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

5. Dimensi *Pengamalan (Consequences)*

Dimensi pengamalan merupakan penerapan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Dimensi ini menunjukkan bagaimana nilai-nilai agama diwujudkan dalam perilaku sosial, etika, hubungan dengan sesama manusia, dan aktivitas ekonomi.[40] Seseorang yang memiliki tingkat pengamalan yang tinggi akan berusaha menjadikan ajaran agama sebagai pedoman dalam setiap tindakan dan keputusan yang diambil. Dengan demikian, religiusitas tidak hanya terlihat dalam aktivitas ibadah, tetapi juga tercermin dalam perilaku sehari-hari. Dalam konteks penelitian ini, dimensi pengamalan dapat dilihat dari upaya nasabah untuk menjalankan transaksi keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Religiusitas digunakan sebagai salah satu variabel independen dalam penelitian ini karena diyakini memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam melakukan transaksi pada bank syariah. Tingkat religiusitas yang tinggi dapat mendorong individu untuk lebih memperhatikan aspek kesesuaian suatu produk atau layanan dengan ajaran Islam.

Nasabah yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung menghindari praktik keuangan yang mengandung unsur riba dan lebih memilih lembaga keuangan yang menerapkan prinsip-prinsip syariah. Sebaliknya, individu dengan tingkat religiusitas yang rendah cenderung lebih mempertimbangkan aspek praktis dan ekonomi dibandingkan aspek keagamaan dalam memilih layanan perbankan.

Oleh karena itu, religiusitas dipandang sebagai salah satu faktor yang dapat menjelaskan keputusan seseorang dalam memilih dan menggunakan layanan bank

[40] Hamdi, M. (2022, July). Religiositas Individu: Faktor-faktor yang Mempengaruhi dan Dampaknya terhadap Kinerja. In *UMMagelang Conference Series* (pp. 53-72).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

syariah. Variabel ini relevan untuk digunakan dalam penelitian karena mampu menjelaskan bagaimana nilai-nilai agama memengaruhi perilaku ekonomi dan keputusan bertransaksi nasabah pada bank syariah.

3. Citra Bank Syariah

Citra merupakan salah satu aset tidak berwujud yang memiliki peranan penting dalam keberlangsungan suatu organisasi atau perusahaan. Dalam dunia bisnis, citra menjadi faktor yang memengaruhi cara masyarakat memandang, menilai, dan mempercayai suatu perusahaan. Citra yang baik akan meningkatkan kepercayaan masyarakat, sedangkan citra yang buruk dapat menurunkan minat masyarakat untuk menggunakan produk maupun jasa yang ditawarkan.

Menurut Philip Kotler, citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Citra terbentuk melalui proses penerimaan informasi, pengalaman pribadi, komunikasi, serta interaksi yang dilakukan individu dengan suatu organisasi atau perusahaan.[41] Oleh karena itu, citra tidak hanya dibentuk oleh perusahaan itu sendiri, tetapi juga oleh persepsi masyarakat terhadap perusahaan tersebut.

Sementara itu, menurut Kevin Lane Keller, citra merupakan persepsi yang terdapat dalam ingatan konsumen mengenai suatu merek atau organisasi yang tercermin melalui berbagai asosiasi yang muncul ketika konsumen memikirkan organisasi tersebut. Asosiasi tersebut dapat berupa kualitas layanan, reputasi, kredibilitas, identitas perusahaan, maupun pengalaman yang pernah dirasakan oleh konsumen.[42] Dalam konteks perbankan, citra bank merupakan gambaran atau

[41] Sunyoto, D. (2014). Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, konsep, strategi, dan kasus.

[42] Literature, AMA, & Rizal, F. (2025, September). Strategi Bauran Pemasaran Produk Cicilan Emas dalam Meningkatkan Pertumbuhan Nasabah di Bank Syariah Indonesia.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

persepsi yang dimiliki masyarakat terhadap suatu lembaga perbankan berdasarkan pengalaman, informasi, dan penilaian yang berkembang di masyarakat. Citra bank menjadi faktor penting karena industri perbankan merupakan industri yang sangat bergantung pada kepercayaan publik. Semakin baik citra yang dimiliki suatu bank, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank tersebut.

Pada perbankan syariah, citra tidak hanya dibentuk oleh kualitas pelayanan dan kinerja perusahaan, tetapi juga oleh tingkat kepatuhan bank terhadap prinsip-prinsip syariah. Bank syariah dituntut untuk menjalankan operasional berdasarkan nilai-nilai Islam yang menjunjung tinggi keadilan, transparansi, kejujuran, serta menghindari praktik-praktik yang mengandung unsur riba, gharar, dan maysir. Oleh karena itu, masyarakat tidak hanya menilai bank syariah dari aspek bisnis, tetapi juga dari aspek kepatuhan syariahnya.

Citra bank syariah dapat diartikan sebagai persepsi, keyakinan, dan kesan yang dimiliki masyarakat terhadap lembaga perbankan syariah yang terbentuk melalui pengalaman, informasi, kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, serta komitmen bank dalam menerapkan prinsip-prinsip syariah. Semakin positif citra yang dimiliki bank syariah, maka semakin besar kemungkinan masyarakat untuk menggunakan produk dan layanan yang ditawarkan.[43] Dalam penelitian ini, citra bank syariah dipandang sebagai salah satu faktor yang dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam melakukan transaksi. Nasabah cenderung memilih lembaga perbankan yang memiliki reputasi baik, dapat dipercaya, memberikan pelayanan yang memuaskan, dan memiliki komitmen yang kuat terhadap prinsip-prinsip syariah.

Dalam *Prosiding Konferensi Internasional Tahunan tentang Ekonomi Islam (AICIE)* (Vol. 4, No. 1, hlm. 167-186).

[43] Mohd Afiq, MA (2023). *Citra Perusahaan, Loyalitas Nasabah, Bank Syariah Indonesia (BSI)* (Disertasi Doktor, IAIN PAREPARE).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

a. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Citra Bank Syariah

Menurut Kotler, citra perusahaan terbentuk melalui berbagai pengalaman dan informasi yang diterima oleh masyarakat mengenai suatu organisasi.[44] Citra yang positif tidak muncul secara instan, melainkan dibangun melalui proses yang panjang dan konsisten. Dalam konteks perbankan syariah, terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi terbentuknya citra bank syariah di mata masyarakat.

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi citra bank syariah. Pelayanan yang cepat, ramah, profesional, dan responsif akan menciptakan pengalaman positif bagi nasabah sehingga dapat meningkatkan persepsi masyarakat terhadap bank.[45] Pelayanan yang berkualitas menunjukkan keseriusan bank dalam memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah. Sebaliknya, pelayanan yang lambat, kurang ramah, dan tidak profesional dapat menimbulkan ketidakpuasan yang berpengaruh terhadap penurunan citra perusahaan.Dalam industri perbankan, kualitas pelayanan menjadi sangat penting karena produk yang ditawarkan sebagian besar berupa jasa. Oleh karena itu, pengalaman pelayanan yang dirasakan nasabah akan menjadi dasar dalam membentuk persepsi terhadap bank syariah.

2. Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan merupakan penilaian masyarakat terhadap kinerja, kredibilitas, dan integritas perusahaan yang terbentuk dalam jangka panjang. Reputasi yang baik menunjukkan bahwa perusahaan mampu menjalankan

[44] Andespa, R. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah. *Al-Masraf: Jurnal Badan Keuangan dan Perbankan* , *2* (1), 43-57.

[45] Andespa, R. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah. *Al-Masraf: Jurnal Badan Keuangan dan Perbankan* , *2* (1), 43-57.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

operasionalnya secara profesional dan konsisten. Reputasi tidak hanya dibangun melalui keberhasilan perusahaan dalam memperoleh keuntungan, tetapi juga melalui kemampuan perusahaan dalam menjaga kepercayaan masyarakat. Semakin baik reputasi yang dimiliki suatu bank, semakin besar tingkat keyakinan masyarakat untuk menggunakan produk dan layanan yang ditawarkan[46]. Pada bank syariah, reputasi juga berkaitan dengan komitmen dalam menjalankan prinsip-prinsip syariah. Masyarakat cenderung memberikan penilaian positif kepada bank yang mampu menjaga kepatuhan syariah dalam seluruh aktivitas operasionalnya.

3. Kepercayaan Masyarakat

Kepercayaan merupakan faktor yang sangat penting dalam industri perbankan karena aktivitas utama bank berkaitan dengan pengelolaan dana masyarakat. Kepercayaan menunjukkan keyakinan nasabah bahwa bank mampu menjaga keamanan dana serta memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan.[47] Masyarakat akan cenderung memilih bank yang dianggap aman, jujur, dan bertanggung jawab. Sebaliknya, apabila kepercayaan masyarakat menurun, maka citra bank juga akan mengalami penurunan.

4. Promosi dan Komunikasi

Promosi dan komunikasi merupakan sarana yang digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produk, layanan, serta nilai-nilai yang dimiliki kepada

[46] Arwin Arwin and Sutrisno Sutrisno, *Manajemen Kesehatan Bank* (Makassar: Cendekia Publisher, 2022).

[47] Andespa, R. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah. *Al-Masraf: Jurnal Badan Keuangan dan Perbankan* , *2* (1), 43-57.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

masyarakat. Informasi yang disampaikan melalui berbagai media dapat membentuk persepsi masyarakat terhadap perusahaan[48].

Promosi yang dilakukan secara efektif dapat meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai keunggulan produk dan layanan bank syariah. Selain itu, komunikasi yang baik juga dapat memperkuat hubungan antara bank dan nasabah sehingga meningkatkan citra perusahaan.

5. Kualitas Produk dan Layanan

Kualitas produk dan layanan merupakan faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa perbankan. Produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat serta layanan yang mudah diakses akan memberikan pengalaman positif kepada nasabah.[49] Nasabah cenderung memberikan penilaian yang baik terhadap bank yang mampu menyediakan produk yang inovatif, kompetitif, dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Sebaliknya, keterbatasan produk dan layanan dapat menurunkan minat masyarakat terhadap bank tersebut.

b. Indikator Citra Bank Syariah

Menurut berbagai kajian mengenai citra perusahaan dan citra lembaga jasa, citra bank syariah dapat diukur melalui beberapa indikator yang menggambarkan persepsi masyarakat terhadap lembaga tersebut.

[48] Muh. Alim Fasieh, Arwin Arwin, and Suherli Suherli, 'Membeli Karena Bukan Hanya Angka: Moderasi Word of Mouth Pada Pengaruh Harga, Lokasi, Fasilitas Terhadap Permintaan Perumahan Subsidi Tipe 36 Di Kota Parepare', *Iltizam: Journal of Shariah Economic Research*, 10.1 (2026) <https://doi.org/10.30631/bajt0w55>.

[49] Andespa, R. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menabung di bank syariah. *Al-Masraf: Jurnal Badan Keuangan dan Perbankan* , *2* (1), 43-57.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

1. Reputasi Perusahaan

Reputasi perusahaan merupakan indikator yang menggambarkan penilaian masyarakat terhadap nama baik, kinerja, dan kualitas yang dimiliki oleh bank syariah. Reputasi mencerminkan bagaimana masyarakat memandang keberadaan bank berdasarkan pengalaman dan informasi yang diperoleh.[50] Semakin baik reputasi yang dimiliki bank syariah, semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank tersebut. Oleh karena itu, reputasi menjadi salah satu indikator penting dalam mengukur citra bank syariah.

2. Kredibilitas Perusahaan

Kredibilitas perusahaan menunjukkan kemampuan bank dalam menjalankan operasional secara profesional, konsisten, dan dapat dipercaya. Kredibilitas berkaitan dengan kompetensi serta integritas perusahaan dalam memberikan layanan kepada nasabah.[51] Bank yang memiliki kredibilitas tinggi akan lebih mudah memperoleh kepercayaan masyarakat karena dianggap mampu memenuhi kewajibannya secara baik. Sebaliknya, rendahnya kredibilitas dapat menurunkan citra perusahaan di mata masyarakat.

3. Kepercayaan Masyarakat

Kepercayaan masyarakat merupakan indikator yang menunjukkan tingkat keyakinan nasabah terhadap keamanan, kejujuran, dan tanggung jawab bank syariah. Kepercayaan menjadi fondasi utama dalam hubungan antara

[50] Ayu, A. C., Fadillah, I. N., Adawiyah, R., & Pramono, A. F. (2023). Literature review: peran corporate social responsibility (CSR) dalam meningkatkan citra positif bank syariah di masyarakat. *Premium Insurance Business Journal*, *10*(1), 20-28.

[51] Adawiyah, WR (2015). Pertimbangan, pengetahuan, dan sikap konsumen individu terhadap bank syariah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Tinjauan Masalah Ekonomi dan Pembangunan , 11* (2), 191-201.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

bank dan nasabah.[52] Semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank syariah, semakin besar kemungkinan masyarakat untuk menggunakan dan mempertahankan penggunaan layanan bank tersebut.

4. Identitas Perusahaan

Identitas perusahaan merupakan karakteristik khas yang membedakan bank syariah dengan lembaga perbankan lainnya. Identitas tersebut dapat berupa logo, slogan, budaya organisasi, maupun komitmen terhadap prinsip-prinsip syariah.[53]Identitas yang kuat akan memudahkan masyarakat mengenali dan mengingat keberadaan bank syariah. Selain itu, identitas yang konsisten juga dapat memperkuat citra positif perusahaan di mata masyarakat.

5. Kesan Positif Masyarakat

Kesan positif masyarakat merupakan persepsi umum yang terbentuk berdasarkan pengalaman, informasi, dan interaksi masyarakat dengan bank syariah. Kesan positif menunjukkan tingkat penerimaan masyarakat terhadap keberadaan dan layanan yang diberikan oleh bank syariah. Semakin positif kesan yang dimiliki masyarakat terhadap bank syariah, semakin baik pula citra bank tersebut. Oleh karena itu, indikator ini menjadi ukuran penting dalam menilai keberhasilan bank dalam membangun citra yang positif.

Citra bank syariah digunakan sebagai variabel independen dalam penelitian ini karena diyakini memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam melakukan

[52] Adawiyah, WR (2015). Pertimbangan, pengetahuan, dan sikap konsumen individu terhadap bank syariah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Tinjauan Masalah Ekonomi dan Pembangunan , 11* (2), 191-201.

[53] Adawiyah, WR (2015). Pertimbangan, pengetahuan, dan sikap konsumen individu terhadap bank syariah. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Tinjauan Masalah Ekonomi dan Pembangunan , 11* (2), 191-201.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

transaksi. Nasabah cenderung memilih lembaga perbankan yang memiliki reputasi baik, kredibel, dan dapat dipercaya dalam mengelola dana mereka.

Citra yang positif akan meningkatkan keyakinan nasabah terhadap kualitas layanan dan kepatuhan syariah yang dimiliki bank. Sebaliknya, citra yang kurang baik dapat menurunkan tingkat kepercayaan masyarakat sehingga mengurangi minat untuk menggunakan layanan bank syariah. Dengan demikian, citra bank syariah menjadi faktor penting yang dapat menjelaskan keputusan nasabah dalam memilih dan menggunakan layanan perbankan syariah. Dalam penelitian ini, semakin positif citra bank syariah yang dirasakan nasabah, maka semakin besar kecenderungan nasabah untuk melakukan transaksi pada bank syariah.

4. Keputusan Bertransaksi

Keputusan bertransaksi merupakan suatu proses yang dilakukan oleh individu dalam menentukan pilihan untuk menggunakan suatu produk atau jasa berdasarkan kebutuhan, keinginan, informasi yang dimiliki, serta berbagai pertimbangan yang dianggap penting. Keputusan tersebut tidak terjadi secara spontan, melainkan melalui serangkaian tahapan yang melibatkan proses berpikir, penilaian, dan evaluasi terhadap berbagai alternatif yang tersedia sebelum seseorang menentukan pilihan akhir.

Menurut Philip Kotler, keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan konsumen ketika individu benar-benar memutuskan untuk membeli atau menggunakan suatu produk maupun jasa setelah melalui serangkaian pertimbangan.[54] Keputusan tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang berasal dari dalam diri konsumen maupun dari lingkungan eksternal. Sementara itu,

[54] Suwandi, I. M. D. (2007). Keputusan Pembelian. *Seri Manajemen Pemasaran. http://www. oeconomicus. files. wordpress. com*.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

menurut Kevin Lane Keller, keputusan konsumen merupakan hasil dari proses evaluasi yang dilakukan terhadap berbagai alternatif yang tersedia berdasarkan persepsi, pengalaman, kebutuhan, dan harapan yang dimiliki oleh individu. Proses tersebut melibatkan aktivitas pencarian informasi, penilaian alternatif, hingga penentuan pilihan yang dianggap paling mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

Menurut Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, keputusan konsumen merupakan pemilihan tindakan dari dua atau lebih alternatif yang tersedia.[55] Dengan kata lain, seseorang dikatakan melakukan keputusan apabila terdapat beberapa pilihan yang dapat dipilih dan individu tersebut menentukan salah satu alternatif berdasarkan pertimbangan tertentu.

Dalam konteks perbankan, keputusan bertransaksi dapat diartikan sebagai keputusan seseorang untuk menggunakan produk dan layanan perbankan setelah mempertimbangkan berbagai aspek seperti keamanan, kualitas pelayanan, kemudahan akses, manfaat produk, biaya transaksi, reputasi lembaga, serta kesesuaian produk dengan kebutuhan yang dimiliki.[56] Keputusan tersebut dapat berupa pembukaan rekening, penggunaan layanan tabungan, pembiayaan, transfer dana, maupun berbagai aktivitas transaksi lainnya.

Pada perbankan syariah, keputusan bertransaksi tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan ekonomi dan fungsional, tetapi juga oleh pertimbangan religius. Nasabah sering kali mempertimbangkan kesesuaian operasional bank dengan prinsip-prinsip syariah sebelum memutuskan untuk menggunakan layanan yang ditawarkan.[57]

---

[55] Siregar, A. S. R. (2020). *Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada Showroom Honda Arista Cabang Padangsidimpuan* (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidimpuan).

[56] Saputri, N. A. (2025). *Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah Indonesia (BSI) Kc Parepare Daripada Konvensional* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).

[57] Budianto, E. W. H. (2025). *Determinan Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah (1990-2015)*. PT. Afanin Media Utama.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Oleh karena itu, keputusan bertransaksi pada bank syariah merupakan hasil dari proses pertimbangan yang melibatkan faktor ekonomi, psikologis, sosial, dan keagamaan.

a. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Bertransaksi

Menurut Kotler dan Keller, keputusan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berasal dari lingkungan maupun karakteristik individu. Faktor-faktor tersebut berinteraksi dalam membentuk persepsi, preferensi, dan pilihan konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Adapun faktor-faktor yang memengaruhi keputusan bertransaksi adalah sebagai berikut.

1. Faktor Budaya

Faktor budaya merupakan salah satu faktor yang memiliki pengaruh paling luas terhadap perilaku konsumen. Budaya mencakup nilai-nilai, norma, tradisi, kebiasaan, dan pola hidup yang berkembang dalam suatu masyarakat serta diwariskan dari generasi ke generasi.[58] Budaya memengaruhi cara seseorang memandang suatu produk atau layanan, termasuk dalam menentukan pilihan terhadap lembaga keuangan yang digunakan. Individu yang hidup dalam lingkungan yang menjunjung tinggi nilai-nilai Islam, misalnya, cenderung memiliki kecenderungan lebih besar untuk menggunakan layanan perbankan syariah dibandingkan perbankan konvensional.

2. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan faktor yang berasal dari lingkungan sosial tempat individu berinteraksi. Faktor ini meliputi keluarga, teman, kelompok

[58] Umpusinga, H. A., Mukaromah, F., Mufidah, L. I., & Lestari, R. (2026). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk. *Jejak digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *2*(1), 285-295.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

referensi, rekan kerja, serta status sosial yang dimiliki seseorang.[59] Lingkungan sosial memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku individu karena manusia pada dasarnya merupakan makhluk sosial yang cenderung mempertimbangkan pandangan dan pengalaman orang lain sebelum mengambil keputusan. Rekomendasi dari keluarga maupun teman sering kali menjadi pertimbangan penting dalam memilih suatu produk atau jasa.

3. Faktor Pribadi

Faktor pribadi berkaitan dengan karakteristik individu yang dapat memengaruhi keputusan bertransaksi. Faktor ini meliputi usia, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan, kondisi ekonomi, pendapatan, gaya hidup, dan tahap siklus kehidupan seseorang.[60] Setiap individu memiliki kebutuhan dan preferensi yang berbeda sehingga keputusan yang diambil juga dapat berbeda. Misalnya, seseorang dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki akses informasi yang lebih luas dalam menentukan pilihan layanan perbankan.

4. Faktor Psikologis

Faktor psikologis berkaitan dengan kondisi kejiwaan yang memengaruhi perilaku konsumen. Faktor ini meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap yang dimiliki individu terhadap suatu produk atau jasa. Persepsi yang positif terhadap suatu produk akan meningkatkan kemungkinan seseorang untuk memilih produk tersebut. Sebaliknya, persepsi negatif dapat mengurangi minat seseorang untuk menggunakannya. Oleh karena itu, faktor

[59] Umpusinga, H. A., Mukaromah, F., Mufidah, L. I., & Lestari, R. (2026). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk. *Jejak digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *2*(1), 285-295.

[60] Daud, A. (2011). Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. *AKMEN Jurnal Ilmiah*, *8*(4), 471-479.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

psikologis menjadi salah satu faktor penting dalam proses pengambilan keputusan.

5. Faktor Kepercayaan

Kepercayaan merupakan keyakinan individu terhadap kemampuan suatu lembaga dalam memenuhi kebutuhan dan harapan yang dimiliki. Kepercayaan menjadi faktor yang sangat penting dalam industri jasa, khususnya perbankan, karena berkaitan dengan pengelolaan dana masyarakat.[61] Nasabah akan lebih cenderung menggunakan layanan suatu bank apabila memiliki keyakinan bahwa bank tersebut mampu menjaga keamanan dana, memberikan pelayanan yang baik, dan menjalankan operasional secara profesional. Tingkat kepercayaan yang tinggi akan meningkatkan kemungkinan seseorang untuk melakukan transaksi dan mempertahankan hubungan dengan bank.

b. Indikator Keputusan Bertransaksi

Menurut Kotler dan Keller, keputusan konsumen dapat diukur melalui beberapa tahapan yang menggambarkan proses pengambilan keputusan sebelum dan sesudah menggunakan suatu produk atau jasa. Tahapan tersebut dapat digunakan sebagai indikator keputusan bertransaksi dalam penelitian ini.

1. Pengenalan Kebutuhan (*Need Recognition*)

Pengenalan kebutuhan merupakan tahap awal dalam proses pengambilan keputusan ketika individu menyadari adanya kebutuhan atau masalah yang harus dipenuhi. Kesadaran tersebut dapat muncul karena dorongan internal maupun pengaruh dari lingkungan eksternal.[62] Pada tahap ini,

[61] Daud, A. (2011). Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. *AKMEN Jurnal Ilmiah*, *8*(4), 471-479.

[62] Wardhana, A. (2024). Perilaku konsumen di era digital. *Purbalingga: Eureka Media Aksara*.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

seseorang mulai menyadari perlunya menggunakan layanan perbankan untuk memenuhi kebutuhan transaksi keuangan yang dimiliki. Kesadaran tersebut menjadi pemicu awal yang mendorong individu untuk mencari solusi yang dianggap paling sesuai.

2. Pencarian Informasi (*Information Search*)

Setelah menyadari adanya kebutuhan, individu akan berusaha mencari berbagai informasi yang berkaitan dengan alternatif yang tersedia. Informasi dapat diperoleh dari keluarga, teman, media massa, internet, maupun pengalaman pribadi.[63] Semakin penting keputusan yang akan diambil, semakin besar pula usaha yang dilakukan individu untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Informasi tersebut digunakan sebagai dasar dalam melakukan pertimbangan dan evaluasi terhadap berbagai pilihan.

3. Evaluasi Alternatif (Evaluation of Alternatives)

Evaluasi alternatif merupakan tahap ketika individu membandingkan berbagai pilihan yang tersedia berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria tersebut dapat berupa kualitas layanan, biaya, manfaat, reputasi, maupun kesesuaian produk dengan kebutuhan.[64] Pada tahap ini, individu melakukan penilaian terhadap kelebihan dan kekurangan masing-masing alternatif sebelum menentukan pilihan akhir. Semakin baik penilaian terhadap suatu alternatif, semakin besar kemungkinan alternatif tersebut dipilih.

---

[63] Umpusinga, H. A., Mukaromah, F., Mufidah, L. I., & Lestari, R. (2026). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk. *Jejak digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *2*(1), 285-295.

[64] Umpusinga, H. A., Mukaromah, F., Mufidah, L. I., & Lestari, R. (2026). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Produk. *Jejak digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *2*(1), 285-295.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

4. Keputusan Menggunakan Produk (*Purchase Decision*)

Keputusan menggunakan produk merupakan tahap ketika individu menentukan pilihan akhir dan mulai menggunakan produk atau layanan yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan dan harapannya. Tahap ini merupakan hasil dari seluruh proses pertimbangan yang telah dilakukan sebelumnya. Keputusan yang diambil mencerminkan pilihan yang dianggap mampu memberikan manfaat terbesar bagi individu.

5. Perilaku Pasca Transaksi (*Post-Purchase Behavior*)

Perilaku pasca transaksi merupakan tahap evaluasi yang dilakukan setelah seseorang menggunakan suatu produk atau layanan. Pada tahap ini, individu akan menilai apakah produk yang digunakan mampu memenuhi harapan dan kebutuhannya.[65] Apabila nasabah merasa puas, maka kemungkinan untuk melakukan transaksi ulang dan merekomendasikan layanan kepada orang lain akan semakin besar. Sebaliknya, apabila nasabah merasa tidak puas, maka dapat muncul keinginan untuk beralih ke lembaga lain.

Keputusan bertransaksi merupakan variabel dependen dalam penelitian ini karena menjadi hasil akhir dari pengaruh citra bank syariah dan religiusitas. Keputusan tersebut mencerminkan perilaku nyata nasabah dalam memilih dan menggunakan layanan perbankan syariah. Nasabah yang memiliki persepsi positif terhadap citra bank syariah dan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung memiliki kecenderungan lebih besar untuk menggunakan layanan bank syariah. Sebaliknya, persepsi yang kurang baik terhadap citra bank serta rendahnya pertimbangan religius dapat mengurangi minat nasabah untuk bertransaksi pada bank syariah.

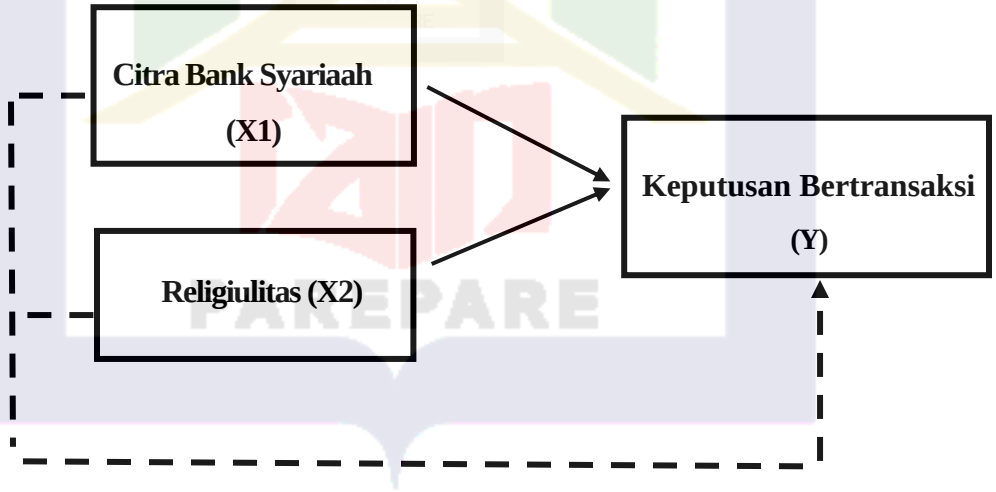
[65] Wardhana, A. (2024). Perilaku konsumen di era digital. *Purbalingga: Eureka Media Aksara*.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Oleh karena itu, keputusan bertransaksi menjadi variabel yang penting untuk diteliti karena dapat menjelaskan bagaimana faktor citra bank syariah dan religiusitas memengaruhi perilaku nasabah dalam memilih layanan perbankan syariah. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku nasabah dalam menggunakan layanan bank syariah.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir, yang biasanya dipresentasikan dalam bentuk skema atau diagram, merupakan gambaran yang utuh tentang pola hubungan antar konsep dan atau variabel yang merupakan fokus penelitian. Sesuai dengan judul proposal, " Pengaruh Citra Bank Syariah Dan Religiulitas Pada Keputusan Bertransaksi Di Bank Syariah Kota Parepare “



Keterangan :

: Pengaruh Secara Parsial

: Pengaruh Secara Simultan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Berdasarkan pada gambar variabel independen (Citra Bank Syariah) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Keputusan Bertransaksi), kemudian variabel independent (Regiulitas) memiliki pengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

D. Hipotesisi

Hipotesis atau anggapan dasar merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang kebenarannya masih perlu dibuktikan melalui proses penelitian. Hipotesis disusun berdasarkan landasan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan sebelumnya. Hipotesis bersifat sementara karena masih memerlukan pengujian menggunakan data yang diperoleh dari hasil penelitian. Berdasarkan penjelasan dari kerangka pemikiran, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H0 : Citra bank syariah tidak berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi pada bank syariah di Kota Parepare.

H1 : Citra bank syariah berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi pada bank syariah di Kota Parepare.

H0 : Religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi pada bank syariah di Kota Parepare.

H2 : Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi pada bank syariah di Kota Parepare.

H0 : Citra bank syariah dan religiusitas secara simultan tidak berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi pada bank syariah di Kota Parepare.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

H3 : Citra bank syariah dan religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi pada bank syariah di Kota Parepare.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu pendekatan kuantitatif. Maksud dari kuantitatif merupakan sebuah pendekatan penelitian yang bersifat ilmiah yang terdiri dari pengumpulan dan analisis data kuantitatif dengan menggunakan metode pengujian statistik. [66]Metode penelitian kuantitatif berlandaskan terhadap asumsi suatu gejala dapat di klarifikasikan, dan kaitan gejala bersifat kausual (sebab akibat), peneliti bisa menggunakan penelitian dengan hanya menfokuskan pada beberapa variabel. Hubungan yang terjadi antara variabel yang ingin di teliti dapat di sebut dengan paradigma penelitian.[67]

Kemudian penelitian ini menggunakan metode *survey*, dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif sebagaimana yang dikemukakan oleh Sugiyono adalah suatu model penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.[68] Instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

[66] Nanang Sobarna, 'Analisis Penilaian Tingkat Kesehatan Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Al Uswah Indonesia Kota Banjar', *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11.3 (2020), 178–88.

[67] Fitra Mayenti, 'Hubungan Lingkungan Pergaulan Dengan Perilaku Merokok Remaja', *Al-Asalmiya Nursing: Journal of Nursing Sciences*, 8.2 (2019), 62–69.

[68] Desman Hidayat, Aryo Bismo, and Amelia Ruwaida Basri, 'The Effect of Food Quality and Service Quality Towards Customer Satisfaction and Repurchase Intention (Case Study of Hot Plate Restaurants)', *Manajemen Bisnis*, 10.1 (2020), 1.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian di lakukan pada bank syariah yang berada di Kota Parepare.

3. Waktu Penelitian

Mengenai waktu penelitian, penulis membutuhkan waktu ± 1 bulan dalam melakukan penelitian ini (disesuaikan dengan kebutuhan peneliti).

C. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan subjek atau objek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya[69]. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang melakukan transaksi pada bank syariah di Kota Parepare

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu dan dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi dalam suatu penelitian. Menurut Sugiyono, sampel dalam penelitian kuantitatif sebaiknya diambil dari populasi dengan teknik tertentu agar data yang diperoleh valid, relevan, dan dapat digeneralisasikan[70]. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah bank syariah di Kota Parepare yang melakukan transaksi menggunakan layanan perbankan syariah. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti karena keterbatasan data terkait

[69] Margono, Metodologi Penelitian Pendidikan (Jakarta: Rineka Cipta, 2005).h.81
[70] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif (Bandung: CV Alfabeta, 2017). h. 56

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

keseluruhan jumlah nasabah yang melakukan transaksi pada bank syariah di Kota Parepare.

Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti (unknown population), maka penentuan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan teknik atau rumus yang sesuai untuk populasi tidak diketahui. Dalam penelitian ini, populasi memiliki kriteria tertentu. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu:

a. Responden merupakan nasabah bank syariah yang berada di Kota Parepare.
b. Responden pernah atau sedang menggunakan layanan perbankan syariah untuk melakukan transaksi.
c. Responden berusia minimal 17 tahun atau telah memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan sendiri dalam menggunakan layanan perbankan.
d. Responden memiliki pemahaman mengenai layanan atau produk bank syariah yang digunakan.
e. Responden bersedia mengisi kuesioner penelitian secara lengkap dan jujur..

Rumus penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni rumus Lemeshow. Menurut Notoatmodjo, rumus Lemeshow digunakan saat peneliti tidak mengetahui ukuran pasti populasi, namun tetap ingin memperoleh hasil yang valid dengan tingkat kepercayaan tertentu. Karena jumlah populasi yang memenuhi kriteria tersebut tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow:

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

$$n = z2 \cdot p \cdot (1 - p)$$
$$d2$$

Keterangan :

n = jumlah sampel minimum

Z = nilai Z-score sesuai tingkat kepercayaan (misalnya, untuk 95% = 1,96)

p = proporsi kejadian dalam populasi (jika tidak diketahui, gunakan 0,5 untuk konservatif)

d = batas kesalahan yang dapat ditoleransi (margin of error) (misalnya, 0,1 atau 10%)

Dari rumusan diatas maka penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Lemeshow dengan maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan 10%

n = 1,962. 0,5 (1 − 0,5)

0,12

n = 3,9416. 0,5 (0,5)

0,01

n = 0,9604

0,01

n = 96,04

Jadi, jumlah sampel minimum yang dibutuhkan adalah sebanyak 96,04

dibulatkan menjadi 100 responden.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

D. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Tekhnik Pengumpulan Data

a. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah pengumpulan data melalui beberapa pertanyaan yang diajukan kepada responden dalam bentuk angket.[71] Atau sejumlah pertanyaan tertulis yang menggambarkan perasaan atau hal-hal yang dirasakan dari responden terkait penelitian ini, dengan cara membagi langsung kepada yang bersangkutan. Angket ini berupa pernyataan tertutup atau terbuka. Peneliti menyebarkan 30 angket atau kuesioner kepada nasabah yang ada di wilayah Bank BSI Parepare. Kuesioner disini bersifat tertutup karena jawaban telah disediakan dan pengukurannya menggunakan skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi. Jawaban setiap *item i*nstrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari positif hingga negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

a. Sangat Setuju (4)
b. Setuju (3)
c. Netral (4)
d. Tidak setuju (2)
e. Sangat tidak setuju (1)

Dalam penelitian ini digunakan untuk menyusun instrumen yang berupa pertanyaan yang nantinya dijawab oleh responden agar peneliti dapat menghimpun data yang relavan sesuai dengan tujuan penelitian.

[71] Mutiara Shinta and Siti Quratul Ain, 'Strategi Sekolah Dalam Membentuk Karakter Siswa Di Sekolah Dasar', *Jurnal Basicedu*, 5.5 (2021), 4045–52.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data-data yang diperoleh dari dokumen-dokumen dan pustaka sebagai bahan analisis dalam suatu penelitian.[72]

E. Tekhnik Pengolahan Data

Kegiatan mengolah data dalam penelitian ini meliputi beberapa tahap yaitu:

Editing

1. Editing adalah proses pengecekan atau memeriksa data yang telah berhasil dari lapangan, karena ada kemungkinan data yang telah masuk tidak memenuhi syarat atau tidak dibutuhkan.
2. Tabulasi adalah proses penempatan data ke dalam bentuk table yang telah diberi kode sesuai dengan kebutuhan analisis. Saat melakukan tabulasi dibutuhkan ketelitian agar tidak terjadi kesalahan dalam melakukan analisis.
3. Interpretasi yaitu memberikan tanggapan atau pengertian terhadap jawaban angket responden, dimana hal ini dapat diambil dari presentase jawaban yang besar. Intrpretasi dalam penelitian ini di maksudkan agar hasil dari analisis data responden mudah dipahami.

F. Defenisi operasional variabel

menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi.[73] Pada penelitian Definisi operasional variabel yaitu konsep yang mempunyai nilai dan dapat diukur. Kidder menyatakan bahwa variabel penelitian adalah suatu kualitas dimana

[72] Teguh Wiyono and Abdul Muhid, 'Self-Disclosure Melalui Media Instagram: Dakwah Bi Al-Nafsi Melalui Keterbukaan Diri Remaja', *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40.2 (2020), 141–54.

[73] Jonathan Sarwono, *Metode Riset Skripsi: Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS)*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012, h. 12

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya. Dari pengertian tersebut bisa disimpulkan bahwa variabel adalah Penilaian terhadap orang maupun objek, atau kegiatan yang memiliki variasi yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.[74] Variabel dalam penelitian ini dibedakan dalam kategori utama yaitu Variabel bebas (*Indpendent Variable)* dan variabel terikat (*dependent Variable*).

Variabel bebas merupakan variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas (independent variabel) merupakan variabel yang variabelnya diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk ini Variabel bebasnya yaitu Citra Bank Syariah (X1), Regiulitas (X2).

Variabel terikat (dependent variable) adalah variabel yang memberikan reaksi/respons jika dihubungkan dengan variabel bebas. Variabel terikat adalah variabel yang variabelnya diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas.[75] Pada penelitian ini Variabel terikatnya yaitu Keputusan Bertransaksi (Y). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat sebagai berikut :

Variabel	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala
Citra Bank Syariah (X1)	Tingkat persepsi, pandangan, dan kesan nasabah terhadap bank syariah yang terbentuk melalui pengalaman,	1. Reputasi bank syariah 2. Kredibilitas bank syariah 3. Kepercayaan	Skala Likert

[74] Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*,Bandung : Remaja Rosdakarya, 2013, h. 109.

[75] Definisi operasional variabel dalam penelitian ini mengacu pada teori *Theory of Planned Behaviour* dari Icek Ajzen (1991), teori keputusan konsumen dari Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), teori dimensi religiusitas dari Charles Y. Glock dan Rodney Stark (1965), serta teori citra perusahaan dari Kevin Lane Keller (2003).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

	informasi, kualitas pelayanan, reputasi, dan kepercayaan yang dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam melakukan transaksi pada bank syariah di Kota Parepare.	masyarakat terhadap bank syariah 4. Identitas atau karakteristik bank syariah 5. Kesan positif masyarakat terhadap bank syariah	
Religiusitas (X2)	Tingkat keyakinan, pemahaman, penghayatan, dan pengamalan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari yang memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih dan menggunakan layanan bank syariah.	1. Keyakinan (*belief*) 2. Praktik ibadah (*religious practice*) 3. Pengalaman keagamaan (*religious experience*) 4. Pengetahuan agama (*religious knowledge*) 5. Pengamalan ajaran agama (*consequences*)	Skala Likert
Keputusan Bertransaksi (Y)	Keputusan yang diambil oleh nasabah untuk menggunakan layanan dan melakukan transaksi pada bank syariah berdasarkan	1. Pengenalan kebutuhan 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternatif 4. Keputusan	Skala Likert

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

	pertimbangan kebutuhan, informasi, serta faktor-faktor yang memengaruhinya.	melakukan transaksi 5. Perilaku pasca transaksi	

G. Instrumen Penelitian

Menguji dan membuktikan hipotesis diperlukan data yang mendukung, untuk memperoleh data lengkap yang diperlukan suatu metode pengumpulan data yang sesuai masalah yang dieliti, karena hal ini dapat menentukan keberhasilan atau penelitian. Berkaitan dengan hal tersebut maka dalam penelitian ini menggunakan metode Angket/ Kuesioner.

Kuesioner adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Dalam angket berisi pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian dan dijawab sesuai karakteristik responden itu sendiri. Metode Penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang berbentuk skala likert dengan Setiap jawaban dari responden dihubungkankan dengan pertanyaan responden yang dijabarkan melalui indikator-indikator dari setiap variabel.[76]

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian dengan menggunakan skala Likert 5 poin.

[76] Rully Indrawan et al, *Metode..*, h.168.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Tabel 3.2. Skala Likert

Pernyataan	Keterangan	Skor
Sangat setuju	**SS**	**5**
Setuju	**S**	**4**
Netral	**N**	**3**
Tidak Setuju	**TS**	**2**
Sangat tidak setuju	**STS**	**1**

Skala Likert sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang untuk keperluan analisis kuantitatif dapat diberi skor [77]

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengelola hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan.

a. Uji Validitas

Menurut arikunto validitas adalah derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh penelitian. Dengan demikian data yang valid adalah data "yang tidak berbeda" antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Uji validitas menyatakan bahwa instrumen yang diganakan untuk mendapatkan data dalam penelitian dapat digunakan atau tidak. Uji validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan *Content Validity* yang dapat

[77] 1 Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 94.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang diukur dengan menggunakan program SPSS versi 25. Adapun kriteria penilaian uji validitas sebagai berikut :

a) Apabila $r_{\text{hitung}} > r_{tabel}$, maka dapat dikatakan kuesioner tersebut valid.
b) Apabila $r_{\text{hitung}} < r_{tabel}$, maka dapat dikatakan kuesioner tersebut tidak valid.

Dinyatakan valid Apabila $r_{\text{hitung}} \geq r_{tabel}$ pada taraf signifikan 5% (0.05).[78] Dengan demikian, penting untuk melakukan uji validitas agar data yang diperoleh dari penelitian dapat dipercaya dan mencerminkan kondisi yang sebenarnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran yang sama pula. Pengukuran reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis SPSS versi 25, yakni dengan uji statistik Cronbach Alpa. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpa r_(hitung) > 0,6.[79]

Uji reliabilitas yang dilakukan memberikan keyakinan bahwa hasil penelitian yang diperoleh dari instrument tersebut dapat diandalkan dan mencerminkan kondisi sebenarnya secara konsisten.

[78] Sofyan Siregar, *Statistik Parameter untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014) , h.
[79] Sofyan Siregar, *Statistik Parameter untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014) , h.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

c. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi tersebut secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Uji normalitas peneliti menggunakan metode grafik Plot yaitu melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik normal Plot. Bila titik-titik menyebar di sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut berdistribusi normal.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap, maka disebut homoskedastisitas, namun jika variance dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, maka disebut heteroskedastisitas.

e. Uji *Multikolonieritas*

Uji multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel independen saling berkolerasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen = 0. Salah satu cara untuk mendeteksi kolonier dilakukan dengan mengkolerasikan antar variabel bebas & apabila korelasinya signifikan antar variabel bebas tersebut, maka terjadi multikolineritas.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

f. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah regresi dimana variabel terikat (Y) dihubungkan lebih dari satu variabel yang merupakan pengembangan dari analisis regresi sederhana, dan juga digunakan untuk alat ukur mengenai hubungan yang terjadi antara variabel terikat (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas.[80] Dengan menganalisis pengaruh harga dan kepercayaan pelayanan sebagai variabel independen (bebas) dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen (terikat) maka persamaan regresi berganda sebagai berikut :

Menggambarkan hubungan antara variabel dependen (Y) dengan dua variabel independen yaitu X_1 da X_2. Dalam konteks penelitian ini :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

1. **Y** adalah variabel terikat (dependen), yaitu Keputusan Bertransaksi, yang menunjukkan keputusan nasabah dalam menggunakan layanan bank syariah.
2. **a** adalah konstanta, yang menunjukkan nilai Keputusan Bertransaksi (Y) apabila Citra Bank Syariah (X_1) dan Religiusitas (X_2) bernilai nol atau tidak memberikan pengaruh sama sekali.
3. **β_1** adalah koefisien regresi untuk variabel Citra Bank Syariah (X_1), yang menunjukkan seberapa besar perubahan Keputusan Bertransaksi (Y) untuk

[80] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 277

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

setiap peningkatan satu satuan pada variabel Citra Bank Syariah, dengan asumsi variabel Religiusitas (X_2) dianggap tetap (ceteris paribus).

4. **β_2** adalah koefisien regresi untuk variabel Religiusitas (X_2), yang menunjukkan seberapa besar perubahan Keputusan Bertransaksi (Y) untuk setiap peningkatan satu satuan pada variabel Religiusitas, dengan asumsi variabel Citra Bank Syariah (X_1) dianggap tetap (ceteris paribus).
5. **e** adalah *error term* atau variabel pengganggu yang menunjukkan faktor-faktor lain di luar model yang dapat memengaruhi Keputusan Bertransaksi (Y) tetapi tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dengan menggunakan model ini, peneliti dapat mengetahui dan mengukur seberapa besar pengaruh variabel Citra Bank Syariah (X_1) dan Religiusitas (X_2) secara simultan (bersama-sama) maupun parsial (masing-masing) terhadap Keputusan Bertransaksi (Y) pada bank syariah di Kota Parepare.

g. Uji Hipotesis

1. Uji Statistik t (Parsial)

Uji ini dilakukan terhadap data original untuk menguji korelasi antar variabel yang dianalisis, dan untuk mengetahui pengaruh variabel X (Kualitas Pelayanan dan Fasilitas) secara parsial terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

a. Ho: μ =0 ; tidak ada pengaruh positif antara variabel independen (Kuallitas pelayanan dan fasilitas) terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

b. Ha: $\mu > 0$; ada pengaruh positif antara variabel independen (Kualitas pelayanan dan fasilitas) terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan.. Taraf nyata (α) yang digunakan adalah 5%, di mana hasil pengujian:

c. *Sig* < (0,05), maka Ha ditolak Artinya: (1) variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat (2) tidak ada pengaruh di antara variabel yang diuji.

d. *Sig* > (0,05), maka Ha diterima Artinya: (1) variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat (2) ada pengaruh di antara variabel yang diuji.

h. Uji Statistik F (Simultan)

Pengujian ini dilakukan secara bersama-sama untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

a. Ho diterima dan Ha ditolak apabila sig F > 0,05. Artinya variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

b. Ho diterima dan Ha ditolak apabila sig F < 0,05. Artinya variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

i. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya bertujuan untuk mengukur besarnya kontribusi variasi variable bebas terhadap variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R2 mempunyai interval antara 0 sampai 1(0 ≤R2 ≤ 1).[81] Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati

[81] Iman Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 19, Edisi 3, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), h. 97.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksikan variasi variabel dependen.[82]

Berikut tabel pedoman untuk memberikan interprestasi koefisien korelasi.[83]

Tabel 3.Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	**Tingkat Hubungan**
0.00-0.199	Sangat Rendah
0.20-0.399	Rendah
0.40-0.599	Sedang
0.60-0.799	Kuat
0.80-1.000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, 2014

[82]Iman Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi 3, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), h. 98.

[83]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung:Alfabeta, 2014), h. 242.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel X

Correlations

		X01	X02	X03	X04	X05	X06	Total
X01	*Pearson Correlation*	1	.714**	.722**	.651**	.605**	.690**	.838**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X02	*Pearson Correlation*	.714**	1	.805**	.682**	.720**	.693**	.885**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X03	*Pearson Correlation*	.722**	.805**	1	.688**	.688**	.688**	.881**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X04	*Pearson Correlation*	.651**	.682**	.688**	1	.593**	.772**	.850**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X05	*Pearson Correlation*	.605**	.720**	.688**	.593**	1	.807**	.848**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X06	*Pearson Correlation*	.690**	.693**	.688**	.772**	.807**	1	.898**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Total	*Pearson Correlation*	.838**	.885**	.881**	.850**	.848**	.898**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100
***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*								

Berdasarkan tabel 4.1 uji validitas variabel Citra Bank Syariah di atas, pengujian dilakukan menggunakan metode korelasi *Pearson Product Moment* di mana sebuah instrumen dinyatakan valid apabila memenuhi kriteria nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) lebih kecil dari 0,05 dan nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel*. Diketahui jumlah sampel (N) dalam penelitian ini adalah 100 responden, sehingga dengan tingkat signifikansi 5% diperoleh nilai *r tabel* sebesar 0,196. Hasil perhitungan pada tabel keluaran tersebut menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan (item X01 hingga X06) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti jauh lebih kecil dari batas probabilitas 0,05. Selain itu, seluruh butir pernyataan terbukti memiliki nilai *r hitung* yang bernilai positif dan melampaui nilai *r tabel* (0,196), dengan rentang nilai korelasi yang sangat kuat mulai dari 0,838 hingga 0,898. Adanya tanda bintang dua pada setiap nilai korelasi juga menegaskan bahwa hubungan tersebut sangat signifikan pada level 1%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan secara mutlak bahwa seluruh instrumen atau butir pernyataan pada variabel Citra Bank Syariah (X01 sampai X06) dinyatakan valid, yang berarti kuesioner tersebut sangat tepat untuk mengukur variabel penelitian dan datanya layak untuk dilanjutkan ke tahap pengujian selanjutnya.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Tabel 4.2 Uji validitas Variabel X2

Correlations								
		X201	X202	X203	X204	X205	X206	TotalX2
X201	*Pearson Correlation*	1	.670**	.637**	.571**	.666**	.720**	.854**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X202	*Pearson Correlation*	.670**	1	.657**	.460**	.588**	.560**	.784**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X203	*Pearson Correlation*	.637**	.657**	1	.593**	.651**	.651**	.842**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X204	*Pearson Correlation*	.571**	.460**	.593**	1	.739**	.662**	.812**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X205	*Pearson Correlation*	.666**	.588**	.651**	.739**	1	.579**	.849**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X206	*Pearson Correlation*	.720**	.560**	.651**	.662**	.579**	1	.839**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TotalX2	*Pearson Correlation*	.854**	.784**	.842**	.812**	.849**	.839**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100
***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*								

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Berdasarkan tabel 4.2 uji validitas variabel Religiusitas (X2) di atas, pengujian dilakukan menggunakan metode korelasi *Pearson Product Moment* di mana sebuah instrumen dinyatakan valid apabila memenuhi kriteria nilai signifikansi (*Sig. 2-tailed*) lebih kecil dari 0,05 dan nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel*. Diketahui jumlah sampel (N) dalam penelitian ini adalah 100 responden, sehingga dengan tingkat signifikansi 5% diperoleh estimasi nilai *r tabel* sebesar 0,196. Hasil perhitungan pada tabel keluaran tersebut menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan (item X201 hingga X206) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti nilainya jauh lebih kecil dari batas probabilitas 0,05. Selain itu, seluruh butir pernyataan terbukti memiliki nilai *r hitung* (*Pearson Correlation*) yang bernilai positif dan secara meyakinkan melampaui nilai *r tabel* (0,196), dengan rentang nilai korelasi yang tergolong sangat kuat yakni mulai dari 0,784 hingga 0,854. Adanya tanda bintang dua pada setiap nilai korelasi juga menegaskan bahwa hubungan tersebut sangat signifikan pada level 1% (0,01). Oleh karena itu, dapat disimpulkan secara mutlak bahwa seluruh instrumen atau butir pernyataan pada variabel Religiusitas (X201 sampai X206) dinyatakan valid, yang berarti kuesioner tersebut sangat layak dan tepat digunakan untuk mengukur variabel penelitian pada tahap pengujian selanjutnya.

Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Y

Correlations

		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	TotalY
Y01	*Pearson Correlation*	1	.577**	.592**	.535**	.656**	.513**	.767**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Y02	*Pearson Correlation*	.577**	1	.635**	.652**	.604**	.606**	.822**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y03	*Pearson Correlation*	.592**	.635**	1	.699**	.591**	.569**	.820**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y04	*Pearson Correlation*	.535**	.652**	.699**	1	.646**	.815**	.880**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y05	*Pearson Correlation*	.656**	.604**	.591**	.646**	1	.718**	.839**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y06	*Pearson Correlation*	.513**	.606**	.569**	.815**	.718**	1	.853**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TotalY	*Pearson Correlation*	.767**	.822**	.820**	.880**	.839**	.853**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100
***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*								

Berdasarkan tabel 4.3 uji validitas variabel Keputusan Bertransaksi (Y) di atas, pengujian dilakukan menggunakan metode korelasi *Pearson Product Moment* di mana sebuah instrumen dinyatakan valid apabila memenuhi kriteria nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) lebih kecil dari 0,05 dan nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel*. Diketahui jumlah sampel (N) dalam penelitian ini adalah 100 responden, sehingga

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

dengan tingkat signifikansi 5% diperoleh estimasi nilai *r tabel* sebesar 0,196. Hasil perhitungan pada tabel keluaran tersebut menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan (item Y01 hingga Y06) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti nilainya jauh lebih kecil dari batas probabilitas 0,05. Selain itu, seluruh butir pernyataan terbukti memiliki nilai *r hitung* (*Pearson Correlation*) yang bernilai positif dan secara meyakinkan melampaui nilai *r tabel* (0,196), dengan rentang nilai korelasi yang tergolong kuat hingga sangat kuat yakni mulai dari 0,767 hingga 0,880. Adanya tanda bintang dua pada setiap nilai korelasi juga menegaskan bahwa hubungan tersebut sangat signifikan pada level 1% (0,01). Oleh karena itu, dapat disimpulkan secara mutlak bahwa seluruh instrumen atau butir pernyataan pada variabel Keputusan Bertransaksi (Y01 sampai Y06) dinyatakan valid, yang berarti kuesioner tersebut sangat layak dan tepat digunakan untuk mengukur variabel penelitian pada tahap pengujian selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	*N of Items*
.810	7

Berdasarkan Tabel 4.4 mengenai uji reliabilitas variabel Citra Bank Syariah (X) di atas, pengujian ini bertujuan untuk mengukur tingkat konsistensi dan keandalan instrumen (kuesioner) penelitian. Suatu variabel dinyatakan reliabel atau handal apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari standar minimum yang umum ditetapkan dalam penelitian akademik, yaitu 0,60. Berdasarkan tabel keluaran *Reliability Statistics* tersebut, diketahui bahwa pengujian dilakukan terhadap

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

7 butir pernyataan (*N of Items*). Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh adalah sebesar 0,810. Karena nilai *Cronbach's Alpha* tersebut (0,810) jauh lebih besar dari kriteria batas minimal 0,60, maka dapat disimpulkan secara meyakinkan bahwa instrumen kuesioner untuk variabel Citra Bank Syariah (X) dinyatakan sangat reliabel. Hal ini membuktikan bahwa alat ukur yang digunakan memiliki tingkat konsistensi yang tinggi dan sangat dapat diandalkan untuk mengumpulkan data, serta akan memberikan hasil pengukuran yang relatif stabil dan konsisten meskipun diujikan kembali pada responden yang sama di waktu yang berbeda.

Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	*N of Items*
.804	7

Tabel 4.5 menyajikan hasil uji reliabilitas untuk variabel Religiusitas (X2) yang bertujuan untuk mengukur tingkat konsistensi dan keandalan instrumen kuesioner penelitian. Sesuai dengan kaidah metodologi penelitian kuantitatif, suatu variabel dinyatakan reliabel atau handal apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari standar minimum yang umum ditetapkan, yaitu 0,60. Melalui data keluaran *Reliability Statistics* pada tabel tersebut, diketahui bahwa pengujian dilakukan terhadap 7 butir pernyataan (*N of Items*). Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh adalah sebesar 0,804. Mengingat nilai *Cronbach's Alpha* tersebut (0,804) terbukti lebih besar dan melampaui kriteria batas minimal 0,60, maka dapat disimpulkan secara meyakinkan

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

bahwa instrumen kuesioner untuk variabel Religiusitas (X2) dinyatakan sangat reliabel. Hal ini menegaskan bahwa alat ukur yang digunakan memiliki tingkat konsistensi yang tinggi, sehingga sangat dapat diandalkan untuk menghasilkan data penelitian yang stabil dan akurat.

Tabel 4.6 Uji Reliabiltas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	*N of Items*
.804	7

Tabel 4.6 menyajikan hasil uji reliabilitas untuk variabel Keputusan Bertransaksi (Y) yang bertujuan untuk mengukur tingkat konsistensi dan keandalan instrumen kuesioner penelitian. Sesuai dengan kaidah metodologi penelitian kuantitatif, suatu variabel dinyatakan reliabel atau handal apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari standar minimum yang umum ditetapkan, yaitu 0,60. Melalui data keluaran *Reliability Statistics* pada tabel tersebut, diketahui bahwa pengujian dilakukan terhadap 7 butir pernyataan (*N of Items*). Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* yang diperoleh adalah sebesar 0,804. Mengingat nilai *Cronbach's Alpha* tersebut (0,804) terbukti lebih besar dan melampaui kriteria batas minimal 0,60, maka dapat disimpulkan secara meyakinkan bahwa instrumen kuesioner untuk variabel Keputusan Bertransaksi (Y) dinyatakan sangat reliabel. Hal ini menegaskan bahwa alat ukur yang digunakan memiliki tingkat konsistensi yang tinggi, sehingga sangat dapat diandalkan untuk menghasilkan data penelitian yang stabil dan akurat.

3. Uji Normalitas

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Tabel 4.7 Uji Normalitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X	.198	100	.000	.898	100	.000
X2	.144	100	.000	.859	100	.000
Y	.236	100	.000	.877	100	.000
a. Lilliefors Significance Correction						

Berdasarkan Tabel 4.7 mengenai hasil uji normalitas, pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi data dari masing-masing variabel penelitian menyebar secara normal atau tidak dengan menggunakan dua metode statistik standar, yaitu uji *Kolmogorov-Smirnov* dan uji *Shapiro-Wilk*. Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan dalam metodologi kuantitatif, sebuah data dinyatakan berdistribusi normal apabila memiliki nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05. Namun, berdasarkan hasil keluaran statistik dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, diketahui bahwa nilai signifikansi untuk seluruh variabel penelitian—yakni Citra Bank Syariah, Religiusitas (X2), dan Keputusan Bertransaksi (Y)—pada kedua uji tersebut secara seragam menunjukkan angka sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi tersebut (0,000) terbukti jauh lebih kecil dari standar batas probabilitas 0,05, maka dapat disimpulkan secara meyakinkan bahwa data pada penelitian ini tidak berdistribusi secara normal. Kondisi ketidaknormalan distribusi data ini berimplikasi pada penentuan alat analisis lanjutan, di mana peneliti sangat disarankan untuk menggunakan pendekatan statistik non-parametrik yang kebal terhadap asumsi normalitas seperti *Partial Least Squares* (SmartPLS), atau melakukan prosedur transformasi data terlebih dahulu jika analisis tetap ingin

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

dilanjutkan menggunakan pendekatan parametrik seperti regresi linier berganda pada SPSS.

4. Uji *Heteroskedastisitas*

Tabel 4.8 Uji *Heteroskedeastisitas*

Coefficients[a]						
Model		*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*	*t*	*Sig.*
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.941	1.350		2.179	.032
	X	-.022	.067	-.048	-.324	.747
	X2	-.037	.072	-.075	-.511	.611
a. Dependent Variable: Abs_RES						

Tabel 4.8 menyajikan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode uji *Glejser*, yang ditandai dengan diregresikannya variabel-variabel independen terhadap nilai absolut residualnya (Abs_RES). Pengujian ini bertujuan untuk mendeteksi apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain di dalam model regresi. Sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan akademik pada uji *Glejser*, sebuah model regresi dinyatakan terbebas dari masalah heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi (*Sig*.) dari masing-masing variabel independen bernilai lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil keluaran statistik pada tabel *Coefficients* tersebut, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel Citra Bank Syariah sebesar 0,747 dan variabel Religiusitas (X2) sebesar 0,611. Mengingat kedua nilai signifikansi tersebut terbukti jauh lebih besar dari standar batas probabilitas 0,05 (0,747 > 0,05 dan 0,611 > 0,05), maka dapat disimpulkan secara meyakinkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model penelitian ini. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi memiliki varians residual yang konstan (*homoskedastik*), sehingga model tersebut memenuhi salah satu

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

syarat uji asumsi klasik dan sangat layak digunakan untuk memprediksi variabel Keputusan Bertransaksi.

5. Uji Multikolonieritas

Tabel 4.9 Uji Multikolonieritas

Collinearity Diagnostics[a]						
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	X	X2
1	1	2.987	1.000	.00	.00	.00
	2	.009	18.413	.90	.27	.04
	3	.004	27.772	.10	.73	.96
a. Dependent Variable: Y						

Tabel 4.9 menyajikan hasil uji multikolinearitas menggunakan pendekatan *Collinearity Diagnostics* yang bertujuan untuk mendeteksi ada tidaknya korelasi yang terlalu kuat atau tumpang tindih antar variabel independen di dalam model regresi. Pengambilan keputusan pada metode ini merujuk pada nilai *Condition Index* (CI), di mana sebuah model regresi secara umum dinyatakan terbebas dari masalah multikolinearitas yang serius (fatal) apabila nilai *Condition Index* berada di bawah batas angka 30. Merujuk pada data keluaran statistik tersebut, terlihat bahwa nilai *Condition Index* berada pada angka 1,000 (dimensi 1), 18,413 (dimensi 2), dan nilai tertingginya mencapai 27,772 (dimensi 3). Mengingat angka tertinggi dari *Condition Index* tersebut (27,772) masih berada di bawah ambang batas kritis 30, maka dapat disimpulkan secara akademis bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas yang parah antar variabel independen, yaitu Citra Bank Syariah dan Religiusitas (X2). Dengan demikian, model regresi ini dinilai masih cukup layak dan telah memenuhi kriteria uji asumsi klasik untuk dilanjutkan penggunaannya dalam memprediksi variabel Keputusan Bertransaksi (Y).

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

6. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.10 Uji Regresi linear Berganda

Coefficients[a]						
Model		*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*	*t*	*Sig.*
		B	Std. Error	Beta		
1	(*Constant*)	6.928	1.873		3.699	.000
	X	.446	.093	.492	4.798	.000
	X2	.275	.100	.281	2.738	.007
a. Dependent Variable: Y						

Berdasarkan Tabel 4.10 mengenai hasil uji regresi linier berganda, pengujian ini bertujuan untuk mengukur arah dan besaran pengaruh variabel independen (Citra Bank Syariah dan Religiusitas) terhadap variabel dependen (Keputusan Bertransaksi). Merujuk pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian B, dapat dibentuk persamaan matematis regresi yaitu Y = 6,928 + 0,446X1 + 0,275X2. Nilai konstanta sebesar 6,928 menunjukkan bahwa apabila variabel Citra Bank Syariah dan Religiusitas diasumsikan bernilai nol atau konstan, maka besaran Keputusan Bertransaksi bernilai positif sebesar 6,928. Koefisien regresi untuk variabel Citra Bank Syariah menunjukkan angka positif sebesar 0,446, yang mengartikan bahwa setiap peningkatan satu satuan persepsi Citra Bank Syariah akan mendorong peningkatan Keputusan Bertransaksi sebesar 0,446. Demikian pula, koefisien regresi variabel Religiusitas menunjukkan angka positif sebesar 0,275, yang berarti setiap peningkatan satu satuan tingkat Religiusitas akan meningkatkan Keputusan Bertransaksi sebesar 0,275. Lebih lanjut, untuk menguji hipotesis secara parsial (uji t), tabel tersebut memperlihatkan bahwa variabel Citra Bank Syariah memiliki nilai signifikansi 0,000 dan variabel Religiusitas memiliki nilai signifikansi 0,007. Karena kedua nilai signifikansi tersebut terbukti jauh lebih kecil dari standar batas

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

probabilitas 0,05 (0,000 < 0,05 dan 0,007 < 0,05), maka dapat ditarik kesimpulan secara meyakinkan bahwa Citra Bank Syariah dan Religiusitas masing-masing memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Bertransaksi di Bank Syariah Kota Parepare.

Uji Statistik t (Parsial)

Tabel 4.11 uji T

Coefficients[a]						
Model		*Unstandardized Coefficients*		*Standardized Coefficients*	*t*	*Sig.*
		B	Std. Error	Beta		
1	*(Constant)*	6.928	1.873		3.699	.000
	X	.446	.093	.492	4.798	.000
	X2	.275	.100	.281	2.738	.007
a. Dependent Variable: Y						

Tabel 4.11 menyajikan hasil pengujian hipotesis secara parsial atau uji statistik t, yang bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari masing-masing variabel independen (Citra Bank Syariah dan Religiusitas) terhadap variabel dependen (Keputusan Bertransaksi) secara individual. Kriteria pengambilan keputusan pada uji ini menetapkan bahwa sebuah variabel independen dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan apabila nilai probabilitas signifikansi (*Sig.*) lebih kecil dari taraf nyata 0,05. Merujuk pada data keluaran tersebut, pengujian untuk variabel Citra Bank Syariah menghasilkan nilai t hitung sebesar 4,798 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi tersebut jauh lebih kecil dari standar probabilitas 0,05, maka hipotesis pertama diterima, yang menegaskan bahwa Citra Bank Syariah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Bertransaksi. Sementara itu, hasil pengujian untuk variabel Religiusitas menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,738 dengan nilai signifikansi sebesar 0,007.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Karena nilai signifikansi tersebut juga terbukti lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis kedua turut diterima. Hal ini memberikan kesimpulan akademis yang solid bahwa tingkat Religiusitas secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Bertransaksi nasabah di Bank Syariah Kota Parepare.

7. Uji Statistik F (*Simultan*)

Tabel. 4.12 Uji F

ANOVA[a]

Model		*Sum of Squares*	*df*	*Mean Square*	*F*	*Sig.*
1	Regression	463.293	2	231.646	53.063	.000[b]
	Residual	423.457	97	4.366		
	Total	886.750	99			

a. Dependent Variable: TotalY

b. *Predictors: (Constant), X2, X*

Tabel 4.12 menyajikan hasil pengujian statistik F (uji simultan) yang bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen di dalam model penelitian, yakni Citra Bank Syariah (X) dan Religiusitas (X2), secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Bertransaksi (Y). Kriteria pengambilan keputusan pada pengujian ini didasarkan pada nilai probabilitas signifikansi, di mana sebuah model regresi dinyatakan signifikan dan layak (*goodness of fit*) apabila nilai Sig. lebih kecil dari taraf nyata 0,05. Melalui data keluaran tabel ANOVA tersebut, diperoleh nilai F hitung sebesar 53,063 dengan tingkat probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi tersebut terbukti jauh lebih kecil dari standar batas probabilitas 0,05 (0,000 < 0,05), maka hipotesis penelitian dapat diterima secara meyakinkan. Hal ini memberikan kesimpulan akademis bahwa variabel Citra Bank Syariah dan Religiusitas secara

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

simultan (bersama-sama) memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Bertransaksi nasabah, serta menegaskan bahwa model regresi yang dibangun sangat layak untuk digunakan dalam memprediksi fenomena tersebut.

8. Uji R^2 (*Koefisien Determinasi*)

Tabel 4.13 uji R^2

Model Summary

Model	R	*R Square*	Adjusted *R Square*	*Std. Error of the Estimate*
1	.723[a]	.522	.513	2.089

a. Predictors: (Constant), X2, X

Tabel 4.13 menyajikan hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) yang bertujuan untuk mengukur seberapa besar proporsi atau persentase variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan secara simultan oleh variasi variabel-variabel independen di dalam model regresi. Merujuk pada tabel keluaran *Model Summary* tersebut, diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,522. Angka ini mengandung makna akademis bahwa kemampuan variabel Citra Bank Syariah dan Religiusitas secara bersama-sama dalam menjelaskan fluktuasi atau perubahan pada variabel Keputusan Bertransaksi adalah sebesar 52,2%. Sementara itu, sisa varians sebesar 47,8% (yang diperoleh dari perhitungan matematis 100% dikurangi 52,2%) dijelaskan atau dipengaruhi oleh faktor-faktor maupun variabel prediktor lain di luar model regresi yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Di samping itu, nilai *R* yang tercatat sebesar 0,723 turut mengindikasikan bahwa terdapat hubungan korelasi yang tergolong kuat antara variabel-variabel independen tersebut terhadap variabel dependennya.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Citra Bank Syariah terhadap Keputusan Bertransaksi pada bank syariah di Kota Parepare

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Hasil pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) membuktikan bahwa variabel Citra Bank Syariah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Bertransaksi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t-hitung sebesar 4,798 yang diiringi dengan nilai signifikansi 0,000 (jauh di bawah batas toleransi 0,05). Selain itu, koefisien regresi untuk variabel ini bernilai positif sebesar 0,446.

Temuan ini mengindikasikan bahwa persepsi publik terhadap identitas institusi perbankan memegang peranan krusial. Citra bank syariah yang melekat di Kota Parepare seperti reputasi yang unggul, kredibilitas manajerial, pelayanan yang profesional, serta identitas kuat sebagai entitas bebas riba secara nyata memicu keyakinan nasabah. Nilai koefisien positif sebesar 0,446 bermakna bahwa setiap peningkatan kualitas citra bank akan berdampak langsung pada lonjakan minat dan keputusan masyarakat untuk membuka rekening maupun melakukan transaksi. Dengan kata lain, nasabah di Kota Parepare sangat rasional dan kritis; mereka tidak hanya melihat label "syariah", tetapi juga mempertimbangkan kualitas, keamanan, dan reputasi bank tersebut di tengah masyarakat.

Kebermaknaan pengaruh citra perbankan terhadap keputusan nasabah ini sangat sejalan dan dapat dijelaskan secara komprehensif melalui kerangka konseptual *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen. Dalam optik teori perilaku ini, keputusan nasabah untuk bertransaksi bukanlah sebuah tindakan yang bersifat kebetulan atau spontan, melainkan suatu perilaku yang terencana (*planned behavior*) yang dipicu secara langsung oleh sikap afirmatif individu terhadap perilaku tersebut[84]. Hal ini bersinggungan erat dengan konsep yang diutarakan oleh Philip Kotler, di mana citra institusi dipahami sebagai wujud

[84] Icek Ajzen, *Attitudes, Personality and Behaviour*, 2nd Editio (Berkshire: McGraw-Hill Education (UK), 2005)., h 117

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

akumulasi dari serangkaian keyakinan, ide, serta kesan mendalam yang dimiliki masyarakat terhadap suatu objek tertentu. Ketika masyarakat Kota Parepare menangkap sinyal yang sangat positif berupa kredibilitas layanan, integritas profesional, dan kejelasan identitas anti-riba yang kuat dari sebuah bank syariah, hal tersebut secara perlahan menjelma menjadi dorongan psikologis yang kuat. Sikap positif yang terbentuk inilah yang kemudian secara efektif merangsang niat perilaku (*behavioral intention*) dan pada akhirnya bermuara pada keputusan aktual untuk melakukan transaksi finansial[85]. Kondisi ini secara tegas mengonfirmasi bahwa citra institusi tidak sekadar menjadi ornamen pemasaran, melainkan beroperasi secara fungsional sebagai pemicu kognitif sentral dalam mengarahkan perilaku terencana konsumen.

Temuan empiris yang membuktikan kuatnya pengaruh citra bank syariah terhadap keputusan bertransaksi mendapatkan resonansi yang sangat relevan dengan riset Arwin, Ulandari, dan Muhammadun mengenai eksplorasi pengetahuan produk pada karyawan di Bank Muamalat KC Parepare. Citra institusi perbankan pada praktiknya tidak berdiri sendiri, melainkan dikonstruksi secara masif oleh garda terdepan pelayanannya, yakni para karyawan. Ketika publik Parepare menangkap sinyal kredibilitas dari pelayanan yang profesional dan edukasi produk yang transparan, hal tersebut secara efektif menstimulasi kepercayaan mereka[86]. Lebih jauh, keberhasilan pembentukan citra ini juga sejalan dengan tesis Arwin, Sutrisno, dan Hamka yang menyoroti urgensi sosialisasi perbankan syariah ke tengah

[85] Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, ed. by Bob Sabran, 15th ed. (Jakarta: Pearson Education, 2016)., h 403

[86] Arwin Arwin, Dewianti Ulandari, and Muzdalifah Muhammadun, 'Exploration of Employee Knowledge about Financing Products: A Study at Bank Muamalat KC Parepare', Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah, 10.2 (2025), 483–506.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

masyarakat. Sosialisasi dan literasi yang memadai terbukti ampuh meruntuhkan keraguan, sehingga persepsi positif yang lahir sebagaimana dijelaskan dalam kerangka *Theory of Planned Behaviour* langsung bermetamorfosis menjadi niat dan keputusan transaksi yang kokoh[87].

Secara empiris, temuan yang dihasilkan dalam penelitian ini turut memperkuat serta memberikan benang merah yang sangat jelas terhadap literatur dan penelitian-penelitian terdahulu yang relevan. Terdapat konsistensi esensial dengan temuan yang dikemukakan oleh Susena, Irwanto, dan Priandi (2019), yang dalam kajiannya menitikberatkan pada peranan faktor kepercayaan nasabah sebagai fondasi utama dalam pengambilan keputusan memilih produk pembiayaan syariah. Di samping itu, hasil ini juga selaras dan mengafirmasi temuan dari Sri Ananda Dewi (2023) yang secara khusus menyoroti betapa krusialnya persepsi publik dan kualitas pelayanan dalam menentukan keputusan masyarakat untuk menggunakan produk perbankan di wilayah Kota Parepare. Kajian yang dilakukan ini pada dasarnya memberikan penegasan lebih lanjut bahwa berbagai elemen turunan yang dikaji pada penelitian sebelumnya seperti kualitas pelayanan yang unggul, rasa aman, dan tingkat kepercayaan masyarakat sesungguhnya bermuara dan terangkum secara holistik di dalam variabel utama yaitu Citra Bank Syariah. Dengan demikian, dapat disintesiskan secara meyakinkan bahwa citra yang terbangun secara solid di mata publik tidak hanya sekadar berfungsi untuk memicu minat awal nasabah, tetapi lebih jauh lagi bertindak sebagai jangkar strategis yang memastikan terjaganya loyalitas masyarakat untuk menjadikan bank syariah sebagai mitra utama.

[87] Arwin Arwin and others, 'Increasing The Knowledge Of Tasiwalie Village Communities About Sharia Banks In Indonesia Through Sharia Banking Socialization', *AL-MULK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1.1 (2023), 13–23

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Dalam ekosistem perbankan syariah, kepercayaan publik dan reputasi institusi tidak terbangun dari sekadar label, melainkan dari komitmen kuat untuk menunaikan tanggung jawab secara transparan dan proporsional. Islam menggarisbawahi bahwa setiap bentuk pengelolaan dana masyarakat adalah titipan yang harus dijaga dengan integritas tinggi, di mana keadilan dan sikap amanah menjadi fondasi utama keberlangsungan bisnis. Kriteria institusi yang baik dalam Islam adalah mereka yang mampu memelihara citra kelembagaannya melalui pemenuhan hak-hak nasabah secara adil dan terpercaya, sebagaimana yang diisyaratkan dalam firman Allah SWT pada Q.S. An-Nisa: 58:

۞ اِنَّ اللّٰهَ يَأْمُرُكُمْ اَنْ تُؤَدُّوا الْاَمٰنٰتِ اِلٰٓى اَهْلِهَاۙ وَاِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ اَنْ تَحْكُمُوْا بِالْعَدْلِۗ اِنَّ اللّٰهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهٖۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ سَمِيْعًاۢ بَصِيْرًا

Terjemahnya:

> Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.

Ayat ini merepresentasikan fondasi utama dari terbentuknya citra bank syariah, yaitu sifat amanah (dapat dipercaya) dan adil (profesional/proporsional). Kepercayaan masyarakat Kota Parepare terhadap citra bank syariah lahir dari keyakinan bahwa institusi tersebut mampu menjaga titipan dana dan menyalurkannya sesuai prinsip keadilan tanpa unsur eksploitasi. Ketika sebuah bank syariah membuktikan dirinya sebagai pemegang amanah yang berintegritas tinggi, masyarakat secara rasional akan memandangnya sebagai entitas yang aman, sehingga memicu keputusan bertransaksi yang mantap.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2. Pengaruh Religiusitas terhadap Keputusan Bertransaksi pada bank syariah di Kota Parepare

Pengujian parsial (Uji t) pada variabel Religiusitas turut membuahkan hasil yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Bertransaksi. Bukti empiris ini terlihat dari perolehan nilai t-hitung sebesar 2,738 dengan tingkat signifikansi mencapai 0,007 (lebih kecil dari 0,05). Adapun koefisien regresinya menunjukkan angka positif sebesar 0,275.

Data ini memberikan penegasan bahwa dorongan spiritual dan pemahaman agama (religiusitas) individu merupakan fondasi penting yang mengarahkan perilaku ekonominya. Masyarakat Kota Parepare yang memiliki pemahaman agama yang baik, keyakinan yang kuat terhadap kewajiban menjalankan syariat Islam, serta kesadaran untuk menjauhi transaksi ribawi, cenderung mengambil keputusan finansial yang selaras dengan nilai-nilai ibadahnya . Ketenangan batin dan harapan akan keberkahan rezeki menjadi motivasi intrinsik yang kuat. Nilai signifikansi yang memenuhi syarat membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seorang nasabah, maka semakin mantap pula keputusannya untuk memprioritaskan perbankan syariah dalam setiap aktivitas transaksinya.

Temuan mengenai signifikansi variabel religiusitas ini dapat dianalisis secara mendalam dan komprehensif melalui lensa *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang dikemukakan oleh Icek Ajzen. Dalam konstruksi teori perilaku tersebut, keputusan dan tindakan seseorang sangat dipengaruhi oleh norma subjektif serta keyakinan normatif (*normative beliefs*) yang melekat secara fundamental pada dirinya[88]. Religiusitas dalam konteks ini beroperasi sebagai sistem nilai internal yang

[88] Icek Ajzen, *Attitudes, Personality and Behaviour*, 2nd Editio (Berkshire: McGraw-Hill Education (UK), 2005, h 119

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

membentuk norma esensial bagi masyarakat Kota Parepare. Sebagaimana definisi konseptual religiusitas yang tidak sekadar diukur dari rutinitas pelaksanaan ibadah formal semata, melainkan juga mencakup penghayatan mendalam mengenai bagaimana nilai-nilai agama mengintervensi cara berpikir dan bertindak, termasuk dalam domain ekonomi. Tingkat keyakinan yang kuat terhadap kewajiban mematuhi syariat Islam dan menjauhi larangan riba menciptakan sebuah kontrol perilaku yang terarah. Dorongan spiritual transendental ini pada akhirnya bermetamorfosis menjadi niat perilaku yang sangat kukuh, sehingga individu merasa memiliki kewajiban moral untuk secara sadar menyelaraskan setiap keputusan finansialnya dengan ajaran agama demi meraih ketenangan batin dan keberkahan[89].

Kekuatan dorongan spiritual sebagai norma subjektif yang memicu keputusan bertransaksi nasabah sangat koheren dengan tren temuan sosiologi ekonomi di wilayah Parepare. Penegasan bahwa religiusitas bukan sekadar keyakinan pasif melainkan penggerak rasionalitas ekonomi didukung secara empiris oleh penelitian Hussaina, Arwin, dkk. Dalam riset tersebut, religiusitas terbukti bertindak sebagai variabel sentral yang memoderasi keputusan-keputusan vital bernilai ekonomi di tengah masyarakat[90]. Hal ini bersinggungan langsung dengan temuan saya; masyarakat Parepare yang memegang teguh syariat dan memiliki kesadaran tinggi untuk menjauhi transaksi ribawi (merujuk pada Q.S. Al-Baqarah: 275) akan secara otomatis memprioritaskan bank syariah. Kondisi ini juga diperkuat oleh kajian Mahmud dan Addury, mengenai pengaruh *Islamic lifestyle*, di mana orientasi hidup

[89] Djamaludin Ancok and Fuad Nashori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*, Cet. 8 (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011)., h 77–78

[90] Raisya Zahra Hussaina and others, 'The Moderating Effect of Religiosity on the Influence of Bridal Money and Living Expenses on Men's Marriages in the City of Parepare', *Adz-Dzahab: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 11.1 (2026), 17–33.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

yang religius secara definitif menyaring dan mengarahkan preferensi ekonomi masyarakat, sehingga keputusan finansial mereka semata-mata ditujukan untuk meraih keberkahan hidup[91].

Lebih lanjut, pembuktian empiris mengenai pengaruh religiusitas ini memberikan dimensi baru sekaligus memperkaya khazanah temuan dari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan. Meskipun kajian empiris yang dilakukan oleh Susena, Irwanto, dan Priandi (2019) serta penelitian dari Sri Ananda Dewi (2023) lebih memfokuskan analisisnya pada determinan eksternal seperti kualitas pelayanan, promosi, persepsi, dan kepercayaan publik, temuan penelitian ini berhasil menjembatani dan mengisi celah empiris (*research gap*) pada aspek internal psikologis nasabah. Rasa kepercayaan yang tinggi serta adanya kebutuhan spesifik masyarakat Kota Parepare terhadap produk perbankan, sebagaimana yang disoroti secara tajam oleh penelitian Sri Ananda Dewi, pada hakikatnya tidak dapat direduksi atau dilepaskan dari akar religiusitas yang tertanam kuat dalam kultur masyarakat setempat. Kebutuhan akan produk perbankan syariah tersebut terbukti bukan sekadar lahir dari kalkulasi rasionalitas ekonomi pragmatis semata, melainkan merupakan wujud manifestasi konkret dari kebutuhan spiritual untuk bertransaksi secara aman dan halal. Dengan demikian, penelitian ini secara meyakinkan melengkapi postulat sebelumnya dengan menegaskan bahwa religiusitas adalah motor penggerak intrinsik utama yang mendasari terbangunnya kepercayaan nasabah terhadap bank syariah.

Keputusan ekonomi seorang Muslim pada hakikatnya tidak dapat dipisahkan dari dimensi spiritualitas dan ketaatannya terhadap prinsip-prinsip syariat.

[91] Reski Mahmud and others, 'How Islamic Lifestyle Affects Housewives' Responses to Product Availability, Service Quality, and Promotions in the Use of the Alfagift Application in Parepare City', *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 8.1 (2026) <https://doi.org/10.24256/kharaj.v8i1.9449>.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Religiusitas yang mendalam akan menuntun seorang individu untuk bersikap kritis dalam memilih instrumen keuangan, dengan motivasi utama untuk mencari keberkahan dan membebaskan diri dari jerat transaksi yang mengeksploitasi. Larangan tegas terhadap praktik yang merugikan tersebut, yang sekaligus menjadi batas demarkasi antara transaksi ekonomi yang dihalalkan dan diharamkan, telah ditetapkan secara absolut dalam Q.S. Al-Baqarah: 275:

...وَاَحَلَّ اللّٰهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبٰواۗ فَمَنْ جَاۤءَهٗ مَوْعِظَةٌ مِّنْ رَّبِّهٖ فَانْتَهٰى فَلَهٗ مَا سَلَفَۗ وَاَمْرُهٗٓ اِلَى اللّٰهِۗ وَمَنْ عَادَ فَاُولٰۤىِٕكَ اَصْحٰبُ النَّارِۚ هُمْ فِيْهَا خٰلِدُوْنَ "

Terjemahnya:

> Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Sikap nasabah yang memilih untuk menjauhi sistem ribawi dan beralih pada produk perbankan syariah bersumber dari ketundukan mutlak terhadap ketetapan Allah pada ayat di atas. Bagi masyarakat Kota Parepare yang memiliki tingkat pemahaman dan pengamalan agama yang kuat, ketentuan ini beroperasi sebagai norma subjektif tertinggi. Dorongan religiusitas ini menciptakan urgensi moral di mana transaksi ekonomi bukan sekadar instrumen meraup keuntungan finansial, melainkan bagian dari ibadah dan bentuk kepatuhan untuk menghindari dosa. Hal inilah yang menjadi motivasi intrinsik terkuat dalam mengarahkan keputusan bertransaksi mereka.

3. Pengaruh Simultan Citra Bank Syariah dan Religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam bertransaksi pada bank syariah di Kota Parepare

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Pengujian hipotesis secara bersama-sama (Uji F / Simultan) mencatatkan nilai F-hitung yang sangat tinggi, yakni sebesar 53,063 dengan tingkat probabilitas signifikansi 0,000 (< 0,05). Di samping itu, pengujian koefisien determinasi (*R Square*) menghasilkan nilai 0,522, yang berarti kedua variabel independen tersebut berkontribusi sebesar 52,2% dalam menjelaskan variabel dependen.

Integrasi antara faktor eksternal (institusi) dan internal (individu) ini memberikan gambaran perilaku konsumen yang utuh. Secara simultan, Citra Bank Syariah dan Religiusitas merupakan prediktor yang sangat kuat dan valid dalam menentukan Keputusan Bertransaksi. Angka determinasi sebesar 52,2% adalah pencapaian model yang sangat baik dalam penelitian ilmu sosial, yang mengartikan bahwa lebih dari separuh alasan masyarakat Kota Parepare memilih bertransaksi di bank syariah didorong oleh kombinasi antara kepercayaan terhadap reputasi bank yang profesional (Citra) dan kepatuhan mereka terhadap syariat Islam (Religiusitas). Sisa persentase lainnya (47,8%) dipengaruhi oleh faktor di luar model ini, seperti lokasi, fitur layanan digital, fasilitas, atau strategi promosi.

Keberhasilan model regresi ini dalam membuktikan pengaruh simultan yang sangat signifikan dapat dijelaskan secara komprehensif melalui pisau analisis *Theory of Planned Behaviour* (TPB) yang digagas oleh Icek Ajzen. Dalam konstruksi TPB, sebuah tindakan atau keputusan yang terencana merupakan hasil akumulasi yang sinergis dari berbagai determinan, baik yang bersifat evaluasi rasional maupun keyakinan normatif[92]. Kombinasi antara variabel Citra Bank Syariah dan Religiusitas sesungguhnya merepresentasikan perpaduan yang sangat ideal antara stimulus eksternal institusi dan dorongan internal psikologis individu. Citra institusi yang

[92] Icek Ajzen, *Attitudes, Personality and Behaviour*, 2nd Editio (Berkshire: McGraw-Hill Education (UK), 2005, h 120

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

unggul beroperasi untuk membentuk sikap afirmatif secara rasional (*attitude toward behavior*), sedangkan religiusitas bertindak sebagai pedoman moral serta norma subjektif yang mengontrol arah niat tersebut. Ketika masyarakat Kota Parepare dihadapkan pada sebuah institusi perbankan yang tidak hanya menjanjikan keandalan profesionalisme dan reputasi yang kokoh sebagaimana postulat Philip Kotler tetapi juga secara konsisten memfasilitasi tuntutan kepatuhan spiritual mereka, maka akan tercipta sebuah konvergensi keyakinan yang sangat solid[93]. Sinergi yang harmonis antara kedua dimensi inilah yang secara nyata mampu memicu dan mengeskalasi niat perilaku konsumen secara holistik, sehingga pada akhirnya bermuara pada manifestasi keputusan bertransaksi yang terencana, terukur secara rasional, sekaligus sarat akan nilai-nilai transendental.

Konvergensi antara stimulus eksternal (citra institusi) dan dorongan internal (religiusitas) yang mendominasi 52,2% keputusan nasabah merepresentasikan sebuah ekosistem ekonomi Islam yang paripurna. Sinergi ini berkelindan erat dengan paradigma yang diusung oleh Jayansyah, Arwin, dkk. mengenai peranan etika bisnis Islam dalam merawat dinamika pasar di Kota Parepare. Keseimbangan (ekuilibrium) yang terpotret dari hasil uji simultan ini menegaskan bahwa nasabah modern menuntut integritas ganda: mereka menginginkan institusi finansial yang andal secara operasional namun tetap otentik dalam memfasilitasi kepatuhan teologis mereka. Tuntutan akan pelaksanaan konsep Islam *Kaffah* dalam bermuamalah menjadikan kombinasi variabel citra dan religiusitas sebagai prediktor yang tidak terpisahkan[94].

[93] Philip Kotler and Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, ed. by Bob Sabran, 15th ed. (Jakarta: Pearson Education, 2016)., h 197

[94] Aldi Jayansyah and others, 'Etika Bisnis Islam Memoderasi Pengaruh Tarif Dan Persaingan Bisnis Terhadap Kesejahteraan Sopir Berbasis Di Kota Parepare', *Margin Eco: Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis*, 10.1 (2026), 65–78 <https://doi.org/10.32764/margineco.v10i1.7136>.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Oleh karena itu, temuan ini sukses memvalidasi literatur sebelumnya dengan menegaskan bahwa tata kelola perbankan yang bereputasi tinggi hanya akan mencapai penetrasi pasar yang maksimal apabila selaras dengan denyut religiusitas kultural masyarakat setempat.

Secara empiris, temuan mengenai kuatnya pengaruh simultan ini secara brilian mampu menyintesiskan serta mengafirmasi dinamika yang ditemukan pada literatur penelitian terdahulu, sekaligus memberikan wawasan konseptual yang jauh lebih utuh. Kajian akademik yang dilakukan oleh Susena, Irwanto, dan Priandi (2019) serta penelitian dari Sri Ananda Dewi (2023) sebelumnya telah memotret pentingnya variabel-variabel eksternal seperti kualitas pelayanan, efektivitas promosi, hingga terbentuknya persepsi positif dan kepercayaan nasabah. Penelitian ini secara strategis berhasil melengkapi celah pemahaman tersebut dengan membuktikan secara kuantitatif bahwa seluruh instrumen layanan dan perseptual tersebut (yang secara komprehensif terangkum dalam bingkai Citra Bank Syariah) akan bekerja jauh lebih masif dan berdaya guna apabila berkolaborasi dengan fondasi religiusitas yang berakar kuat di dalam diri nasabah. Besaran kontribusi determinasi sebesar 52,2% menjadi bukti empiris yang tidak terbantahkan bahwa masyarakat Kota Parepare menuntut sebuah ekuilibrium atau keseimbangan; mereka secara sadar membutuhkan mitra finansial yang kredibel secara profesional, sekaligus sangat otentik dalam menegakkan prinsip-prinsip syariat. Sementara itu, sisa varians sebesar 47,8% memberikan ruang porsi yang wajar bagi faktor-faktor operasional teknis lainnya yang telah diidentifikasi oleh peneliti terdahulu, sehingga secara keseluruhan, temuan ini sukses menyajikan lanskap analisis perilaku konsumen perbankan syariah yang

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

komprehensif, integratif, dan sangat relevan dengan karakteristik sosio-kultural masyarakat setempat.

Sinergi antara ketersediaan institusi ekonomi yang kredibel dengan dorongan keyakinan dari dalam diri nasabah akan menciptakan sebuah ekosistem muamalah yang paripurna. Islam mengajarkan umatnya untuk mengintegrasikan nilai-nilai spiritual ke dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas finansial, sehingga tidak ada pemisahan antara urusan peribadatan dan interaksi sosial-ekonomi. Tuntutan untuk menyelaraskan keimanan secara utuh dalam setiap tindakan, termasuk keputusan bertransaksi di lembaga yang memiliki reputasi sesuai syariat, tercermin dari anjuran untuk ber-Islam secara menyeluruh sebagaimana termaktub dalam Q.S. Al-Baqarah: 208:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوا ادْخُلُوْا فِى السِّلْمِ كَاۤفَّةً ۖوَّلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِۗ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

Terjemahnya:

> Wahai orang-orang yang beriman! Masuklah ke dalam Islam secara keseluruhan (kaaffah), dan janganlah kamu ikuti langkah-langkah setan. Sungguh, ia musuh yang nyata bagimu.

Konsep Islam Kaaffah (menyeluruh) pada ayat ini sangat relevan untuk menjelaskan pengaruh simultan antara faktor eksternal (citra institusi) dan internal (religiusitas). Keputusan bertransaksi di bank syariah mencerminkan upaya nasabah untuk menerapkan nilai-nilai agama secara total, tidak hanya dalam ritual ibadah di masjid, tetapi juga terintegrasi dalam aktivitas muamalah perbankan. Kolaborasi antara religiusitas yang menuntut transaksi halal dengan keberadaan bank syariah yang memiliki citra amanah, menciptakan sebuah ekosistem kepatuhan yang sempurna bagi nasabah di Kota Parepare.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BAB V
PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan analisis data yang telah diuraikan, dapat ditarik tiga kesimpulan utama:

1. Citra Bank Syariah Berpengaruh Positif dan Signifikan Secara Parsial: Terdapat pengaruh yang kuat dari Citra Bank Syariah terhadap Keputusan Bertransaksi nasabah di Kota Parepare (nilai t-hitung 4,798; signifikansi 0,000; koefisien 0,446). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat sangat rasional; reputasi yang baik, layanan yang profesional, integritas yang terjaga (amanah), serta identitas anti-riba yang jelas secara langsung meningkatkan keyakinan dan keputusan mereka untuk bertransaksi.
2. Religiusitas Berpengaruh Positif dan Signifikan Secara Parsial: Religiusitas menjadi motor penggerak intrinsik bagi masyarakat dalam mengambil keputusan finansial (nilai t-hitung 2,738; signifikansi 0,007; koefisien 0,275). Semakin tinggi tingkat pemahaman agama dan kesadaran spiritual nasabah di Parepare untuk menjauhi larangan riba demi mencari keberkahan (sejalan dengan Q.S. Al-Baqarah: 275), semakin mantap pula keputusan mereka memprioritaskan bank syariah.
3. Pengaruh Simultan yang Kuat antara Citra dan Religiusitas: Secara bersama-sama, Citra Bank Syariah dan Religiusitas memberikan pengaruh yang sangat signifikan terhadap Keputusan Bertransaksi (F-hitung 53,063; signifikansi 0,000). Kedua variabel ini berkolaborasi membentuk ekosistem ekonomi yang paripurna dan menyumbang kontribusi (*R Square*) sebesar 52,2% terhadap keputusan nasabah. Hal ini membuktikan bahwa masyarakat Parepare menuntut

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

keseimbangan ganda: institusi finansial yang andal secara operasional sekaligus otentik dalam memfasilitasi kepatuhan syariat (Islam Kaffah). Sisa sebesar 47,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan temuan di atas, beberapa rekomendasi yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Manajemen Bank Syariah (Praktis)
   a. Pertahankan dan Tingkatkan Reputasi (Amanah): Karena citra bank menjadi jangkar strategis, pihak bank harus terus menjaga transparansi, keadilan, dan profesionalisme dalam mengelola dana nasabah. Pastikan nilai-nilai *Good Corporate Governance* (GCG) berbasis syariah diterapkan secara ketat.
   b. Integrasikan Nilai Spiritual dalam Layanan dan Promosi: Mengingat besarnya pengaruh religiusitas, perbankan syariah di Parepare perlu memperkuat edukasi dan literasi publik yang tidak hanya berfokus pada keunggulan produk secara rasional, tetapi juga menyentuh aspek spiritual (misalnya ketenangan batin dan keberkahan menjauhi riba). Garda terdepan (*frontliner*) harus dibekali pengetahuan produk yang mumpuni agar dapat mengedukasi masyarakat secara meyakinkan.
2. Bagi Masyarakat/Nasabah
   a. Diharapkan masyarakat terus meningkatkan literasi keuangan syariahnya, sehingga keputusan bertransaksi tidak hanya didorong oleh semangat keagamaan (religiusitas) semata, tetapi juga diiringi dengan pemahaman yang baik mengenai akad-akad dan operasional bank syariah.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya (Akademis)

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

a. Mengingat nilai koefisien determinasi (*R Square*) adalah 52,2%, masih terdapat 47,8% faktor lain yang memengaruhi keputusan bertransaksi namun belum tercakup dalam penelitian ini. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengkaji variabel-variabel eksternal lain, seperti: Inovasi teknologi/layanan digital (*mobile banking*), Lokasi dan aksesibilitas kantor cabang, Fitur dan kelengkapan produk pembiayaan/simpanan, dan Strategi promosi dan *word of mouth* di era digital.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an Al- Karim

Ajzen, Icek, *Attitudes, Personality and Behaviour*, 2nd Editio (Berkshire: McGraw-Hill Education (UK), 2005)

Ancok, Djamaludin, and Fuad Nashori Suroso, *Psikologi Islami: Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*, Cet. 8 (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2011)

Arwin, Arwin, and Sutrisno Sutrisno, *Manajemen Kesehatan Bank* (Makassar: Cendekia Publisher, 2022)

Arwin, Arwin, Sutrisno Sutrisno, Rezky Amalia Hamka, Muzdalifah Muhammadun, and Ulfa Hidayati, '*Increasing The Knowledge Of Tasiwalie Village Communities About Sharia Banks In Indonesia Through Sharia Banking Socialization*', *AL-MULK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1.1 (2023), 13–23 <https://journal.iain-ternate.ac.id/index.php/AM-JPM/article/download/970/712>

Arwin, Arwin, Dewianti Ulandari, and Muzdalifah Muhammadun, '*Exploration of Employee Knowledge about Financing Products: A Study at Bank Muamalat KC Parepare*', *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 10.2 (2025), 483–506

Fasieh, Muh. Alim, Arwin Arwin, and Suherli Suherli, 'Membeli Karena Bukan Hanya Angka: Moderasi *Word of Mouth* Pada Pengaruh Harga, Lokasi, Fasilitas Terhadap Permintaan Perumahan Subsidi Tipe 36 Di Kota Parepare', *Iltizam: Journal of Shariah Economic Research*, 10.1 (2026) <https://doi.org/10.30631/bajt0w55>

Hidayat, Desman, Aryo Bismo, and Amelia Ruwaida Basri, '*The Effect of Food Quality and Service Quality Towards Customer Satisfaction and Repurchase Intention (Case Study of Hot Plate Restaurants*)', *Manajemen Bisnis*, 10.1 (2020), 1

Hussaina, Raisya Zahra, Arwin Arwin, Darwis Darwis, and Multazam Mansyur Addury, '*The Moderating Effect of Religiosity on the Influence of Bridal Money and Living Expenses on Men's Marriages in the City of* Parepare', *Adz-Dzahab:*

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, 11.1 (2026), 17–33

Jayansyah, Aldi, Arwin Arwin, Zainal Said, and Sulkarnain Sulkarnain, 'Etika Bisnis Islam Memoderasi Pengaruh Tarif Dan Persaingan Bisnis Terhadap Kesejahteraan Sopir Berbasis Di Kota Parepare', *Margin Eco: Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis*, 10.1 (2026), 65–78 <https://doi.org/10.32764/margineco.v10i1.7136>

Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, ed. by Bob Sabran, 15th ed. (Jakarta: Pearson Education, 2016)

Mahmud, Reski, Arwin Arwin, Umaima Umaima, and Multazam Mansyur Addury, '*How Islamic Lifestyle Affects Housewives' Responses to Product Availability, Service Quality, and Promotions in the Use of the Alfagift Application in Parepare City'*, *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 8.1 (2026) <https://doi.org/10.24256/kharaj.v8i1.9449>

Mayenti, Fitra, 'Hubungan Lingkungan Pergaulan Dengan Perilaku Merokok Remaja', *Al-Asalmiya Nursing: Journal of Nursing Sciences*, 8.2 (2019), 62–69

Munir, Muh Yusuf, Muzdalifah Muhammadun, A Rio Makkulau Wahyu, and Dian Resky Pangestu, '*The Influence Of Self Reward And Self Healing On The Consumption Behavior Of Career Women In Parepare City With Religiosity As A Moderating* Variable', *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 7.4 (2025)

Shinta, Mutiara, and Siti Quratul Ain, 'Strategi Sekolah Dalam Membentuk Karakter Siswa Di Sekolah Dasar', *Jurnal Basicedu*, 5.5 (2021), 4045–52

Sobarna, Nanang, 'Analisis Penilaian Tingkat Kesehatan Koperasi Simpan Pinjam Dan Pembiayaan Syariah Al Uswah Indonesia Kota Banjar', *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11.3 (2020), 178–88

Wiyono, Teguh, and Abdul Muhid, 'Self-Disclosure Melalui Media Instagram: Dakwah Bi Al-Nafsi Melalui Keterbukaan Diri Remaja', *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40.2 (2020), 141–54

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

LAMPIRAN

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

1. **Konsioner Penelitian**

Pengaruh Citra Bank Syariah dan Religiusitas pada Keputusan Bertransaksi di Bank Syariah Kota Parepare

Identitas Responden

(Berilah tanda centang (√) pada pilihan yang sesuai)

1. Nasabah Bank Syariah: ……
2. Nama / Inisial: .....
3. Jenis Kelamin: [ ] Laki-laki [ ] Perempuan
4. Usia: [ ] < 20 Tahun [ ] 20 - 30 Tahun [ ] 31 - 40 Tahun [ ] > 40 Tahun
5. Pekerjaan: [ ] Pelajar/Mahasiswa [ ] PNS/BUMN [ ] Pegawai Swasta [ ] Wiraswasta [ ] Lainnya:
6. Pendidikan Terakhir : …….

III. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda centang (√) pada kolom yang paling sesuai dengan pendapat Anda. Skala penilaian yang digunakan adalah:

1. **STS** = Sangat Tidak Setuju (Skor 1)
2. **TS** = Tidak Setuju (Skor 2)
3. **N** = Netral / Ragu-ragu (Skor 3)
4. **S** = Setuju (Skor 4)
5. **SS** = Sangat Setuju (Skor 5)

IV. Daftar Pernyataan

Variabel Citra Bank Syariah (X1)

No	Indikator & Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	1. Reputasi bank syariah					
1	Bank Syariah di Kota Parepare memiliki nama baik dan reputasi yang unggul di masyarakat.					
2	Bank Syariah di Kota Parepare dikenal secara luas oleh					

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

	publik sebagai lembaga keuangan yang bersih dan berintegritas tinggi.					
	2. Kredibilitas bank syariah					
3	Saya menganggap Bank Syariah sebagai lembaga keuangan yang profesional dan dapat diandalkan.					
	3. Kepercayaan masyarakat					
4	Saya memiliki kepercayaan penuh terhadap sistem keamanan dan transparansi pengelolaan dana di Bank Syariah.					
	4. Identitas / Karakteristik					
5	Bank Syariah memiliki identitas yang jelas sebagai bank yang terbebas dari sistem riba (bunga).					
	5. Kesan positif masyarakat					
6	Saya memiliki kesan yang sangat positif terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai Bank Syariah.					

Variabel Religiusitas (X2)

No	Indikator & Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	1. Keyakinan (Belief)					
1	Saya meyakini dengan sungguh-sungguh bahwa menjalankan prinsip ekonomi Islam adalah sebuah kewajiban.					
2	Saya percaya bahwa menggunakan fasilitas perbankan syariah akan membawa keberkahan dan ketenteraman dalam rezeki saya.					
	2. Praktik Ibadah (Religious Practice)					
3	Saya senantiasa berusaha untuk menjalankan ibadah wajib (seperti salat lima waktu) secara konsisten.					
	3. Pengalaman Keagamaan (Religious Experience)					

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

4	Saya merasa tenang dan terhindar dari rasa berdosa ketika bertransaksi menggunakan sistem syariah.					
	4. Pengetahuan Agama (Religious Knowledge)					
5	Saya memiliki pemahaman dasar mengenai istilah dan akad dalam keuangan syariah (seperti bagi hasil, larangan riba, dan maysir).					
	5. Pengamalan Ajaran Agama (Consequences)					
6	Saya selalu mengimplementasikan nilai-nilai kejujuran dan etika Islam dalam setiap aspek kehidupan sehari-hari, termasuk urusan finansial.					

Variabel Keputusan Bertransaksi (Y)

No	Indikator & Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	1. Pengenalan kebutuhan					
1	Saya menyadari kebutuhan akan produk perbankan yang sesuai dengan syariat Islam untuk mengelola keuangan pribadi maupun usaha saya.					
	2. Pencarian informasi					
2	Saya aktif mencari informasi mengenai produk, layanan, dan keunggulan Bank Syariah sebelum membuka rekening.					
	3. Evaluasi alternatif					
3	Saya membandingkan produk Bank Syariah dengan bank lain terlebih dahulu sebelum memilih tempat untuk bertransaksi.					
	4. Keputusan melakukan transaksi					
4	Setelah mempertimbangkan berbagai hal, saya dengan mantap memutuskan untuk membuka rekening dan bertransaksi di Bank Syariah di Kota Parepare.					
5	Saya menjadikan Bank Syariah di Kota Parepare sebagai pilihan utama (prioritas) saya dalam melakukan					

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

	segala aktivitas transaksi perbankan.					
	5. Perilaku pasca transaksi					
6	Saya merasa puas dengan keputusan saya bertransaksi di Bank Syariah dan bersedia merekomendasikannya kepada keluarga atau kolega.					

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

2. Surat Izin meneliti dari kampus

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-3782/In.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2026 25 Juni 2026
Sifat : Biasa
Lampiran : -
H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: NURUL AMALIA
Tempat/Tgl. Lahir	: PAREPARE, 10 November 2001
NIM	: 19.2300.061
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
Semester	: XIV (Empat Belas)
Alamat	: INDUSTRI KECIL, KELURAHAN BUKIT INDAH, KECAMATAN SOREANG, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul :

PENGARUH CITRA BANK SYARIAH DAN RELIGIUSITAS PADA KEPUTUSAN BERTRANSAKSI DI BANK SYARIAH KOTA PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 25 Juni 2026 sampai dengan tanggal 25 Juli 2026.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,

Dr. Andi Bahri S, ME., M.Fil.I
NIP 19781012009121003

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

3. Surat izin Meneliti dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu



SRN IP1000694

PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 21500 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmptsp@parepare.go.id

IZIN PENELITIAN

Nomor : 694/IP/DPM-PTSP/6/2026

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian.
3. Peraturan Wali Kota Parepare Nomor 31 tahun 2025 tentang Pendelegasian Wewenang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha dan Nonperizinan Daerah Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Sebelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

M E N G I Z I N K A N

KEPADA
NAMA : **NURUL AMALIA**
UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
Jurusan : **PERBANKAN SYARIAH**
ALAMAT : **JL. INDUSTRI, PAREPARE**
UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :
JUDUL PENELITIAN : **PENGARUH CITRA BANK SYARIAH DAN RELIGIUSITAS PADA KEPUTUSAN BERTRANSAKSI DI BANK SYARIAH KOTA PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **BANK SYARIAH INDONESIA PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **25 Juni 2026 s.d 25 Juli 2026**
a. Izin Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Izin ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **25 Juni 2026**

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE

Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pembina Tk. I (IV/b)
NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

4. Surat Selesai Meneliti



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)
Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.iainpare.ac.id, email: lp2m@iainpare.ac.id

SURAT KETERANGAN
Nomor: B-636/In.39/LP2M.07/TL.00/06/2026

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	:	Muhammad Majdy Amiruddin, M.MA.
NIP	:	19880701 201903 1 007
Pangkat/ golongan	:	Loktor Kepala /Penata TK.I/IIId
Jabatan	:	Ketua LP2M IAIN Parepare

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	:	Nurul Amalia
NIM	:	19.2300.061
Semester	:	14
Program Studi	:	Perbankan Syariah
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam

Benar telah selesai melakukan penelitian di Kota Parepare selama 30 hari terhitung pada bulan Juni s.d Juli tahun 2026 untuk keperluan penyusunan Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dengan judul skripsi "Pengaruh Citra Bank Syariah dan Religiusitas pada Keputusan Bertransaksi di Bank Syariah Kota Parepare".

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 25 Juni 2026
Ketua LP2M

Muhammad Majdy Amiruddin, M.MA.
NIP. 19880701 201903 1 007

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

5. Tabulasi Data

No	X1	X2	Y
1	21	21	19
2	24	27	19
3	22	28	24
4	29	29	28
5	30	30	30
6	18	24	24
7	30	30	30
8	30	30	30
9	27	27	28
10	18	24	24
11	27	24	27
12	23	24	23
13	19	26	22
14	24	25	24
15	24	24	24
16	30	30	29
17	26	26	28
18	30	30	30
19	24	24	24
20	25	30	30
21	30	27	30
22	27	27	28
23	30	30	30
24	24	24	24
25	18	24	18
26	30	30	30
27	26	27	24
28	24	24	24
29	23	26	24
30	24	24	24
31	23	24	24
32	24	26	27
33	26	24	24
34	24	24	24
35	24	24	24
36	23	23	16
37	30	30	30
38	23	28	25
39	24	24	24

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

40	29	29	26
41	29	30	30
42	24	23	24
43	24	24	24
44	14	12	24
45	24	24	24
46	24	24	24
47	30	30	30
48	27	28	27
49	27	27	26
50	25	29	26
51	22	26	23
52	27	29	26
53	30	30	30
54	24	24	24
55	18	24	24
56	24	29	29
57	28	24	20
58	26	27	25
59	23	26	28
60	27	30	26
61	26	28	26
62	26	28	26
63	30	30	30
64	30	30	30
65	25	29	24
66	24	24	24
67	24	24	24
68	23	21	23
69	25	23	26
70	30	30	30
71	30	30	30
72	24	28	25
73	24	25	24
74	30	30	30
75	30	30	30
76	24	29	24
77	24	25	24
78	24	24	24
79	24	25	24
80	23	28	24
81	24	24	24

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

6.

82	24	25	24
83	30	28	27
84	24	24	24
85	21	18	20
86	24	26	24
87	24	29	24
88	25	30	25
89	24	25	24
90	21	24	22
91	24	24	24
92	28	27	24
93	26	29	29
94	24	28	24
95	24	30	24
96	24	27	26
97	24	25	28
98	30	30	24
99	28	28	27
100	29	28	24

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

7. Hasil olah data

Correlations

		X01	X02	X03	X04	X05	X06	Total
X01	Pearson Correlation	1	.714**	.722**	.651**	.605**	.690**	.838**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X02	Pearson Correlation	.714**	1	.805**	.682**	.720**	.693**	.885**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X03	Pearson Correlation	.722**	.805**	1	.688**	.688**	.688**	.881**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X04	Pearson Correlation	.651**	.682**	.688**	1	.593**	.772**	.850**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X05	Pearson Correlation	.605**	.720**	.688**	.593**	1	.807**	.848**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X06	Pearson Correlation	.690**	.693**	.688**	.772**	.807**	1	.898**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.838**	.885**	.881**	.850**	.848**	.898**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

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

Correlations

		X201	X202	X203	X204	X205	X206	TotalX2
X201	Pearson Correlation	1	.670**	.637**	.571**	.666**	.720**	.854**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X202	Pearson Correlation	.670**	1	.657**	.460**	.588**	.560**	.784**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X203	Pearson Correlation	.637**	.657**	1	.593**	.651**	.651**	.842**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X204	Pearson Correlation	.571**	.460**	.593**	1	.739**	.662**	.812**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X205	Pearson Correlation	.666**	.588**	.651**	.739**	1	.579**	.849**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X206	Pearson Correlation	.720**	.560**	.651**	.662**	.579**	1	.839**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TotalX2	Pearson Correlation	.854**	.784**	.842**	.812**	.849**	.839**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Correlations

		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	TotalY
Y01	Pearson Correlation	1	.577**	.592**	.535**	.656**	.513**	.767**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y02	Pearson Correlation	.577**	1	.635**	.652**	.604**	.606**	.822**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y03	Pearson Correlation	.592**	.635**	1	.699**	.591**	.569**	.820**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y04	Pearson Correlation	.535**	.652**	.699**	1	.646**	.815**	.880**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y05	Pearson Correlation	.656**	.604**	.591**	.646**	1	.718**	.839**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y06	Pearson Correlation	.513**	.606**	.569**	.815**	.718**	1	.853**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TotalY	Pearson Correlation	.767**	.822**	.820**	.880**	.839**	.853**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Citra Bank Syariaah	0,198	100	0,000	0,898	100	0,000
Religiulitas (X2)	0,144	100	0,000	0,859	100	0,000
Keputusan Bertransaksi (Y)	0,236	100	0,000	0,877	100	0,000

a. Lilliefors Significance Correction

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,941	1,350		2,179	0,032
	Citra Bank Syariaah	-0,022	0,067	-0,048	-0,324	0,747
	Religiulitas (X2)	-0,037	0,072	-0,075	-0,511	0,611

a. Dependent Variable: Abs_RES

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.810	7

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.804	7

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,804	7

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6,928	1,873		3,699	0,000
	Total	0,446	0,093	0,492	4,798	0,000
	TotalX2	0,275	0,100	0,281	2,738	0,007

a. Dependent Variable: TotalY

Model Summary

Model	R	*R Square*	Adjusted *R Square*	Std. Error of the Estimate
1	.723[a]	0,522	0,513	2,089

a. Predictors: (Constant), TotalX2, Total

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	463.293	2	231.646	53.063	.000[b]
	Residual	423.457	97	4.366		
	Total	886.750	99			
a. Dependent Variable: TotalY						
b. Predictors: (Constant), X2, X						

Collinearity Diagnostics[a]						
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Citra Bank Syariaah	Religiulitas (X2)
1	1	2.987	1.000	.00	.00	.00
	2	.009	18.413	.90	.27	.04
	3	.004	27.772	.10	.73	.96
a. Dependent Variable: Y						

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

BIODATA PENULIS



NURUL AMALIA, lahir di Parepare pada tanggal 10 November 2001. Anak dari pasangan Bapak Ahmad dan Ibu Ramlah. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SDN 22 Kota Parepare. Kemudian melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP NEGERI 2 Kota Parepare dan lulus kemudian menempuh Pendidikan menengah atas diselesaikan di SMK NEGERI 3 Kota Parepare.

Pada tahun 2019 penulis terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi perbankan syariah di IAIN. Selama masa perkuliahan, penulis aktif dalam kegiatan akademik dan organisasi kemahasiswaan.

Atas rahmat dan hidayah-Nya, penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana. Terimakasih

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE