

## **Pengaruh Religiusitas, Pelayanan, Pendapatan dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Masyarakat pada Sistem Pembiayaan Perbankan di Kabupaten Sidoarjo**

\*Titik Supriyati, Abddul Fattah, Nurul Imamah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Surabaya, Indonesia

DOI: [10.46821/bharanomics.v3i2.572](https://doi.org/10.46821/bharanomics.v3i2.572)

### **Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis variabel bebas secara simultan, secara parsial dan secara dominan terhadap Minat Masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, pengukuran variabel menggunakan skala likert dengan menyebarkan kuisioner, Populasi dalam penelitian ini 1.820.801 jiwa penduduk asli kabupaten sidoarjo. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling, dengan rumus Sampel Cross Sectional sebanyak 100 orang responden. Hasil penelitian secara parsial (Uji T) variabel Religiusitas, Pendapatan, dan pengetahuan Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan variable Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap Minat Masyarakat. Pada pengujian secara simultan (Uji F) variabel Religiusitas, Pelayanan, Pendapatan, dan Pengetahuan Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Masyarakat. Variabel Dominan dalam penelitian ini adalah religiusitas karena memiliki nilai yang lebih besar dari pada variabel lainnya.*

*Kata kunci: Religiusitas, Pelayanan, Pendapatan, Pengetahuan Produk, dan Minat Masyarakat.*

### **Abstract:**

*This study aims to determine and analyze the independent variables simultaneously, partially and dominantly on public interest. The research method used is quantitative research, measuring variables using a Likert scale by distributing questionnaires. The population in this study is 1,820,801 native inhabitants of Sidoarjo Regency. The sampling technique used purposive sampling method, with the formula Cross Sectional Sample of 100 respondents. The results of the research partially (T test) the variables of religiosity, income, and product knowledge partially have a positive and significant effect, while the service variable partially does not have a positive effect on public interest. in the simultaneous test (Test F) the variables of religiosity, service, income, and product knowledge simultaneously have a positive and significant effect on public interest. The dominant variable in this study is religiosity because it has a greater value than the other variables.*

*Keywords: Religiosity, Service, Income, Product Knowledge, and Public Interest.*



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International \(CC BY 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

## **PENDAHULUAN**

Pembiayaan menurut undang-undang perbankan nomor 10 tahun 1998 ayat 12 berbunyi: “penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk memberikan uang atau tagihan tersebut setelah jangka waktu yang telah ditentukan dengan imbalan atau bagi hasil”.

Secara teknis bank memberikan pendanaan atau pembiayaan untuk mendukung investasi atau berjalannya suatu usaha yang telah direncanakan antara kedua belah pihak dengan kesepakatan bagi hasil didalamnya. Pada bank konvensional kegiatan pembiayaan dengan istilah kredit yaitu penyediaan uang atau tagihan yang dapat di persamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain dengan mewajibkan pihak peminjam melunasi hutangnya setelah jangka waktu dengan pemberian bunga. Pada dasarnya konsep kredit pada bank konvensional dan pembiayaan pada bank syariah tidak selalu berbeda, yang selalu menjadi perbedaan antara kredit yang diberikan bank konvensional dengan pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah adalah terletak pada keuntungan yang diharapkan. Bagi bank syariah berupa imbalan atau bagi hasil.

Dalam hal itu, masyarakat cenderung memilih sistem pembiayaan karena beberapa faktor yang mempengaruhi minat masyarakat seperti Religiusitas, Pelayanan, Pendapatan, dan Pengetahuan Produk. Hal itu terkadang menjadi patokan masyarakat dalam mengambil keputusan memilih suatu sistem pembiayaan. Banyak hal yang memotivasi seseorang untuk berhubungan dengan lembaga perbankan, baik sebagai kreditor maupun debitor. Alasan masyarakat berhubungan dengan lembaga perbankan antara lain: balas jasa dari modal yang disetor, keamanan, fasilitas/kemudahan, pemerolehan jasa pembiayaan, dan pertimbangan sistem perbankan yang berlaku.

Dalam mengambil keputusan menjadi nasabah sebuah bank, faktor minat menjadi alasan bagi masyarakat dalam menghimpun dana maupun pembiayaan kredit, minat merupakan hal yang penting karena minat dapat mempengaruhi seberapa besar perhatian seseorang terhadap suatu aktivitas/kegiatan yang terjadi di Bank.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: 1. Apakah Religiusitas, Pelayanan, Pendapatan, dan Pengetahuan Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat Pada Sistem Pembiayaan Perbankan di Kabupaten Sidoarjo?, 2. Apakah Religiusitas, Pelayanan, Pendapatan, dan Pengetahuan Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat Pada Sistem Pembiayaan Perbankan di Kabupaten Sidoarjo?, 3. Manakah diantara variabel Religiusitas, Pelayanan, Pendapatan, dan Pengetahuan Produk yang berpengaruh dominan terhadap Minat Masyarakat Pada Sistem Pembiayaan Perbankan di Kabupaten Sidoarjo?.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu, variabel dependen dan variabel independen. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diambil langsung dari lapangan. Sumber data yang digunakan dalam analisis penelitian ini berdasarkan jawaban kuesioner yang dibagikan kepada

masyarakat di Kabupaten Sidoarjo. Teknik data yang digunakan meliputi, uji normalitas, uji reliabilitas, uji validitas, dan analisis regresi berganda. Untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai apakah variabel X secara simultan, parsial dan dominan berpengaruh terhadap variabel Y. Penelitian ini menggunakan alat bantu SPSS 25 untuk mengolah datanya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah model dalam regresi, variabel dependen dan variabel independen semuanya memiliki kontribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Teknik One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas K-S sebagai berikut: 1. Jika nilai signifikansi (Sig) lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal. 2. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig) lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

Berdasarkan tabel 1 output SPSS tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *kolmogorov-smirnov* di atas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

### Analisis Regresi Berganda

Teknik analisa ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen (Religiusitas, Pelayanan, Pendapatan, dan Pengetahuan Produk) terhadap variabel terikat (Minat Masyarakat). Berdasarkan perhitungan dengan bantuan SPSS 25.0 for windows diperoleh hasil regresi sebagai berikut (Tabel 2).

**Tabel 1**  
**Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.43790015
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.062
	Negative	-.057
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Diolah

**Tabel 2**  
**Analisis Regresi Berganda**

Model	<i>Unstandardized</i>		<i>Standardized</i>	t	Sig.
	<i>Coefficients</i>		<i>Coefficients</i>		
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1 (Constant)	9.377	.416		22.550	.000
Religiusitas_X1	.207	.020	.548	10.339	.000
Pelayanan_X2	-.149	.019	-.414	-7.839	.000
Pendapatan_X3	.206	.024	.485	8.504	.000
Pengetahuan_Produk_X4	.077	.032	.133	2.421	.017

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel 2 maka rumus persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 - b_4X_4$$

$$Y = 9,915 + 0,213X_1 + (-0,157)X_2 + 0,186X_3 - 0,051X_4$$

Penjelasan dari persamaan fungsi regresi linier berganda diatas adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta (a) sebesar 9,377Artinya apabila semua variabel (Religiusitas, Pelayanan, Pendapatan, dan Pengetahuan Produk) dianggap konstan (tetap) atau tidak mengalami perubahan, maka variabel terikat Minat Masyarakat nilainya sebesar 9,377 satuan
- Nilai koefisien regresi variabel Religiusitas bernilai sebesar 0,207 memberikan arti bahwa variabel religiusitas dalam penilaian masyarakat ada peningkatan sebesar satu point (persen), maka minat masyarakat meningkat sebesar 0,207 dengan anggapan variabel pelayanan, pendapatan, pengetahuan produk dianggap konstan (nol).
- Nilai koefisien regresi variable Pelayanan bernilai sebesar -0,149 memberikan arti bahwa variabel pelayanan dalam penilaian masyarakat ada penurunan sebesar satu point (persen) maka minat masyarakat menurun sebesar -0,149 dengan anggapan variabel pelayanan, pendapatan, pengetahuan produk dianggap konstan (nol).
- Nilai koefisien regresi variable Pendapatan bernilai sebesar 0,206 memberikan arti bahwa variabel pelayanan dalam penilaian masyarakat ada peningkatan sebesar satu point (persen), maka minat masyarakat meningkat sebesar 0,206 dengan anggapan variabel pelayanan, pendapatan, pengetahuan produk dianggap konstan (nol).

- e. Nilai koefisien variable Pengetahuan Produk bernilai sebesar 0,077 memberikan arti bahwa variabel pengetahuan dalam penilaian masyarakat ada peningkatan sebesar satu point (persen), maka minat masyarakat meningkat sebesar 0,077 dengan anggapan variabel pelayanan, pendapatan, pengetahuan produk dianggap konstan (nol).

### Hasil Uji Hipotesis Uji F (Simultan)

Uji-F ini dimaksudkan untuk mengetahui secara simultan (bersama-sama) dari variabel-variabel bebas yaitu Religiusitas (X1), Pelayanan (X2) Pendapatan (X3) dan Pengetahuan Produk (X4) terhadap variabel terikat yaitu Minat Masyarakat (Y). Dengan kata lain jika nilai signifikan (sig) uji F lebih kecil dari taraf nyata 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Nilai  $F_{tabel}$  pada tingkat signifikan 5% dan derajat bebas (degree of freedom)  $df = (k ; n-k)$ , maka  $df = (4 ; 100 - 4 = 96)$  diperoleh angka 2,47. Berdasarkan pengolahan program SPSS maka di dapat hasil uji-F (Tabel 3).

Berdasarkan tabel 3, diketahui nilai Sig. sebesar 0,000 dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 73,970. Karena nilai Sig.  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} 73,970 > F_{tabel} 2,47$ . Maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima atau dengan kata lain Religiusitas (X1), Pelayanan (X2) Jam Pendapatan (X3), dan Pengetahuan Produk (X4) secara simultan berpengaruh terhadap Minat Masyarakat (Y).

### Uji T

Uji T ini dimaksudkan untuk mengetahui secara parsial (individu) dari variabel-variabel bebas yaitu Religiusitas (X1), Pelayanan (X2), Pendapatan (X3) dan Pengetahuan Produk (X4) terhadap variabel terikat yaitu Minat Masyarakat (Y). Nilai  $t_{tabel}$  pada tingkat signifikan 5% dan derajat bebas (*degree of freedom*), maka  $df = 100 - 4 = 96$  diperoleh angka 1,66088. Berdasarkan pengolahan program SPSS maka di dapat hasil uji-t berikut (Tabel 4).

**Tabel 3**  
**Hasil Uji F**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	59.126	4	14.782	73.970	.000 <sup>b</sup>
	Residual	18.984	95	.200		
	Total	78.110	99			

Sumber: Data Diolah

**Tabel 4**  
**Hasil Uji T**

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1 (Constant)	9.377	.416		22.550	.000
Religiusitas_X1	.207	.020	.548	10.339	.000
Pelayanan_X2	-.149	.019	-.414	-7.839	.000
Pendapatan_X3	.206	.024	.485	8.504	.000
Pengetahuan_Produk_X4	.077	.032	.133	2.421	.017

Sumber: Data Diolah

Dari tabel 4 dapat dilihat masing-masing t hitung dan signifikan variable bebas sebagai berikut:

- Variable Religiusitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Masyarakat, hal ini ditunjukkan dari besarnya nilai t hitung  $10,339 > t \text{ table } 1,66088$  dengan nilai Sig.  $0,00 < \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima.
- Variable Pelayanan mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap Minat Masyarakat, hal ini ditunjukkan dari besarnya nilai t hitung  $-7,839 < t \text{ table } 1,66088$  dengan nilai Sig.  $0,00 < \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak walaupun hasil pengujian pada tingkat signifikan  $0,00 < 0,05$ .
- Variable Pendapatan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Masyarakat, hal ini ditunjukkan dari besarnya nilai t hitung  $8,504 > t \text{ table } 1,66088$ , dengan nilai Sig.  $0,000 < \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima.
- Variable Pengetahuan Produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Masyarakat, hal ini ditunjukkan dari besarnya nilai t hitung  $2,421 > t \text{ table } 1,66088$  dengan nilai Sig.  $0,017 < \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima.

### Variabel Dominan

Variabel yang paling berpengaruh dominan terhadap minat masyarakat adalah variabel Religiusitas karena memiliki nilai sebesar 0,548 (berpengaruh 54,8%) yang lebih besar dari pada variabel lainnya.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka akhirnya penulis menyimpulkan bahwa Variabel Religiusitas, Pelayanan, Pendapatan, dan Pengetahuan Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Masyarakat Pada Sistem Pembiayaan Perbankan di Kabupaten Sidoarjo. Variabel Religiusitas, Pendapatan, dan pengetahuan Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Masyarakat pada Sistem Pembiayaan Perbankan di Kabupaten Sidoarjo. Sedangkan untuk variable Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh positif namun

berpengaruh signifikan terhadap Minat Masyarakat pada Sistem Pembiayaan Perbankan di Kabupaten Sidoarjo. Variabel Religiusitas berpengaruh dominan terhadap Minat Masyarakat pada Sistem Pembiayaan Perbankan di Kabupaten Sidoarjo. Dimana nilai Standardized Coefficients variabel religiusitas lebih besar dari variabel lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alkatiry, Muhammad Iqbal. 2015. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Fasilitas Pembiayaan Pada Bank Syariah di Kota Jayapura Provinsi Papua. Skripsi Universitas Muhammadiyah. Surakarta.
- Chikmah, Achasih Nur. 2018. Analisis Perbandingan Pemberian Kredit Bank Konvensional dengan Pembiayaan Bank Syariah pada Usaha Makro, Kecil, dan Menengah. Universitas Negeri, Surabaya.
- Drs. Ismail, MBA., AK. 2011. Perbankan Syariah. Jakarta: Kencana, Prenadamedia Group.
- Fatriani, Rini. 2018. Bentuk-Bentuk Produk Bank Konvensional dan Bank Syariah Di Indonesia. *Ensiklopedia of Journal*, Vol. 1 No.1 Edisi 2 Hal 218-224.
- Juliandi, Azuardi dan Dewi Andriani. 2019. Studi perilaku konsumen perbankan syariah. Medan : Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Kasmir, E.M.M. 2008. Manajemen Perbankan. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Maghfiroh, Sayyidatul. 2018. Pengaruh Religiusitas, Pendapatan, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Pada Santri Pesantren Mahasiswi Darush Shalihah. Skripsi Universitas Negeri, Yogyakarta.
- Muchtar, Prof.dr.Bustari, Rose Rahmidani S.Pd.M.M., dan Menik Kurnia siwi S.Pd.M.Pd., 2016. Bank dan lembaga keuangan lainnya. Jakarta: Kencana, Prenadamedia Group.
- Sabani, Akbar. 2012. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Masyarakat Muslim Menabung pada Bank Syariah Di Kota Palopo. Tesis UIN Alauddin, Makassar.
- Samsudin, Ahmad. 2017. Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah Di Kabupaten Tangerang. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Susilawati, Mita. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah. *jurnal Universitas Djuand*, Bogor.