

SKRIPSI

PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, KONTROL PERILAKU DAN RELIGIUSITAS TERHADAP NIAT DAN PERILAKU MENJADI NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DI ACEH



Disusun Oleh:

**PUTRI RIZKINA
NIM. 180603251**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M / 1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Putri Rizkina
NIM : 180603251
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.***
- 5. Menyerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 18 Juli 2022
Yang Menyatakan,


Putri Rizkina

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku dan Religiusitas terhadap Niat dan Perilaku Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia di Aceh

Disusun Oleh:

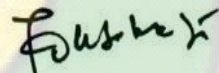
Putri Rizkina
NIM. 180603251

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi
pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

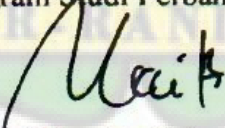
Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc
NIP. 197209072000031001


Ima Dwitawati, M.B.A
NIP. 198210132014032002

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,


Dr. Nevi Hasnita S.Ag., M.Ag
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku dan Religiusitas terhadap Niat dan Perilaku Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia di Aceh

Putri Rizkna
NIM. 180603251

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan Dinyatakan
Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program
Studi Strata satu (S-1) dalam Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Rabu, 20 Juli 2022 M
21 Zulhijah 1443 H

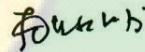
Banda Aceh
Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua,



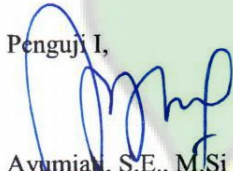
Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc
NIP.197209072000031001

Sekretaris,



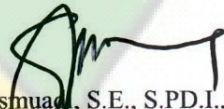
Ima Dwitawati, M.B.A
NIP. 198210132014032002

Penguji I,



Ayumia, S.E., M.Si
NIP. 197806152009122002

Penguji II,



Ismuad, S.E., S.PD.I., M.Si
NIP. 198601282019031005





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id, Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Putri Rizkina

NIM : 180603251

Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

E-mail : 180603251@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi ☐, yang berjudul:

**Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku dan Religiusitas
terhadap Niat dan Perilaku Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia di
ACEH**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 20 Juli 2022

Mengetahui,

Penulis

Putri Rizkina
NIM. 180603251

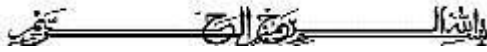
Pembimbing I

Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc
NIP.197209072000031001

Pembimbing II

Ima Dwitawati, M.B.A
NIP. 198210132014032002

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “***Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, Dan Religiusitas Terhadap Niat Dan Perilaku Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia Di Aceh*** “. Shalawat beriring salam penulis hantarkan kepada panutan umat, Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat yang telah berjuang membawa manusia dari alam jahiliyah ke alam Islamiyah.

Penyusunan proposal skripsi ini bertujuan untuk mendeskripsikan gambaran penelitian yang akan dilakukan. Dalam proses penyusunannya penulis mendapatkan dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita M.Ag., S.Ag dan Ayumiati, SE.,M.Si.selaku ketua dan sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

3. Bapak Muhammad Ariffin, Ph.D selaku ketua laboratorium Prodi Perbankan Syariah di Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc selaku dosen Pembimbing I dan Ima Dwitawati, MBA selaku dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan masukan, arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terima kasih sebesar-besarnya penulis ucapkan, semoga Bapak dan Ibu selalu mendapat rahmat dan lindungan Allah SWT.
5. Evriyenni S.E., M.Si selaku Penasehat Akademik penulis selama menempuh pendidikan pada Program Studi Perbankan Syariah. Terima kasih banyak telah memberi nasehat dan motivasi kepada penulis. Seluruh dosen dan staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu kepada penulis.
6. Teristimewa Kedua Orang Tua tersayang, ribuan terimakasih penulis ucapkan kepada dan Ayahanda tercinta Drs. Hamdani Ar Ibunda tercinta Syattariah. Terima kasih atas pengorbanan, semangat, kasih sayang dan doa yang senantiasa tercurah sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan hingga jenjang perguruan tinggi. Kakak dan Abang tercinta Aulia Rahmi, Khairunnisa, Mutia Jeumala, dan Muhammad Nasrullah yang telah memberikan semangat dan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

7. Kepada Syafrizal S.Pd., M.Si yang telah memberi dukungan, doa, semangat, nasihat dan bantuan untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Sahabat tercinta Safira Izzatul Afifah, Firnanda Syawalina Tazara, Shinta Novita dan Rosnita yang selalu memberikan bantuan, mendengar keluh kesah, dan memberikan semangat kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Serta teman-teman seperjuangan Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2018 yang turut membantu serta memberi saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan di masa yang akan datang. Kepada Allah penulis berserah diri semoga selalu dilimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Aamiin.

Aamiin yaa Rabbal 'Alamin...

Banda Aceh, 18 juli 2022
Penulis,

Putri Rizkina

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987.

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	T
2	ب	B	17	ظ	Z
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	S	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	S	29	ي	Y
15	ض	D			

2. Vokal

Konsonan Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau *harakat*, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fathah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

- b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
َ ي	<i>Fathah</i> dan ya	Ai
َ و	<i>Fathah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف = *kaifa*,

هول = *hauula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
َ ا/ي	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
ِ ي	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
ُ و	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ = *qāla*

رَمَى = *ramā*

قِيلَ = *qīla*

يَقُولُ = *yaqūlu*

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir huruf ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rauḍah al-atfāl/ rauḍatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/*
al-Madīnatul Munawwarah

طَلْحَةُ : *Talḥah*

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail. Sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr ; Beirut, bukan Bayrut ; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Putri Rizkina
NIM : 180603251
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, dan Religiusitas Terhadap Niat dan Perilaku Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia di Aceh.
Tebal Skripsi : halaman
Pembimbing I : Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc
Pembimbing II : Ima Dwitawati, MBA

Bank Syariah Indonesia adalah bank di Indonesia yang bergerak di bidang perbankan syariah yang menawarkan produk dan layanan kepada nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, dan religiusitas terhadap niat dan perilaku menjadi nasabah bank syariah Indonesia dengan pendekatan model *Theory of Planned Behavior (TPB)*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sikap, norma subjektif, kontrol perilaku sebagai variabel eksogen, niat menjadi nasabah sebagai variabel *intervening* dan perilaku sebagai variabel endogen. Penelitian ini dilakukan dengan melibatkan 207 sampel yang didapat dengan teknik purposive sampling. Data dianalisis dengan Structural Equation Model (SEM) menggunakan Amos 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara langsung, sikap (*attitude*), religiusitas (*religiousity*), dan perilaku (*behavior*) berpengaruh positif signifikan terhadap niat (*intention*) menjadi nasabah BSI. Sedangkan norma subjektif (*subjective norm*) dan kontrol perilaku (*perceived behavioral control*), tidak berpengaruh signifikan terhadap niat (*intention*) menjadi nasabah BSI. secara tidak langsung, sikap (*attitude*), religiusitas (*religiousity*), tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku (*behavior*) melalui mediasi niat (*intention*) menjadi nasabah BSI. Sedangkan norma subjektif (*subjective norm*), kontrol perilaku (*perceived behavioral control*), berpengaruh signifikan terhadap perilaku (*behavior*) melalui mediasi niat (*intention*) menjadi nasabah BSI.

Kata Kunci: Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, Religiusitas, Niat, Perilaku.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	x
ABSTRAK.....	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan penelitian	6
1.4 Manfaat penelitian.....	7
1.5 Sistematika Pembahasan.....	8
 BAB II LANDASAN TEORI.....	 10
2.1 Perbankan	10
2.3 Bank Syariah Indonesia	12
2.4 Nasabah	14
2.5 Theory of Planned Behavior (TPB).....	14
2.5.1 Sikap (<i>Attitude</i>).....	15
2.5.2 Norma Subjektif (<i>Subjective Norm</i>)	18
2.5.3 Kontrol Perilaku (<i>Perceived Behavioral Control</i>).	21
2.5.4 Niat (<i>Intention</i>)	23
2.5.5 Perilaku (<i>Behavior</i>).....	26
2.5.6 Religiusitas (<i>Religiosity</i>).....	28
2.6 Penelitian Terdahulu	30
2.7 Kerangka Pemikiran.....	36
2.8 Pengaruh Antar Variabel	37
2.8.1 Pengaruh Sikap Terhadap Niat menjadi nasabah ..	37
2.8.2 Pengaruh Sikap terhadap Perilaku melalui Niat menjadi nasabah.....	38

2.8.3 Pengaruh Norma Subjektif terhadap Niat menjadi nasabah	38
2.8.4 Pengaruh Norma Subjektif terhadap Perilaku melalui Niat menjadi nasabah.....	39
2.8.5 Pengaruh Kontrol Perilaku terhadap Niat menjadi nasabah	40
2.8.6 Pengaruh Kontrol Perilaku terhadap Perilaku melalui Niat menjadi nasabah.....	40
2.8.7 Pengaruh Religiusitas terhadap Niat menjadi nasabah	41
2.8.8 Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku melalui Niat menjadi nasabah.....	42
2.8.9 Pengaruh Niat menjadi nasabah BSI terhadap Perilaku	42
2.9 Pengembangan Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Jenis Penelitian	44
3.2 Populasi dan Sampel	45
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	46
3.4 Uji Validitas dan Reabilitas.....	48
3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	49
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data	50
3.7 Pengujian Hipotesis.....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia di Aceh.....	54
4.2 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia di Aceh	55
4.3 Deskripsi Data	56
4.3.1 Deskripsi Data Penelitian	59
4.3.2 Deskripsi Variabel Penelitian	61
4.4 Analisis Output dengan <i>Structural Equation Model</i> (SEM) Menggunakan <i>Analisis Of Moment Structures</i> (AMOS).....	66
4.4.1 Membuat <i>Structural Equation Model</i> (SEM) Sesuai Teori	66
4.4.2 Membuat <i>Path Diagram</i>	67
4.4.3 Uji Validitas	67

4.4.4 Uji Reabilitas	70
4.4.5 Hasil Pengujian SEM.....	71
4.5 Pengujian Hipotesis.....	71
4.5.1 Analisis Hasil pengujian SEM.....	71
4.5.2 Uji Sobel (<i>Sobel test</i>).....	72
4.5.3 Analisis Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>) dan Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>)	77
4.6 Pembahasan.....	81
4.6.1 Pengaruh Sikap terhadap Niat menjadi nasabah BSI	81
4.6.2 Pengaruh Sikap terhadap Perilaku melalui Niat sebagai Variabel <i>Intervening</i>	83
4.6.3 Pengaruh Norma Subjektif terhadap Niat menjadi nasabah BSI	84
4.6.4 Pengaruh Norma Subjektif terhadap Perilaku melalui Niat sebagai Variabel <i>Intervening</i>	85
4.6.5 Pengaruh Kontrol Perilaku terhadap Niat menjadi nasabah BSI	85
4.6.6 Pengaruh Kontrol Perilaku terhadap Perilaku melalui Niat sebagai Variabel <i>Intervening</i>	86
4.6.7 Pengaruh Religiusitas terhadap Niat menjadi nasabah BSI	87
4.6.8 Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku melalui Niat sebagai Variabel <i>Intervening</i>	88
4.6.9 Pengaruh Niat menjadi nasabah BSI terhadap Perilaku.....	88
BAB V PENUTUP	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1	Skala Likert.....	48
Tabel 3.2	Operasional Variabel Penelitian	49
Tabel 4.1	Karakteristik Responden.....	57
Tabel 4.2	Deskriptif Data.....	59
Tabel 4.3	Interval Penilaian Responden	60
Tabel 4.4	Persepsi Responden terhadap Sikap	61
Tabel 4.5	Persepsi Responden terhadap Norma Subjektif.....	62
Tabel 4.6	Persepsi Responden terhadap Kontrol Perilaku.....	63
Tabel 4.7	Persepsi Responden terhadap Religiusitas.....	64
Tabel 4.8	Persepsi Responden terhadap Niat.....	65
Tabel 4.9	Persepsi Responden terhadap Perilaku	66
Tabel 4.10	<i>Regrission Weight: (Group number 1–Default model)</i>	67
Tabel 4.11	<i>Standardized: (Group number 1 – Default model)</i>	69
Tabel 4.12	<i>Construct Reliability</i>	70
Tabel 4.13	<i>Regrission Weight: (Group number 1–Default model)</i>	72
Tabel 4.14	Signifikan Tidak Langsung.....	76
Tabel 4.15	<i>Standardized Direct Effect : (Group number 1 – Default model)</i>	78
Tabel 4.16	<i>Indirect Effect : (Group number 1 – Default model)</i>	78
Tabel 4.17	Hasil Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 4.1 Hasil Pengujian SEM	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	101
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Jawaban Responden.....	108
Lampiran 3 Hasil Analisis Data.....	110



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, dengan total populasi sebanyak 236,53 juta jiwa pada tahun 2021 (Databoks.katadata.co.id, 2021). Meskipun demikian ditemukan bahwa pertumbuhan dari perbankan islam masih terbilang lambat, sebagaimana ditunjukkan pada *Global Islamic Economy Index Report 2020* terlihat bahwa pertumbuhan keuangan islam Indonesia berada pada urutan kelima dari sepuluh negara yang diukur, yaitu urutan (1) Malaysia, (2) Bahrain, (3) UAE, (4) Saudi Arabia, (5) Indonesia, (6) Jordan, (7) Oman, (8) Kuwait, (9) Pakistan, (10) Qatar. Pertumbuhan keuangan tersebut mencakup 70% merupakan kontribusi dari perbankan Islam dan 30% adalah kontribusi non perbankan Islam (GIEI, 2020).

Untuk meningkatkan pertumbuhan keuangan Indonesia, pemerintah melakukan berbagai terobosan salah satunya dengan pembentukan Bank Syariah Indonesia (BSI). Kehadiran BSI mencatat sejarah baru bagi ekonomi syariah Indonesia. Meskipun berbasis syariah, BSI menjadi bank syariah yang universal, karena terbuka bagi semua nasabah, baik bagi muslim maupun non muslim (Indizone.id, 2021).

BSI merupakan bank gabungan dari tiga bank syariah milik Badan Usaha Milik (BUMN), yakni PT Bank BRI Syariah Tbk.,

PT Bank Syariah Mandiri Tbk., dan PT Bank BNI Syariah (Alfi, 2021). Tujuan penggabungannya adalah untuk memberikan penguatan kinerja perbankan syariah nasional dan ke depan, Indonesia berkeinginan untuk menjadi pusat ekonomi dan keuangan syariah dunia, dan juga menumbuhkan daya saing dari berbagai produk yang ada pada perbankan syariah (Hukumonline.com, 2021).

Penggabungan 3 Bank Syariah milik BUMN di atas, dari sisi jumlah nasabah hasil konversi terdapat 13,5 juta nasabah (cnbc.indonesia.com, 2021), dengan target peningkatan jumlah nasabah di tahun 2025 menjadi 30 (tiga puluh) hingga 40 (empat puluh) juta nasabah (walfajri, 2021). Untuk mencapai target ini, BSI melakukan berbagai terobosan diantaranya 1) Upaya percepatan, perintegrasian sistem, dan layanan yang dahulunya berada di tiga bank tersebut dijadikan satu menjadi produk dan layanan BSI. 2) Perbaikan tata kelola untuk menjaga kepercayaan masyarakat melalui penerapan kultur korporasi yang mengedepankan prudensial, akuntabilitas, transparansi dan integritas serta profesionalisme (Kompas.com, 2021). 3) Peningkatan layanan kepada nasabah melalui pemenuhan kriteria *trust, term and conditions, customer services, digital services, dan financial advices* (Richard, 2021).

Di sisi lain, pengamatan awal yang dilakukan terhadap nasabah BSI melalui sumber informasi media digital ditemukan bahwa terdapat berbagai keluhan nasabah terhadap kinerja layanan

BSI di antaranya (1) Dalam hal pelayanan online, (2) Terjadinya gagal transaksi, (3) Potongan biaya transaksi, dan (4) Akses kepada pembiayaan tidak optimal (Ramadhan, 2021; Wantona, 2021; aceh.antaranews.com., 2021). Juga ditemukan bahwa adanya persepsi tentang merger 3 bank Syariah milik BUMN ke BSI menjadi penghambat bagi perkembangan Bank Syariah secara alamiah (dialeksis.com., 2021).

Pengamatan lain yang dilakukan terhadap berbagai sumber ilmiah yang ada pada saat sekarang ini, mengingat BSI masih sangat baru, ditemukan bahwa belum ada temuan ilmiah yang membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat individu menjadi nasabah BSI, sehingga temuan dalam penelitian ini akan menjadi penting sebagai acuan bagi berbagai pihak dalam rangka meningkatkan kinerja BSI dalam hal peningkatan jumlah nasabah.

Aceh merupakan salah satu provinsi di Negara Kesatuan Republik Indonesia yang menerapkan Syariat Islam. Aceh memiliki peraturan daerah yang berbasis syariah yang dikenal dengan Qanun. Berkenaan dengan keuangan perbankan, terdapat Qanun Aceh No. 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Di mana dengan adanya qanun ini, berarti tidak ada lagi transaksi dengan menggunakan bank konvensional. Dengan kata lain, seluruh masyarakat Aceh yang memanfaatkan jasa perbankan wajib untuk bertransaksi menggunakan Bank Syari'ah, salah satunya adalah melalui jasa perbankan menggunakan Bank Syariah Indonesia.

Pada saat ini, berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terdapat 1,2 juta nasabah dari BSI di Aceh (Ojk, 2021), dan jumlah penduduk Aceh adalah 5,3 juta jiwa. Hal ini berarti 22,64% dari penduduk Aceh merupakan nasabah BSI. Untuk meningkatkan jumlah nasabah di BSI, dan juga untuk memastikan bahwa nasabah yang ada pada saat ini mendapatkan kepuasan layanan dari BSI tentu diperlukan berbagai upaya dari pihak BSI itu sendiri, baik berupa kemudahan, keterjangkauan, maupun kualitas layanan kepada nasabah itu sendiri, sehingga hal tersebut akan mempengaruhi niat nasabah untuk menggunakan jasa BSI, demikian juga hal ini akan mempengaruhi niat dari masyarakat Aceh menjadi nasabah baru di BSI.

Dari sisi nasabah, mereka tentu memiliki motivasi dan kepentingan yang berbeda yang mendasarinya dalam mengambil keputusan menjadi nasabah BSI, sehingga berbeda pula faktor yang mendorong perilaku nasabah untuk memutuskan menjadi nasabah BSI. Meskipun BSI dan pemerintah berupaya menghadirkan berbagai regulasi dan dukungan dalam rangka pertumbuhan BSI dan perbaikan layanan yang ada, namun dalam implementasinya tetap dikendalikan oleh niat (*intention*) masing-masing individu dalam mengambil keputusan menjadi nasabah BSI. Niat dapat dipengaruhi oleh berbagai konstruksi intrinsik yang ada pada setiap individu maupun juga tidak tertutup kemungkinan ia dipengaruhi oleh konstruksi ekstrinsik semisal pengaruh orang lain. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) dalam jurnal

yang berjudul “*The Theory of Planned Behavior*” bahwa niat seseorang dapat ditentukan oleh 3 indikator, yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*). Sikap dan kontrol perilaku yang dirasakan merupakan indikator pendorong niat yang berasal dari dalam diri seseorang dalam berperilaku, sedangkan norma subjektif merupakan faktor pendorong yang berasal dari orang lain. Di samping itu, dalam kaitannya dengan bank syariah, tentu tingkat religiusitas seseorang juga menjadi salah satu indikator dalam mempengaruhi niat dan perilakunya dalam menjadi nasabah BSI.

Theory of Planned Behavior (TPB) menyatakan bahwa niat merupakan indikator yang mempengaruhi perilaku seseorang. Islam juga memandang niat sebagai perkara penting dalam menentukan amalan seseorang. Niat menjadi penentu sah tidaknya suatu amalan yang dikerjakan manusia. Niat merupakan keinginan dalam hati untuk melakukan suatu perbuatan atau perilaku. Al-Asyqar (2006) menyatakan bahwa salah satu perkara yang menunjukkan urgensi niat dalam pelaksanaan ibadah dan perbuatan adalah bahwa perbuatan-perbuatan yang bersifat *ikhtiyari* (dapat diusahakan) tidak akan dilakukan oleh manusia tanpa didahului dengan keinginan untuk melakukan perbuatan tersebut.

Berdasarkan uraian di atas penulis bermaksud untuk menguji seberapa jauh indikator sikap, norma subjektif, kontrol perilaku mempengaruhi perilaku menjadi nasabah BSI. Oleh sebab

itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, dan Religiusitas Terhadap Niat dan Perilaku Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia di Aceh.”***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah sikap (*attitude*) berpengaruh terhadap niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia ?
2. Apakah norma subjektif (*subjective norm*), berpengaruh terhadap niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia ?
3. Apakah kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) berpengaruh terhadap niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia ?
4. Apakah religiusitas (*religiosity*) berpengaruh terhadap niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia ?
5. Apakah niat (*intention*) berpengaruh terhadap perilaku (*use behaviour*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia ?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka penelitian memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh sikap (*attitude*), terhadap niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh norma subjektif (*subjective norm*), terhadap niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh kontrol perilaku (*perceived behavioral control*), terhadap niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
5. Untuk mengetahui pengaruh niat (*intention*) terhadap perilaku (*use behaviour*) menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia.

1.4 Manfaat penelitian

Hasil penelitian yang akan dilakukan, diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi para akademisi sebagai masukan dan dapat menambah literature mengenai Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, dan Religiusitas terhadap Niat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia di Aceh. Diharapkan pula nantinya penelitian ini dapat memberikan masukan dan sejumlah saran untuk dilakukan penelitian lanjutan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi kedua belah pihak yaitu pihak bank syariah Indonesia (BSI) dan juga nasabah maupun calon nasabah BSI. Penelitian ini juga diharapkan akan mendorong pihak BSI untuk mengoptimalkan berbagai produk dan layanannya dalam rangka meningkatkan niat masyarakat menjadi nasabah BSI.

3. Manfaat Kebijakan

Penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan masukan kepada pemerintah khususnya Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), dan pihak lain yang memiliki kewenangan dalam mengatur lembaga keuangan islam untuk bersama-sama dan berkerjasama dalam merumuskan kebijakan-kebijakan yang berkenaan dengan perbankan islam khususnya Bank Syariah Indonesia (BSI).

1.5 Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

BAB I akan berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

Pada BAB II akan dijelaskan tentang teori dan penelitian terdahulu yang berkenaan dengan materi yang ada dalam

penelitian ini, dan juga akan digambarkan kerangka penelitian beserta dengan pengembangan hipotesisnya.

BAB III : Metode Penelitian

Pada BAB III akan diuraikan tentang bagaimana penelitian ini dilaksanakan, apa jenis penelitiannya, penentuan populasi dan sampelnya, sumber datanya, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, operasional variable penelitian, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, metode analisis serta pengujian hipotesisnya.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada BAB IV akan diuraikan tentang hasil analisi data, hasil pengujian hipotesis, hasil uji validitas, reabilitas dan uji asumsi klasik. Selanjutnya, akan diuraikan pembahasan yang berkaitan dengan hasil penelitian yang sudah diperoleh serta implikasinya terhadap pihak-pihak yang akan dapat memanfaatkan dalam penelitian ini.

BAB V :Penutup

BAB V akan diuraikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang diperoleh beserta dengan saran terhadap penelitian dimasa yang akan datang.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Perbankan

Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya (UU RI No. 10, 1998). Perbankan didefinisikan sebagai kegiatan usaha menerima dan menjaga uang milik individu dan entitas lain, dan kemudian meminjamkan uang ini untuk melakukan kegiatan ekonomi seperti menghasilkan keuntungan atau hanya untuk menutupi biaya operasional (instructure.com, 2021).

Berdasarkan fungsi, Bank dibagi menjadi 2 (dua) yaitu: 1. Fungsi Umum Bank yang terdiri dari Penghimpun dana, Penyalur dana masyarakat, dan Pengawas lalu lintas uang; 2. Fungsi Khusus Bank yang terdiri dari lembaga yang memiliki nilai kepercayaan (*Agent of Trust*); lembaga yang memiliki kontribusi dan mempengaruhi sektor sebenarnya dalam perkembangan keuangan masyarakat (*Agent of Development*); lembaga yang menawarkan jasa penyimpanan dana, pemberian pinjaman, penyaluran uang, pengiriman uang, dan yang lainnya (*Agent of Services*) (accurate.id., 2021); dan lembaga yang memiliki fungsi intermediary (menghimpun dan penyaluran dana) (ocbcnisp.com., 2021).

Berdasarkan operasionalnya, Bank di Indonesia terdiri dari 2 (dua) yaitu: Bank Konvensional yang beroperasi dengan

mengeluarkan produk untuk menyerap dana masyarakat, lalu menyalurkannya dengan cara kredit, pelayanan jasa keuangan, dan jasa lainnya (Hery., 2021). dan Bank Syariah yang melakukan kegiatannya dengan menerapkan prinsip syariah sebagaimana yang diatur dalam undang undang no 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah.

2.2 Bank Syariah

Bank Syariah dalam 2 (dua) dekade terakhir 2005-2018 mengalami kemajuan yang signifikan, baik dari aspek kelembagaan dan infrastruktur penunjang, perangkat regulasi dan sistem pengawasan, maupun awareness dan literasi masyarakat terhadap layanan jasa keuangan syariah yang keberadaannya sudah diakui secara internasional (Retizen.republika.co.id, 2021). Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, atau prinsip hukum islam yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Sejak keberadaan bank syariah yang ditandai dengan berdirinya PT.Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1992, ia terus mengalami perkembangan. Hal ini ditandai dengan berdirinya beberapa bank Islam yang lain. Bank IFI, Bank Syariah Mandiri, Bank Niaga, Bank BTN, Bank Mega, Bank BRI, Bank Bukopin, BPD Jabar dan BPD Aceh dll. Statistic perbankan syariah menunjukkan bahwa tercatat 15 Bank Umum Syariah yang ada pada saat sekarang ini yaitu: PT. Bank Aceh Syariah, PT BPD

Nusa Tenggara Barat Syariah, PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, PT. Bank Victoria Syariah, PT. Bank BRISyariah, PT. Bank Jabar Banten Syariah, PT. Bank BNI Syariah, PT. Bank Syariah Mandiri, PT. Bank Mega Syariah, PT. Bank Panin Syariah, Tbk, PT. Bank Syariah Bukopin, PT. BCA Syariah, PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah, PT. Bank Net Indonesia Syariah, PT. Bank Syariah Indonesia (Ojk.go.id., 2021).

2.3 Bank Syariah Indonesia

2.3.1 Profil

Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan

menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (*Rahmatan Lil 'Aalamiin*).

2.3.2 Produk dan Layanan Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia memiliki produk dan layanan yang terdiri dari:

1. Individu, terdiri dari: (1) Tabungan, (2) Haji dan Umroh, (3) Pembiayaan, (4) Investasi, (5) Transaksi, (6) Emas, (7) Bisnis, (8) Prioritas.
2. Perusahaan, terdiri dari: (1) Trade Finance & services, (2) Pembiayaan, (3) Simpanan, (4) Cash Management, (5) Tresuri.
3. Digital Banking, terdiri dari: (1) BSI Mobile, (2) BSI Mobile, (3) Buka Rekening Online, (4) Solusi Emas, (5) BSI QRIS, (6) BSI Cardless Withdrawal, (7) BSI Debit Card, (8) BSI Debit

OTP, (9) BSI ATM CRM, (10) BSI Aisyah, (11) BSI Net, (12) BSI JadiBerkah.id, (13) BSI Merchant Business.

4. Kartu, terdiri dari: (1) Kartu Pembiayaan, (2) Kartu Debit.

2.4 Nasabah

Nasabah adalah penilai kualitas suatu produk perbankan. Banyak ukuran yang bisa dipakai nasabah dalam menentukan kualitas suatu produk perbankan. Namun tujuan akhir yang dicapai adalah sama yaitu mampu memberikan rasa puas kepada nasabah. Semakin puas seorang nasabah dalam menggunakan suatu layanan perbankan maka dapat dikatakan semakin berkualitas produk perbankan. Puas atau tidak puasnya seorang nasabah ditentukan oleh kesesuaian harapan nasabah dengan persepsi nasabah pada kinerja aktual layanan tersebut. Nasabah akan puas jika bank mampu memberikan kualitas produk yang sesuai harapan nasabah. Nasabah akan membentuk harapannya dari kinerja seharusnya dari suatu produk. Harapan atas kinerja dibandingkan dengan kinerja aktual produk perbankan. Jika kinerja aktual lebih besar atau sama dengan harapan maka kepuasan nasabah akan terjadi (Tse and Wilson, 1988).

2.5 Theory of Planned Behavior (TPB)

TPB atau teori perilaku terencana dikembangkan oleh Ajzen (1991) yang merupakan pengembangan teori tindakan beralasan (*Theory of Reasoned Action: TRA*). Pada TRA dijelaskan bahwa sikap dan norma subjektif akan mempengaruhi niat perilaku, dan

pada TPB selain kedua hal tersebut, niat berperilaku juga dipengaruhi oleh kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*).

2.5.1 Sikap (*Attitude*)

Sikap merupakan kecenderungan seseorang untuk merespon baik atau tidak merespon tidak baik terhadap objek, orang, lembaga, atau peristiwa (Ajzen, 2005: 5). Ketika seseorang memiliki evaluasi yang menguntungkan atau tidak menguntungkan dari perilakunya sendiri maka ini disebut sebagai sikap terhadap perilaku (Ajzen, 1991). Demikian juga sikap bisa diartikan sebagai seseorang memahami dengan baik atau tidak dalam memberikan tanggapan terhadap suatu objek (Setiadi, 2013: 144). Sikap dapat didefinisikan suatu pendapat atau perasaan yang biasanya dimiliki seseorang dalam situasi tertentu (Sireesha, 2017). Sikap berasal dari keyakinan perilaku yang menonjol yang mencerminkan hasil yang dirasakan seseorang, dan keinginan dari konsekuensi peralihan terkait (Ajzen, 1991; Rawashdeh, 2015). Dalam konteks peralihan perilaku ketika, sikap seseorang menunjukkan tingkat dan cara dimana nasabah mempertimbangkan untuk beralih perilaku secara menguntungkan atau tidak menyenangkan (Nimako dkk., 2014; Yadav dkk., 2015). Ciri-ciri sikap adalah: 1) Ada objek tertentu, yaitu orang, perilaku, konsep, situasi, objek, dll.); 2) Mengandung penilaian, seperti suka dan tidak suka; setuju atau tidak setuju (Sobur, 2016: 307). Sikap berkaitan erat dengan keputusan untuk berperilaku. Sikap seorang muslim terhadap suatu

perilaku tentunya memiliki proses dan prinsip tersendiri. Proses pengambilan keputusan seorang muslim diawali dengan pengenalan terhadap masalah yang kemudian dilanjutkan dengan pencarian informasi, dan evaluasi alternatif. Bagian dari evaluasi alternatif terdiri dari penolakan kemudharatan, persepsi keislaman kebutuhan, serta persepsi mardhatillah atau keridhaan Allah SWT. Yang kemudian dari proses ini dapat mengarah pada keputusan untuk melakukan suatu perilaku atau tidak.

Kecenderungan seseorang ketika merespon sesuatu, ide, atau situasi juga merupakan makna lain dari sikap (Wicker, 2010). Kecenderungan ini bisa berupa kecenderungan positif dan juga sebaliknya. Ketika seseorang memiliki kecenderungan positif terhadap suatu objek maka responnya bisa berupa sebetulnya perhatian, bantuan, perbuatan baik, serta penerimaan secara baik atas objek tersebut. Sebaliknya, ketika seseorang memiliki kecenderungan negatif terhadap suatu objek maka responnya bisa berupa celaan, penolakan, rasa tidak suka akan suatu objek.

Dalam hal aktivitas dan hubungan antara perusahaan perbankan dan nasabah maupun calon nasabah, maka sikap dari kedua objek tersebut bisa memberikan informasi yang menyeluruh tentang kedua objek tersebut. Informasi dan pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah maupun calon nasabah akan digambarkan oleh caranya dalam memberikan penilaian apakah ia suka atau tidak suka terhadap produk dan layanan yang disediakan oleh pihak perusahaan perbankan.

Berdasarkan uraian di atas, maka sikap dapat diartikan sebagai penilaian seseorang terhadap suatu produk, peristiwa, ide, gagasan, iklan, informasi, lembaga atau perusahaan, maupun objek lainnya yang digambarkan melalui suatu persepsi. Persepsi tersebut bisa berupa baik atau tidak baik, menguntungkan atau tidak menguntungkan, menyenangkan atau tidak menyenangkan, memahami atau tidak memahami dengan penuh konsistensi dan keyakinan. Sikap menjadi salah satu materi penting dalam proses penilaian perilaku nasabah terhadap produk dan layanan yang disediakan oleh perusahaan perbankan. Sikap ini akan menjadi dasar pengambilan keputusan dari nasabah maupun calon nasabah terhadap niatnya dalam menggunakan produk dan layanan perbankan.

Menurut Daniel Kazt, dalam Setiadi (2013: 145). Sikap memiliki beberapa fungsi yang dapat dikelompokkan sebagai berikut:

1. Fungsi Utilitarian

Fungsi ini berhubungan dengan prinsip-prinsip dasar imbalan dan hukuman. Dalam hal ini nasabah dapat mengembangkan sikap terhadap produk dan layanan berdasarkan kepuasan atau kekecewaan yang diberikan oleh suatu perusahaan.

2. Fungsi Ekspresi Nilai

Nasabah mengembangkan sikap terhadap suatu produk berdasarkan kemampuan produk tersebut mengekspresikan nilai-

nilai yang ada pada dirinya, bukan berdasarkan manfaat dari produk tersebut.

3. Fungsi Mempertahan Ego

Sikap yang dikembangkan oleh nasabah cenderung untuk melindunginya dari tantangan eksternal maupun perasaan internal, sehingga membentuk fungsi mempertahankan ego.

4. Fungsi Pengetahuan

Fungsi pengetahuan dapat membantu nasabah mengurangi ketidakpastian dan kebingungan dalam mengklasifikasikan informasi yang relevan dan tidak relevan dengan kebutuhannya.

Pada penelitian-penelitian sebelumnya ditemukan bahwa ada hubungan langsung yang signifikan antara sikap dan niat, dalam internet banking misalnya, Celik (2008) menemukan bahwa sikap secara signifikan terkait dengan niat dalam penggunaan internet banking. Reni dan Ahmad (2016) menemukan bahwa sikap, norma, agama, pengetahuan dan dukungan pemerintah memiliki pengaruh terhadap intensi dalam memilih perbankan syariah di Indonesia.

2.5.2 Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

Ajzen (1991) menjelaskan bahwa norma subjektif adalah tekanan sosial yang dirasakan oleh seseorang individu untuk melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan. Ajzen juga menyatakan bahwa norma subjektif ditentukan oleh harapan orang lain bahwa seseorang harus mengikuti norma-norma yang berlaku dalam masyarakat. Norma subjektif yang dimaksud adalah

keyakinan seseorang tentang apa yang harus dia lakukan berdasarkan ide orang lain dan motivasinya untuk mencapai harapan tersebut. Norma subjektif adalah persepsi seseorang tentang apa yang orang lain anggap penting dan menurutnya harus dilakukan (Abraham, Norman, & Conner, 2013: 28). Mazocchi (2008) menyatakan bahwa norma subjektif adalah hasil dari keyakinan normatif, yang merupakan manifestasi dari:

1. Kekuatan keyakinan, kekuatan keyakinan terhadap pandangan-pandangan yang relevan dengan suatu perilaku.
2. Motivasi untuk patuh, yaitu motivasi untuk memenuhi harapan kalangan terkait.

Norma subjektif adalah pendapat individu yang memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusannya. Norma subjektif berupa pandangan seseorang yang bisa memberikan masukan terhadap keyakinan orang lain yang menyebabkan orang lain tersebut membuat keputusan tertentu terhadap suatu objek, ide, pandangan, produk, layanan, maupun yang lainnya yang sedang dalam pertimbangannya. Menurut Fishbein dan Ajzen dalam Reni dan Ahmad (2016: 140) Norma subjektif mengacu pada persepsi individu yang hadir dari persepsi orang lain yang ia jadikan sebagai preferensi dalam ia melakukan atau tidak melakukan suatu tindakan tertentu.

Norma subjektif bisa juga ditentukan oleh keyakinan terhadap informasi maupun preferensi yang timbul akibat kepercayaan kepada atasan, orang tua, kerabat, teman, kolega

yang membenarkan suatu tindakan sehingga hal tersebut menyebabkan dirinya mengambil keputusan tertentu (Plangger, 2012: 80). Norma subjektif bisa dikatakan sebagai suatu tindakan yang timbul akibat pandangan individu yang dipengaruhi oleh informasi yang berasal dari orang lain, media, iklan yang ia percayai. Komponen norma subjektif mengangkat tentang pentingnya pengaruh sosial yang ada disekitarnya sehingga hal tersebut menjadi acuan bagi dirinya ketika mengambil keputusan terhadap suatu tindakan.

Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa norma subjektif merupakan perilaku yang menimbulkan keyakinan individu terhadap suatu tindakan yang ditimbulkan akibat dari kepercayaan yang ia peroleh dari pendapat atau pandangan orang lain, baik tindakan positif maupun negatif. Jika individu mendapat informasi maupun preferensi dari orang lain dimana hal itu membuatnya tidak bertindak ataupun tidak meyakini hal tersebut maka bisa dikatakan bahwa individu ini memiliki norma subjektif yang rendah (negatif). Individu yang cenderung tidak termotivasi untuk mengikuti informasi dan preferensi orang lain merupakan individu yang memiliki norma subjektif netral. Sedangkan, individu yang memiliki kecenderungan untuk mengikuti informasi maupun preferensi dari sekitarnya maka termasuk dalam golongan individu yang memiliki norma subjektif yang kuat (positif).

Penelitian-penelitian sebelumnya memperlihatkan bahwa norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap niat (Al-Majali,

2011; Mat dan Sentosa 2008). Namun terlihat juga bahwa norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap niat seperti yang ditemukan pada penelitian (Lin, 2007). Studi dari Puschel, dkk (2010) menyatakan bahwa Norma Subjektif adalah salah satu elemen penting dalam mempengaruhi pengguna untuk mengadopsi M-Banking.

2.5.3 Kontrol Perilaku (*Perceived Behavioral Control*)

Kontrol perilaku mengacu pada kemudahan atau kesulitan yang dirasakan individu dalam melakukan sesuatu perilaku tertentu (Ajzen, 1991). Model TPB mengimplementasikan kontrol perilaku yang dirasakan sebelum timbulnya niat itu amatlah penting. Kontrol perilaku dapat dirasakan dengan kesulitan dan kemudahan dalam melakukan suatu tindakan perilaku yang mencerminkan pengalaman, rintangan, dan hambatan yang diantisipasi (Ajzen, 1991).

Kontrol Perilaku dapat diartikan sebagai kepercayaan seseorang terhadap seberapa besar kontrol yang dia miliki atas perilaku yang diberikan (Martin, Zolnierrek, & DiMatteo, 2010). Niat dari individu dipengaruhi oleh sikap, kontrol terhadap perilaku, pengaruh sosial, norma subjektif (Ajzen, 2005). Sebagaimana halnya sikap dan norma subjektif, maka kontrol perilaku juga diprediksi mampu mempengaruhi keyakinan individu dalam membuat suatu keputusan terhadap objek, ide, pandangan, produk, jasa, dan yang lainnya. Kontrol perilaku yang dipersepsikan mengacu kepada kemudahan dan kesulitan yang

dirasakan oleh individu ketika melakukan perilaku yang diasumsikan. Hal ini bisa tercermin dari pengalaman masa lalu serta hambatan-hambatan yang timbul yang harus diantisipasi. Jika individu merasakan suatu perilaku sulit untuk dilakukan atau tidak dilakukan di bawah kontrol seseorang, maka niat dari individu tersebut untuk melakukan akan menurun. Perilaku yang terkendali penuh dari seorang individu

Pengembangan hipotesis sebagaimana yang dikemukakan oleh Chueng dan Chan (2000), adalah sebagai berikut:

- Jika perilaku yang diasumsikan sulit untuk dilakukan, maka niat individu untuk melakukannya akan menurun dengan sendirinya;
- Untuk kebiasaan (behaviour) yang diluar kontrol perilaku, maka untuk mengasumsikan kinerja dari pengaruh kontrol perilaku bisa saja berasal dari faktor eksternal seperti kelengkapan fasilitas dari satu objek yang diasumsikan tersebut maupun kinerjanya.

Ajzen (2006) mengembangkan hipotesis yang berkenaan dengan kontrol perilaku berikutnya, yaitu:

- Kepercayaan diri dari individu terhadap perilaku yang diasumsikan juga merupakan bagian dari kontrol perilaku;
- Keputusan dari individu terhadap perilaku yang diasumsikan yang mengacu kepada kehendaknya sendiri merupakan gambaran lain dari kontrol perilaku.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kontrol perilaku sangat erat kaitannya dengan tingkat kepercayaannya bahwa ia mampu melakukan perilaku yang diasumsikan melalui pengukuran tingkat kemudahan maupun kesulitan, kemampuan maupun keyakinannya. Semakin baik sikap dan norma subjektif individu terhadap perilaku yang diasumsikan, dan semakin besar kontrol perilaku yang dirasakan maka semakin kuat niat dari individu tersebut untuk melakukan perilaku yang diasumsikan (Jacobsen, 2011).

2.5.4 Niat (*Intention*)

Formulasi dari niat individu terhadap perilaku yang diasumsikan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku (Ajzen, 2006). Menurut Spears dkk. dalam Kurniawan dan Yuniawan (2016) mengemukakan bahwa niat berperilaku adalah sesuatu yang mendasari tindakan seseorang yang didasarkan kepada perasaan, pengalaman, maupun evaluasi dari pengalaman sebelumnya. Niat adalah sesuatu yang ditentukan secara tegas untuk masa depan. Niat atau niat yang kuat adalah memutuskan untuk menjadi, melakukan, atau memiliki apa yang paling penting bagi seseorang (Atkinson & Choisis, 2016). Niat juga dapat diartikan penentu tindakan dan cara terbaik untuk memahami apa yang akan dilakukan seseorang (Tajuddin, Muhammad, Nimran, & Astuti, 2016). Niat memiliki peran yang amat penting dalam memberi petunjuk kepada individu untuk melakukan perilaku yang diasumsikan, dimana niat ini menjadi

penghubung antara perilaku yang diasumsikan sesuai dengan apa yang diyakini dan diinginkan oleh individu tersebut.

Niat bisa juga dikatakan sebagai sebarang motivasi yang mempengaruhi pandangan individu terhadap perilaku yang diasumsikan. Motivasi yang timbul bisa menjadi pengukur tentang seberapa keras keinginan seseorang untuk mencoba suatu tindakan yang direncanakan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin kuat niat individu untuk melakukan tindakan yang diasumsikan maka kemungkinan kinerjanya akan semakin baik. Namun demikian, niat berperilaku hanya dapat dikendalikan berdasarkan faktor internal yang ada di dalam diri individu tersebut. Bahwa kehendak yang muncul dari dalam dirinya menggambarkan kekuatan niat untuk berperilaku kepada yang diasumsikan.

Niat adalah suatu yang diputuskan secara tegas untuk tindakan yang diambil terhadap objek yang diasumsikan. Niat yang kuat adalah sebarang keputusan untuk menjadi, melakukan, atau memiliki, menjadi bagian, atau berkontribusi terhadap objek yang diasumsikan. Niat itu terletak di pikiran individu untuk melakukan tindakan tertentu. Ia menjadi penentu utama atas perilaku atau tindakan individu yang keberadaannya juga akan memberi pengaruh terhadap seberapa besar kualitas dari tindakan tersebut.

Islam juga mendeskripsikan secara jelas tentang pentingnya keberadaan niat individu terhadap perilaku yang diasumsikan. Dimana semakin baik niat individu tersebut maka semakin baik pula kualitas tindakan yang diambilnya yang akan memberi

pengaruh positif terhadap individu tersebut, sebagaimana yang dituliskan dalam surat Al-Anfal ayat 70 berikut ini:

...خَيْرًا قُلُوبِكُمْ فِي اللَّهِ يَعْلَمُ إِنَّ

Artinya: *Jika Allah mengetahui ada kebaikan di dalam hatimu, niscaya Dia akan memberikan kepadamu yang lebih baik* (Qs. Al-Anfal: 70).

Ayat diatas memberi gambaran bahwa niat baik akan menambah kebaikan bagi yang meniatkannya. Namun demikian juga niat juga akan menambah keburukan bagi yang meniatkannya, sebagaimana yang dijelaskan pada Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 10 sebagai berikut:

مَرَضًا اللَّهُ فَزَادَهُمْ مَرَضًا قُلُوبِهِمْ فِي

Artinya: *Dalam hati mereka ada penyakit, lalu Allah menambah penyakitnya* (Qs. Surat Al-Baqarah:10)

Niat individu mengacu kepada tindakan yang akan dilakukan di masa depan yang diantisipasi atau direncanakan. Pada perusahaan perbankan, seorang nasabah ataupun calon nasabah hendaknya memahami tentang niatnya untuk menerima produk dan layanan dari perusahaan tersebut.

Niat ada di dalam pikiran seseorang yang menyertai tindakannya dan menjadi penentu dari kualitas tindakannya di masa mendatang. Dalam hal perbankan, beberapa penelitian terkait tentang pengaruh niat terhadap perilaku individu, diantaranya yang

dilakukan oleh Reni dan Ahmad (2016) menggambarkan bahwa niat berpengaruh terhadap perilaku menggunakan perbankan Islam di Indonesia. Ahmed dkk (2019: 153–167) menemukan bahwa kemudahan, norma subjektif, sikap, kontrol perilaku yang dimoderasi oleh pengetahuannya berpengaruh signifikan terhadap niat dari nasabah dalam membeli produk-produk perbankan Islam.

2.5.5 Perilaku (*Behavior*)

Theory of Planned Behavior mengemukakan bahwa perilaku merupakan perbuatan, tindakan atau perkataan seseorang yang dapat diamati, digambarkan, dicatat oleh orang lain (Arifin, 2015: 8). Perilaku merupakan aktualisasi sikap individu atau kelompok yang diwujudkan menjadi sebarang tindakan ataupun penerimaan yang terjadi akibat interaksi dengan lingkungan internal dan eksternalnya. Secara umum, faktor yang mendasari sikap ini berasal dari dalam diri individu tersebut (internal) dan juga dari luar dirinya atau biasa disebut sebagai faktor eksternal.

Perilaku merupakan tindakan, aktivitas, respon, reaksi, gerakan serta proses yang dilakukan oleh individu terhadap suatu objek, ide, pandangan, dan yang lainnya (Timotius, 2018: 2). Perilaku dikaitkan dengan aktivitas yang telah atau sedang dilakukan oleh individu. Jika dikaitkan dengan materi perusahaan perbankan, maka perilaku bisa dikatakan sebagai tindakan individu menjadi nasabah atau calon nasabah perbankan Islam yang dimotivasi oleh berbagai faktor yang ada di dalam dirinya maupun diluar dirinya. Perilaku ini bisa terjadi setelah melalui berbagai

proses pengambilan keputusan yang dipengaruhi oleh niat individu tersebut, dimana niatnya sendiri ditentukan oleh berbagai faktor internal individu tersebut.

Dilihat dari bentuk respon terhadap stimulus, perilaku dapat dibedakan menjadi dua (Arifin, 2015: 3), antara lain:

1. Perilaku Tertutup (*Covert Behavior*)

Perilaku tertutup adalah respon individu terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup (*covert*). Respon atau reaksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan atau kesadaran, dan sikap yang terjadi pada penerima stimulus tersebut.

2. Perilaku Terbuka (*Overt Behavior*)

Perilaku terbuka adalah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. Respon terhadap stimulus tersebut jelas dalam bentuk tindakan atau praktik (*practice*), yang dengan mudah dapat diamati atau dilihat oleh orang lain. Oleh sebab itu, perilaku ini disebut *overt behavior*, tindakan nyata, atau praktik (*practice*).

Pada dasarnya, perilaku dapat diamati melalui sikap dan tindakan, juga dalam sikap potensial, yaitu dalam bentuk pengetahuan, motivasi, dan persepsi. Pada manusia, tingkah laku bergantung pada proses pembelajaran. Apa yang mereka lakukan merupakan hasil proses belajar yang dilakukan sepanjang hidupnya, baik disadari maupun tidak (Arifin, 2015: 2-3). Menurut

Lowrence Green dalam Arifin (2015: 9), perilaku ditentukan atau terbentuk dari tiga faktor, yaitu:

1. Predisposisi (*predis posing factor*) yang terwujud dalam pengetahuan, sikap kepercayaan, keyakinan, nilai-nilai, dan sebagainya.
2. Pendukung (*enabling factors*) yang terwujud dalam lingkungan fisik, tersedia atau tidak tersedianya sarana.
3. Pendorong (*reinforcement factors*) yang terwujud dalam sikap dan perilaku, kebijakan, dan lain-lain.

2.5.6 Religiusitas (*Religiosity*)

Definisi religiusitas adalah perilaku terhadap agama dalam bentuk nilai-nilai agama, yang tidak hanya ketaatan dalam pelaksanaan ibadah ritual, tetapi juga keyakinan, pengalaman, dan ketaatan dengan ilmu agama yang mereka anut (Ancok & Suroso, 2001). Religiusitas berasal dari kata religi yang berarti mengikat kepada kewajiban-kewajiban, atau aturan-aturan yang harus dilaksanakan, yang kesemuanya bersifat ketetapan yang mengikat dan menjadi jati diri dari individu atau kelompok yang berkaitan dengan hubungannya dengan Tuhan, manusia, serta alam semesta. Religiusitas dan Agama Saling mendukung dan melengkapi. Karena hasil logis dari kehidupan manusia, yaitu kehidupan pribadi dan sosial (dalam Andisti & Ritandiyo, 2008). Mangunwidjaya (1986) menjelaskan bahwa religiusitas dan agama memang tidak dapat dipisahkan. Suhardyanto (2001) menjelaskan religiusitas sebagai hubungan pribadi dengan pribadi

yang ilahi, mahakuasa, dan mahakuasa (Tuhan) yang mempertimbangkan keinginan untuk menyenangkan pribadi ilahi dengan melaksanakan kehendaknya dan jauh dari yang tidak diinginkan (larangan).

Ancok dan Suroso (1994) menjelaskan ada lima dimensi kereligiusan seseorang yang dapat diukur untuk mengetahui apakah seseorang beragama atau tidak, seperti:

1. Dimensi Keyakinan (Aqidah)

Dimensi ini menjelaskan sejauh mana seseorang menerima dogmatisme dalam beragama (Ratnasari dkk., 2015).

2. Dimensi Amalan Keagamaan (Syariah)

Dimensi amalan keagamaan menunjukkan tingkat frekuensi atau intensitas orang ketika melakukan kegiatan ritual seperti yang diinstruksikan dan didorong oleh agama (Ratnasari et al., 2015).

3. Dimensi Pengalaman (Ihsan)

Kepadatan pengalaman adalah pengalaman keagamaan yang dihadapi oleh seorang muslim ketika menghayati ajaran agamanya (Ratnasari et al., 2015).

4. Dimensi Pengetahuan Agama (Ilmu Pengetahuan)

Dimensi ilmu agama adalah sejauh mana seseorang memahami ajaran agamanya (Ratnasari et al., 2015).

5. Dimensi Melamar (Akhlak)

Dimensi praktik adalah sejauh mana perilaku seseorang didasarkan pada kemampuannya ajaran agama dalam hidupnya (Ratnasari et al., 2015).

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti Tahun dan Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Andi Reni, Nor Hayati Ahmad(2015). Application Of Theory Reasoned Action In Intention To Use Islamic Banking In Indonesia.	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Jenis datanya berupa data primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan jumlah data sebanyak 500 responden. Metode analisis data menggunakan <i>Partial Least Square Structural Equation Modeling</i> .	Hasil penelitian menunjukan bahwa sikap, norma, agama, pengetahuan dan dukungan pemerintah memiliki pengaruh terhadap intensi dalam memilih perbankan syariah di Indonesia. Namun penetapan harga tidak memiliki pengaruh dalam pemilihan perbankan syariah di Indonesia.
2.	Rifki Fajar Subekhi, Ririn Tri Ratnasari (2018), Religiousity And Theory Of Planned Behavior Towards Intention To Give Infaq	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Jenis datanya berupa data primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan jumlah data 50 orang pedagang muslim di pasar tradisional. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda	Hasil penelitian ini menunjukan bahwa tingkat religiusitas, perilaku, Perceived Behavior Control, dan norma subyektif berpengaruh signifikan terhadap niat melakukan infaq pasar tradisional pedagang muslim
3.	Rizwan Raheem Ahmed , Jolita Vveinhardt , Dalia Streimikiene,	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Jenis datanya berupa data primer. Metode	Hasil penelitian menunjukan norma subjektif, sikap, dan kontrol

No	Peneliti Tahun dan Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Vaida Pilinkiene (2019). Application of the Theory of Planned Behaviour Model for Examining Customers' Intentions towards Islamic Hire Purchase Financing	pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan jumlah data 730 responden. Metode analisis data menggunakan <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).	perilaku yang dirasakan, secara signifikan mempengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan pembiayaan sewa beli syariah.
4.	Sitti Noer Halid, Frederik G. Worang, Ferdinand Tumewu (2019). Application Of Theory Planned Behavior And Influence On Customer's Intention Adopting Islamic Banking Product.	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Jenis datanya berupa data primer. Metode pengumpulan data menggunakan angket dengan jumlah data sebanyak 90 responden. Metode analisis data menggunakan regresi linier berganda.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Norma Subjektif dapat mempengaruhi niat nasabah untuk mengadopsi produk bank Syariah di Bank Muamalat, Manado secara signifikan. Sementara, Sikap dan Persepsi Kontrol Perilaku tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada niat pelanggan untuk mengadopsi produk.
5.	Miko Andi Wardana , I Ketut Rahyuda , I Putu Gde Sukaatmadja , I Gusti Ayu Ketut Giantari (2021). Antecedents and Consequences of Intention to Become a Customer: A Case Study of Islamic Banks in	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Jenis datanya berupa data primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan jumlah data sebanyak 150 responden. Metode analisis data menggunakan <i>Partial Least Square</i> (PLS).	Hasil penelitian adalah sebagai berikut: 1. pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap. 2. Kesadaran tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap. 3. Kesadaran berpengaruh positif signifikan terhadap

No	Peneliti Tahun dan Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Indonesia.		kepercayaan. 4. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap. 5. Sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap niat. 6. Norma subyektif berpengaruh positif signifikan terhadap niat. 7. Kontrol perilaku berpengaruh positif signifikan pada niat. 8. Peran kepercayaan adalah mediasi sadar yang berdampak pada sikap.

Sumber : Data diolah, 2022

Untuk menghindari terjadinya pengulangan pada penelitian ini maka uraian tentang penelitian terdahulu dijelaskan secara rinci dari sisi persamaan dan perbedaannya sebagai berikut:

Penelitian yang dilakukan Andi Reni, Nor Hayati Ahmad (2015). *Application Of Theory Reasoned Action In Intention To Use Islamic Banking In Indonesia*. Memiliki persamaan dengan penelitian ini dalam hal penggunaan variabel independen yaitu sikap, norma, dan agama. Perbedaannya terdapat pada pemilihan objek penelitian dimana penelitian sebelumnya mengukur pengaruh variabel independen terhadap niat menggunakan Perbankan Islam

sedangkan penelitian ini difokuskan hanya kepada pengaruh variabel independen terhadap perilaku menjadi nasabah BSI melalui satu variabel intervening yaitu, niat. Pada penggunaan variabel independen juga terdapat perbedaan yaitu tambahan untuk variabel independen pada penelitian sebelumnya adalah pengetahuan, dukungan pemerintah, dan penetapan harga. Sedangkan penelitian ini tidak menggunakan variabel tersebut.

Penelitian yang dilakukan Rifki Fajar Subekhi, Ririn Tri Ratnasari (2018), *Religiosity And Theory Of Planned Behavior Towards Intention To Give Infaq*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat religiusitas dan teori perilaku terencana terhadap niat untuk melakukan infaq perdagangan pasar tradisional. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas, perilaku, perceived behavior control, dan norma subyektif berpengaruh signifikan terhadap niat melakukan infaq pasar tradisional pedagang muslim. Memiliki persamaan dengan penelitian ini dalam hal penggunaan variabel independen yaitu religiusitas, perilaku, perceived behavior control, dan norma subyektif. Sedangkan perbedaanya terdapat pada pemilihan objek dimana penelitian sebelumnya mengukur pengaruh variabel independen terhadap niat.

Penelitian yang dilakukan oleh Rizwan Raheem Ahmed, Jolita Vveinhardt, Dalia Streimikiene, Vaida Pilinkiene (2019). *Application of the Theory of Planned Behaviour Model for Examining Customers' Intentions towards Islamic Hire Purchase*

Financing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh subjektif, sikap, dan kontrol perilaku yang dirasakan, secara signifikan terhadap niat pelanggan untuk menggunakan pembiayaan sewa beli syariah. Hasil penelitian menunjukkan norma subjektif, sikap, dan kontrol perilaku yang dirasakan, secara signifikan mempengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan pembiayaan sewa beli syariah. Pada penelitian ini memiliki persamaan dalam penggunaan variabel independen yaitu norma subjektif, sikap, kontrol, dan perilaku. Perbedaannya dalam pemilihan objek, variabel independen religiusitas dan pengaruh variabel dependen yaitu niat. Pada penelitian ini niat sebagai variabel intervening sedangkan variabel dependennya perilaku.

Penelitian yang dilakukan Sitti Noer Halid, Frederik G. Worang, Ferdinand Tumewu (2019). *Application Of Theory Planned Behavior And Influence On Customer's Intention Adopting Islamic Banking*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa niat nasabah dalam mengadopsi produk bank Syariah di Bank Muamalat, Manado menggunakan Teori Perilaku Terencana (Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Norma Subjektif dapat mempengaruhi niat nasabah untuk mengadopsi produk bank Syariah di Bank Muamalat, Manado secara signifikan. Sementara, Sikap dan Persepsi Kontrol Perilaku tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada niat pelanggan untuk mengadopsi produk. Pada penelitian ini memiliki persamaan dalam penggunaan variabel

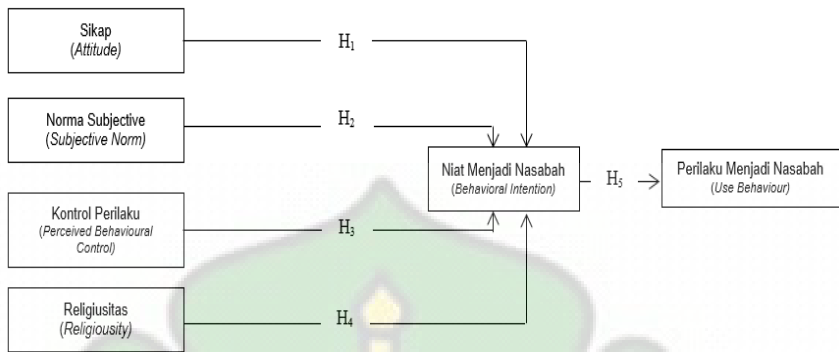
independen yaitu norma subjektif , sikap, kontrol, dan perilaku. Perbedaan dalam pemilihan objek, variabel independen religiusitas dan pengaruh variabel dependen yaitu niat. Pada penelitian ini niat sebagai variabel intervening sedangkan variabel dependennya perilaku.

Penelitian ini dilakukan oleh Miko Andi Wardana , I Ketut Rahyuda , I Putu Gde Sukaatmadja , I Gusti Ayu Ketut Giantari (2021). *Antecedents and Consequences of Intention to Become a Customer: A Case Study of Islamic Banks in Indonesia*. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kepercayaan, kesadaran, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat dan memeriksa peran mediasi kepercayaan dalam hubungan antara kesadaran dan sikap. Hasil penelitian adalah sebagai berikut: (1) pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap. (2) Kesadaran tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap. (3) Kesadaran berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan. (4) Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap sikap. (5) Sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap niat. (6) Norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap niat. (7) Kontrol perilaku berpengaruh positif signifikan terhadap niat. (8) Peran kepercayaan adalah mediasi sadar yang berdampak pada sikap. Pada penelitian ini memiliki persamaan dalam penggunaan variabel independen yaitu norma subjektif dan, kontrol perilaku. Perbedaan dalam pemilihan objek,, pengaruh variabel dependen yaitu niat, variabel intervening sikap dan kepercayaan. Pada

penelitian ini niat sebagai variabel intervening sedangkan variabel dependennya perilaku dan variabel independen juga menggunakan religiusitas dan sikap.

2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka penelitian pada penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan hubungan antara variabel bebas yang diukur pengaruhnya terhadap variabel terikat. Dimana variabel-variabel yang disajikan merujuk kepada kerangka teori yang di adaptasi dari *Theory of Reasoned Action*. Terdapat 4 (empat) variabel bebas (independent variable) yang disertakan dalam penelitian ini yaitu Sikap (Attitude) sebagai X_1 , Norma Subjektif (Subjective Norm) sebagai X_2 , Kontrol Perilaku yang dipersepsikan (Perceived Behavioral Control) sebagai X_3 , dan Religiusitas (Religiosity) sebagai X_4 . Adapun variabel terikat (dependent variable) dalam penelitian ini adalah Niat (Intention) menjadi Nasabah BSI sebagai Y, dan Perilaku (Use Behaviour) sebagai Z. Secara lebih rinci adalah seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.1.



Gambar 2. 1. Kerangka Pemikiran

2.8 Pengaruh Antar Variabel

2.8.1 Pengaruh Sikap Terhadap Niat menjadi nasabah

Sikap dapat didefinisikan suatu pendapat atau perasaan yang biasanya dimiliki seseorang dalam situasi tertentu (Sireesha, 2017). Semakin tinggi rasa senang, rasa menguntungkan atau tingginya kecenderungan masyarakat dalam menyukai maka semakin tinggi pula perilaku masyarakat tersebut untuk merealisasikan atau ingin menjadi nasabah.

Hasil penelitian Rizwan Raheem Ahmed , Jolita Vveinhardt , Dalia Streimikiene, Vaida Pilinkiene (2019). Application of the Theory of Planned. Menunjukkan bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap niat. Peran sikap ini akan menjadi dasar pengambilan keputusan dari nasabah maupun calon nasabah terhadap niatnya dalam menggunakan produk dan layanan perbankan.

2.8.2 Pengaruh Sikap terhadap Perilaku melalui Niat menjadi nasabah

Sikap berasal dari keyakinan perilaku yang menonjol yang mencerminkan hasil yang dirasakan seseorang, dan keinginan dari konsekuensi peralihan terkait (Ajzen, 1991; Rawashdeh, 2015). Sikap menjadi salah satu materi penting dalam proses penilaian perilaku nasabah terhadap produk dan layanan yang disediakan oleh perusahaan perbankan.

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Sudaryati, Agustia dan Syahputra (2017). *The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude, Subjectif Norm, and Perceived Behavioral Control to Actual Usage Psak 45 Revision on 2011 with Intention as Intervening Variable in Unair Financial Departement*. Menunjukkan bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap perilaku melalui mediasi niat.

2.8.3 Pengaruh Norma Subjektif terhadap Niat menjadi nasabah

Norma subjektif bisa ditentukan oleh keyakinan terhadap informasi maupun preferensi yang timbul akibat kepercayaannya kepada atasan, orang tua, kerabat, teman, kolega yang membenarkan suatu tindakan sehingga hal tersebut menyebabkan dirinya mengambil keputusan tertentu (Plangger, 2012: 80).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Miko Andi Wardana, I Ketut Rahyuda, I Putu Gde Sukaatmadja, I Gusti Ayu Ketut Giantari (2021) yang berjudul “Antecedents and Consequences of

Intention to Become a Customer: A Case Study of Islamic Banks in Indonesia”, penelitian yang dilakukan oleh Rifki Fajar Subekhi, Ririn Tri Ratnasari (2018), “Religiosity And Theory Of Planned Behavior Towards Intention To Give Infaq” dan penelitian yang dilakukan oleh Rizwan Raheem Ahmed , Jolita Vveinhardt , Dalia Streimikiene, Vaida Pilinkiene (2019). “Application of the Theory of Planned Behaviour Model for Examining Customers’ Intentions towards Islamic Hire Purchase Financing” ketiga penelitian yang menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap niat. Sehingga dorongan dari orang-orang terdekat untuk menjadi nasabah seperti kerabat, teman, kolega, atasan, bahkan orang tua, dapat mempengaruhi niat untuk menjadi nasabah.

2.8.4 Pengaruh Norma Subjektif terhadap Perilaku melalui Niat menjadi nasabah

Norma subjektif merupakan perilaku yang menimbulkan keyakinan individu terhadap suatu tindakan yang ditimbulkan akibat dari kepercayaan yang ia peroleh dari pendapat atau pandangan orang lain, baik tindakan positif maupun negatif.

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Sudaryati, Agustia dan Syahputra (2017). The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude, Subjectif Norm, and Perceived Behavioral Control to Actual Usage Psak 45 Revision on 2011 with Intention as Intervening Variable in Unair Financial Departement. yang mengemukakan bahwa niat memediasi pengaruh antara norma subjektif dan perilaku.

2.8.5 Pengaruh Kontrol Perilaku terhadap Niat menjadi nasabah

Kontrol Perilaku dapat diartikan sebagai kepercayaan seseorang terhadap seberapa besar kontrol yang dia miliki atas perilaku yang diberikan (Martin, Zolnierrek, & DiMatteo, 2010). Niat dari individu dipengaruhi oleh sikap, kontrol terhadap perilaku, pengaruh sosial, norma subjektif. Sebagaimana halnya sikap dan norma subjektif, maka kontrol perilaku juga diprediksi mampu mempengaruhi keyakinan individu dalam membuat suatu keputusan terhadap objek, ide, pandangan, produk, jasa, dan yang lainnya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rifki Fajar Subekhi, Ririn Tri Ratnasari (2018). *Religiousity And Theory Of Planned Behavior Towards Intention To Give Infaq*. Menunjukkan bahwa kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap niat. kendali masyarakat terkait kemudahan ataupun kesulitan yang dirasakan untuk menjadi nasabah, mempengaruhi masyarakat untuk merealisasikan perilaku. Dengan demikian, kontrol perilaku dapat menjadi salah satu penentu dari niat seseorang.

2.8.6 Pengaruh Kontrol Perilaku terhadap Perilaku melalui Niat menjadi nasabah

kontrol perilaku sangat erat kaitannya dengan tingkat kepercayaannya bahwa ia mampu melakukan perilaku yang diasumsikan melalui pengukuran tingkat kemudahan maupun kesulitan, kemampuan maupun keyakinannya. Semakin baik sikap

dan norma subjektif individu terhadap perilaku yang diasumsikan, dan semakin besar kontrol perilaku yang dirasakan maka semakin kuat niat dari individu tersebut untuk melakukan perilaku yang diasumsikan.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sudaryati, Agustia dan Syahputra (2017) yang berjudul. *The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude, Subjectif Norm, and Perceived Behavioral Control to Actual Usage Psak 45 Revision on 2011 with Intention as Intervening Variable in Unair Financial Departement*. Menunjukkan bahwa kontrol perilaku berpengaruh terhadap perilaku melalui mediasi niat.

2.8.7 Pengaruh Religiusitas terhadap Niat menjadi nasabah

Religiusitas adalah perilaku terhadap agama dalam bentuk nilai-nilai agama, yang tidak hanya ketaatan dalam pelaksanaan ibadah ritual, tetapi juga keyakinan, pengalaman, dan ketaatan dengan ilmu agama yang mereka anut (Ancok & Suroso, 2001).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rifki Fajar Subekhi, Ririn Tri Ratnasari (2018). *Religiousity And Theory Of Planned Behavior Towards Intention To Give Infaq*. Menunjukkan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh signifikan terhadap niat. Semakin besar aqidah, syariah, ihsan, pengetahuan agama tentang bank syariah, dan ahklak sangat berpengaruh dalam penentu reliugiusitas terhadap niat.

2.8.8 Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku melalui Niat menjadi nasabah

Religiusitas sebagai hubungan pribadi dengan pribadi yang ilahi, mahakuasa, dan mahakuasa (Tuhan) yang mempertimbangkan keinginan untuk menyenangkan pribadi ilahi dengan melaksanakan kehendaknya dan jauh dari yang tidak diinginkan (larangan). Semakin besar keyakinan, pengetahuan agama tentang bank syariah sangat berpengaruh dalam penentu perilaku terhadap niat menjadi nasabah.

2.8.9 Pengaruh Niat menjadi nasabah BSI terhadap Perilaku

Niat individu terhadap perilaku yang diasumsikan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku (Ajzen, 2006).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Christina dan Suhud (2018). Analisis Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Ojek Online dengan TAM. Menunjukkan niat berperilaku berpengaruh signifikan terhadap perilaku. Semakin tinggi tindakan usaha seorang untuk menjadi nasabah sangat dapat berpengaruh menjadi penentu dari niat.

2.9 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan asumsi awal atas jawaban sementara terhadap masalah yang ada pada penelitian. Hipotesis berisi pernyataan sementara yang kebenarannya harus dibuktikan

melalui sejumlah pengujian mengikuti berbagai metode yang disesuaikan dengan penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2010) .

- H_{a1} : Sikap (*attitude*) berpengaruh terhadap niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
- H_{a2} : Sikap (*attitude*) berpengaruh terhadap perilaku (*use behaviour*) melalui niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
- H_{a3} : Norma subjektif (*subjective norm*), berpengaruh terhadap niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
- H_{a4} : Norma subjektif (*subjective norm*), berpengaruh terhadap perilaku (*use behaviour*) melalui niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
- H_{a5} : Kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) berpengaruh terhadap niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
- H_{a6} : Kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) berpengaruh terhadap perilaku (*use behaviour*) melalui niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
- H_{a7} : Religiusitas (*religiosity*) berpengaruh terhadap niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
- H_{a8} : Religiusitas (*religiosity*) berpengaruh terhadap perilaku (*use behaviour*) melalui niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
- H_{a9} : Niat (*intention*) berpengaruh terhadap Perilaku (*use behaviour*) menjadi Nasabah Bank Syariah Indoensia.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu metode pengujian teori-teori tertentu dengan menguji hubungan antar variabel (Noor, 2011: 38). Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian terkait data dalam bentuk program numerik atau statistik (Wahidmurni, 2017: 3). Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausalitas (causality research). Penelitian kausalitas bertujuan untuk menyelidiki kemungkinan sebab akibat dari suatu peristiwa atau fenomena (Kadri, 2018: 8). Pendekatan ini sesuai digunakan untuk menjelaskan pola hubungan antar variabel. Penelitian kuantitatif berbentuk investigasi sistematis terhadap fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur melalui pemanfaatan metode statistik, matematika maupun komputasi (raharja.ac.id, 2020). penelitian kuantitatif sebagai jenis penelitian yang menjelaskan fenomena dengan mengumpulkan data numerik yang dianalisis menggunakan metode berbasis matematis (khususnya statistik). Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik/angka. Tujuan penelitian kuantitatif yaitu untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori dan/atau hipotesis yang

berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti (Suryani & Hendryadi, 2016: 109).

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari objek yang akan diteliti oleh peneliti, di mana objek populasi yang karakteristiknya diukur disebut satuan dasar atau dasar dari populasi (Levy & Lemeshow, 2013). Populasi merupakan sekumpulan subjek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, sikap hidup, dan lain-lain, sehingga subjek tersebut dapat menjadi sumber data penelitian (Bungin, 2017: 109).

Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Aceh yang memenuhi syarat dan ketentuan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Adapun syarat dan ketentuan menjadi nasabah BSI adalah penduduk yang memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Berdasarkan data statistik Aceh Dalam Angka tahun 2019 tercatat bahwa Masyarakat Aceh yang berusia 20 (dua puluh) hingga 60+ (enam puluh tahun lebih) ada sebanyak 2.259.449 jiwa (BPS, 2020), dan ini juga merupakan rentang usia yang memiliki KTP dan NPWP yang menjadi persyaratan dalam menjadi nasabah BSI. Dengan demikian perkiraan populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Aceh pada rentang usia 20-60+ tahun.

Sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang dapat dijangkau dan mempunyai sifat yang sama dengan populasi sebagai objek pengamatan (Arifin, 2008: 69). Teknik pengambilan sampel

pada penelitian ini yaitu nonprobability sampling di mana setiap anggota populasi tidak diberikan kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel (Noor, 2011: 154). Karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian ini, pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling, yaitu bentuk khusus dari nonprobability sampling yang biasanya digunakan untuk penelitian kuantitatif. Tujuan utama dari purposive sampling adalah menentukan sampel dengan cara mengidentifikasi karakteristik maupun ciri-ciri tertentu yang dapat mewakili populasi (Battaglia, 2011: 524). Purposive sampling menggunakan unit yang dipilih sendiri yang memenuhi kebutuhan peneliti. Dengan demikian, penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan orang yang berpotensi menjadi nasabah yang karakteristiknya mampu mewakili populasi, yaitu 1) Muslim, 2) Memenuhi persyaratan sebagai Nasabah Bank Syariah Indonesia, 3) Masyarakat Aceh, 4) Memiliki informasi tentang Bank Syariah Indonesia. Dengan mengacu kepada karakteristik di atas maka dalam penelitian ini diperoleh sebanyak 207 responden. Jumlah responden yang didapat juga telah memenuhi ukuran sampel minimal yang direkomendasikan untuk analisis SEM, yaitu berkisar antara 100-300 (ZuhdiI, Suharjo, dan Sumarno, 2016: 12).

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah berupa data primer. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti berdasarkan sumber atau pengukuran langsung terhadap objek

penelitian (Mustafa, 2013: 92). Data Primer adalah jenis data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber utamanya. Data primer yang akan dihasilkan dalam penelitian ini bersifat spesifik sesuai dengan kebutuhan dan kriteria penelitian yakni berupa data real time atau data yang terus berkembang setiap waktu. Dalam hal memperoleh datanya peneliti berpartisipasi aktif sehingga dapat dipastikan bahwa data yang diperoleh memenuhi persyaratan yang disertakan dalam variabel yang sudah ditetapkan.

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Penelitian ini akan menggunakan sumber data yang berasal dari responden, menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuisisioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang memberikan atau mendistribusikan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan mereka akan memberikan jawaban atas daftar pertanyaan tersebut (Noor, 2011: 139). Klasifikasi sumber datanya berupa orang (*Person*). *Person* yaitu sumber data yang bisa memberikan data berupa jawaban lisan melalui pilihan – pilihan jawaban yang akan disertakan pada kuisisioner.

Skala pengukuran diperlukan untuk mengkuantitatifkan data kualitatif seperti halnya sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, religiusitas, niat dan perilaku menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia di Aceh. Karena pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan banyak pilihan jawaban dan menggunakan bentuk tingkat kesetujuan skala pengukuran data

yang digunakan adalah skala Likert (*Likert Scale*). Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016: 93). Skala Likert merupakan skala yang berisi lima tingkat preferensi Alternatif pilihan jawaban dari responden berdasarkan skala pengukuran. Skala likert ini biasa digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap objek suatu hubungan atau daya tarik (Indrawan & Yaniawati, 2014: 117). seperti ditunjukkan dalam Tabel 3.1.

Tabel 3. 1. Skala Likert

No.	Alternatif Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1
2.	Tidak Setuju	2
3.	Kurang Setuju	3
4.	Setuju	4
5.	Sangat Setuju	5

Sumber: Sugiyono, 2016: 94

3.4 Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas dilakukan untuk menilai keakuratan alat ukur dan sejauh mana akurasi mencerminkan variabel laten saat menjalankan fungsi indikator pengukuran (Susafa'ati, 2015). Dalam penelitian ini dilakukan uji validitas dengan menganalisis nilai *loading factor*. Jika nilai *loading factor* lebih besar dari 0,5 indikator tersebut dianggap valid (Santoso, 2014: 124).

Reliabilitas adalah ukuran konsistensi internal indikator dalam konfigurasi, dan menunjukkan sejauh mana setiap indikator menunjukkan konfigurasi (Waluyo, 2016: 36). Pada penelitian ini

pengujian reliabilitas dilakukan analisis *Construct Reliability* dari masing-masing variabel.

3.5 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Adapun yang menjadi variabel dalam penelitian ini, terdiri atas variabel independen yaitu Sikap (X_1), Norma Subjektif (X_2), Kontrol Perilaku (X_3), Religiusitas (X_4), dan Niat menjadi nasabah (Y) sebagai variabel intervening. Variabel dependen adalah Perilaku menjadi nasabah (Z). Adapun penjelasan rinci mengenai operasional variabel dapat dilihat pada tabel 3.2

Tabel 3. 2. Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi operasional variabel	Indikator	Ukuran
1.	Sikap sebagai variabel independen (X_1)	Penilaian individu atau evaluasi diri, baik positif atau negatif dari melakukan suatu perilaku (Ajzen, 2011: 76).	■ Baik – tidak baik ■ Menguntungkan – tidak menguntungkan ■ Menyenangkan – tidak menyenangkan ■ Suka – Tidak suka	1-5
2.	Norma Subjektif sebagai variabel independen (X_2)	Persepsi individu tentang perilaku tertentu dan kekuatan motivasi untuk mematuhi atau menyesuaikan diri dengan keyakinan orang lain (Ajzen 2011: 77)	■ Pengaruh kepada atasan ■ Pengaruh orang tua ■ Pengaruh kerabat ■ Pengaruh teman ■ Pengaruh kolega	1-5
3.	Kontrol Perilaku sebagai variabel	Keyakinan yang berkaitan dengan faktor-faktor yang dapat memudahkan	■ Kepercayaan ■ Kemampuan ■ Kemudahan – kesulitan	1-5

	independen(X_3)	atau menghambat kinerja perilaku (Ajzen, 2011: 77)	▪ Kendali	
4.	Religiusitas sebagai variabel independen (X_4)	perilaku terhadap agama dalam bentuk nilai-nilai agama, yang tidak hanya ketaatan dalam pelaksanaan ibadah ritual, tetapi juga keyakinan, pengala man, dan ketaatan dengan ilmu agama yang mereka anut (Ancok & Suroso, 2001).	▪ Aqidah ▪ Syariah ▪ Ihsan ▪ Pengetahuan agama ▪ Ahklak	1-5
5.	Niat sebagai variabel intervening(Y)	Penentu suatu tindakan akan dilakukan atau tidak dilakukan oleh seseorang (Ajzen, 2005: 1 17)	▪ Niat melakukan ▪ Usaha mencoba ▪ Perencanaan ▪	1-5
6.	Perilaku sebagai variabel dependen (Z)	Perbuatan/tindakan dan perkataan seseorang yang sifatnya dapat diamati, digambarkan, dan dicatat oleh orang lain ataupun orang yang melakukannya (Arifin, 2015: 8)	▪ Tindakan ▪ Aktivitas ▪ Respon ▪ Reaksi	1-5

3.6 Metode dan Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Structural Equation Model* (SEM). *Structural Equation Model* (SEM) adalah teknik statistik multivariat yang menggabungkan analisis faktor dan analisis regresi (korelasi).

Tujuannya adalah untuk menyelidiki baik hubungan antara variabel dalam model, hubungan antara indikator dan komponennya, dan hubungan antar komponen yang memungkinkan pengujian numerik. Dari hubungan yang kompleks atau relatif kompleks (Santoso, 2014: 14).

Serangkaian hubungan yang kompleks antara satu atau lebih variabel dependen/endogen dan satu atau lebih variabel independen/eksogen adalah beberapa variabel independen/eksogen, masing-masing variabel dependen/endogen dan independen/eksogen mengambil bentuk. Memiliki faktor atau komposisi yang terdiri dari beberapa indikator yang diamati secara langsung (Waluyo, 2016: 2 Penggunaan SEM memungkinkan peneliti untuk menguji validitas dan reliabilitas alat penelitian, untuk mengkonfirmasi keakuratan suatu model, serta untuk menguji pengaruh satu variabel terhadap variabel lain yang berbeda (Handayani dan Sudiana, 2017: 169).

Metode estimasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah estimasi kemungkinan maksimum. Metode ini bekerja dengan baik untuk ukuran sampel dari 150 hingga 400 data (Santoso, 2014: 74). *Software* yang digunakan adalah Amos 22. Amos (*Analisis of moment structures*) adalah salah satu *software* untuk melakukan analisis struktural. Selain itu penelitian ini juga menggunakan *software* SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) untuk keperluan deskripsi data. Secara umum, sebuah model SEM dapat dibagi menjadi dua, yaitu: model pengukuran

(*Measurement Model*) model struktural (*Structural Model*) (Santoso, 2014: 14).

a. Model Pengukuran (*Measurement Model*)

Model pengukuran (*measurement model*) adalah bagian dari model SEM untuk mengenali hubungan yang erat antara indikator dan komponennya. (Mediyanto dan Mahendra, 2017: 12). Dalam penelitian ini, kami melakukan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), yang merupakan alat analisis untuk menguji model pengukuran (Santoso, 2014: 10).

b. Model Struktural (*Structural Model*)

Sebuah model struktural untuk mengkonfirmasi hubungan kausal hipotetis (regresi). Uji model struktural untuk mendapatkan serangkaian korelasi yang menunjukkan hubungan antar komponen (Mediyanto dan Mahendra, 2017: 12).

3.7 Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan atau dugaan sementara yang masih harus diuji kebenarannya dengan melakukan penelitian. Berdasarkan latar belakang dan penelitian terdahulu yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis penelitian dinyatakan sebagai berikut:

H_{a1} : Sikap (*attitude*) berpengaruh terhadap niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia

H_{a2} : Sikap (*attitude*) berpengaruh terhadap perilaku (*use*)

behaviour) melalui niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia

- H_{a3} : Norma subjektif (*subjective norm*), berpengaruh terhadap niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
- H_{a4} : Norma subjektif (*subjective norm*), berpengaruh terhadap perilaku (*use behaviour*) melalui niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
- H_{a5} : Kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) berpengaruh terhadap niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
- H_{a6} : Kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) berpengaruh terhadap perilaku (*use behaviour*) melalui niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
- H_{a7} : Religiusitas (*religiosity*) berpengaruh terhadap niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
- H_{a8} : Religiusitas (*religiosity*) berpengaruh terhadap perilaku (*use behaviour*) melalui niat (*intention*) menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia
- H_{a9} : Niat (*intention*) berpengaruh terhadap Perilaku (*use behaviour*) menjadi Nasabah Bank Syariah Indoensia.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia di Aceh

Pada 1 Februari 2021 pukul 13:00 WIB yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Di dukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri,BNI,BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia di dorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang di harapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah Perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil'Alamiin).

Proses merger tiga Bank Syariah besar di Indonesia menjadi salah satu tonggak sejarah yang akan membuka banyak peluang-peluang baru dalam mendukung perekonomian masyarakat secara

nasional. Setiap Bank Syariah memiliki latar belakang dan sejarahnya sendiri sehingga semakin menguatkan posisi BSI kedepannya.

Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI) di resmikan melalui surat yang di keluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Surat yang di rilis dengan Nomor: SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 perihal pemberian izin penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam PT Bank BRI syariah Tbk serta izin perubahan nama dengan menggunakan Izin Usaha PT Bank BRI syariah Tbk menjadi Izin Usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai Bank.

Aceh memiliki peraturan daerah yang berbasis syariah yang dikenal dengan Qanun. Berkenaan dengan keuangan perbankan, terdapat Qanun Aceh No. 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah (LKS). Di mana dengan adanya qanun ini, berarti tidak ada lagi transaksi dengan menggunakan bank konvensional. Pada saat ini, berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terdapat 1,2 juta nasabah dari BSI di Aceh (Ojk, 2021), dan jumlah penduduk Aceh adalah 5,3 juta jiwa. Hal ini berarti 22,64% dari penduduk Aceh merupakan nasabah BSI.

4.2 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia di Aceh

4.2.1 Visi

Menjadi 10 top Global *Islamic Bank*

4.2.2 Misi

- 1 Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia Melayani > 20 juta nasabah dan menjadi top 5 Bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025 (ir.bankbsi.co.id,2021)
- 2 Menjadi Bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Top 5 Bank yang paling Profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- 3 Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

4.3 Deskripsi Data

Data responden diperoleh dari hasil sebaran kuesioner yang dilakukan secara online (melalui link: <https://tinyurl.com/PutriRizkina>) pada 10 Maret – 10 Mei 2022. Responden yang ditemukan pada penelitian ini berjumlah 207 sampel dengan karakteristik responden diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, jenis kelamin, usia, status nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI), waktu menjadi nasabah BSI, dan jenis layanan BSI. Berdasarkan klasifikasi responden tersebut memperoleh karakteristik responden pada penelitian yang dapat dilihat pada Tabel 4.1

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden

No	Uraian	Frekuensi	Persentase
1.	Jenis kelamin: ▪ Laki-laki ▪ Perempuan	61 146	29,5 70,5
	Jumlah	207	100
2.	Usia: ▪ <20 Tahun ▪ 20-29 Tahun ▪ 30-39 Tahun ▪ 40-49 Tahun ▪ 50-59 Tahun ▪ 60+ Tahun	55 137 9 5 1 -	26,6 66,2 4,3 2,4 0,5 -
	Jumlah	207	100
3.	status nasabah pada Bank Syariah Indonesia (BSI): ▪ Sudah ▪ Belum	183 24	88,4 11,6
	Jumlah	207	100
4.	Jangka waktu menjadi nasabah BSI ▪ 3 Bulan ▪ 6 Bulan ▪ 9 Bulan ▪ 10+ Bulan ▪ Belum menjadi nasabah BSI	43 24 30 86 24	20,8 11,6 14,5 41,5 11,6
	Jumlah	207	100
5.	Jenis jenis layanan BSI ▪ Tabungan ▪ Pembiayaan ▪ Transaksi ▪ Bisnis ▪ Haji dan Umroh ▪ Investasi ▪ Emas ▪ Prioritas	177 15 60 7 3 5 1 5	64,8 5,5 22,1 2,6 1,1 1,8 0,3 1,8
	Jumlah	273	100

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.1 jumlah responden yang ditemukan dari hasil penelitian diperoleh 207 responden yang terdiri dari 146 responden perempuan dan 61 responden laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang diperoleh lebih dominan perempuan dibandingkan responden laki-laki, disebabkan karena proses penyebaran kuisioner dilakukan secara random sesuai dengan kriteria pada metode pengambilan sampel. Karakteristik rentan usia responden yang ditemukan memiliki variasi usia diantaranya; 55 responden berusia < 20 tahun, 137 responden berusia 20-29 tahun, 9 responden berusia 30-39 tahun, 5 responden berusia 40-49 tahun dan 1 responden berusia 50-59 tahun. Rentan usia responden yang paling banyak 20-29 tahun dan rentan usia paling rendah respondennya 50-59 tahun. Hal ini tentu lebih dominan responden yang berusia 20-29 tahun, dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya, kemudahan memperoleh perkembangan informasi. Status dari semua responden yang ditemukan sudah menjadi nasabah BSI terdapat 183 responden dan 24 responden yang belum menjadi nasabah BSI. Berdasarkan rentan waktu responden menjadi nasabah BSI ditemukan 43 responden selama 3 bulan, 24 responden selama 6 bulan, 30 responden selama 9 bulan dan 86 responden selama 10 bulan keatas. Jenis layanan BSI yang paling dominan digunakan oleh responden pada penelitian ini bervariasi diantaranya layanan tabungan sebanyak 177 responden, hal ini disebabkan oleh mayoritas nasabah lebih nyaman menimbun sebagian besar

dananya dalam bentuk tunai agar lebih fleksibel (kontan.co.id, 2020). layanan transaksi 60 responden, layanan pembiayaan 15 responden, layanan bisnis 7 responden, layanan investasi dan prioritas 5 responden, layanan haji dan umroh 3 responden dan layanan emas 1 responden.

4.3.1 Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data penelitian diperlukan untuk melihat karakteristik data yang meliputi ditunjukkan pada Tabel 4.2 berikut.

Tabel 4. 2
Deskriptif Data

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
Sikap	207	1.00	5.00	4,056	0,063402921
Norma Subjektif	207	1.00	5.00	3,6415	0,021979349
Kontrol Perilaku	207	1.00	5.00	4,2149	0,02775151
Religiusitas	207	1.00	5.00	4,1509	0,069825845
Niat	207	1.00	5.00	4,1485	0,047721873
Perilaku	207	1.00	5.00	4,0502	0,098270892
Valid N (listwise)	207				

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai minimum 1.00 dan nilai maksimum 5.00. Variabel sikap memiliki nilai rata-rata sebesar 4,056 dengan standar deviasi 0,063. Variabel norma subjektif memiliki nilai rata-rata sebesar 3,641 dengan standar deviasi 0,022. Variabel kontrol perilaku

memiliki nilai rata-rata sebesar 4,215 dengan standar deviasi 0,028. Variabel religiusitas memiliki nilai rata-rata sebesar 4,151 dengan standar deviasi 0,070. Variabel niat memiliki nilai rata-rata sebesar 4,148 dengan standar deviasi 0,048. Variabel perilaku memiliki nilai rata-rata sebesar 4,050 dengan standar deviasi 0,098.

Interval kelas dibentuk untuk penilaian rata-rata responden untuk memudahkan penilaian rata-rata indikator pada setiap konfigurasi. Penelitian ini membuat 5 kelas interval untuk masing-masing variabel yaitu sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, religiusitas, niat, dan perilaku dengan menggunakan rumus menurut Suryadi dan Purwanto (2012).

$$\text{interval kelas} = \frac{\text{nilai terbesar} - \text{nilai terkecil}}{\text{jumlah kelas}}$$

Berdasarkan rumus di atas, maka penentuan interval kelas untuk variabel penelitian adalah sebagai berikut:

$$\text{interval kelas} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Kriteria penilaian rata-rata indikator kuesioner dalam penelitian ini sebagaimana dalam Tabel 4.3 berikut.

Tabel 4. 3
Interval Penilaian Jawaban Responden

Interval	Penilaian
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik
1,80 – 2,59	Tidak Baik
2,60 – 3,39	Kurang Baik
3,40 – 4,19	Baik
4,20 – 5,00	Sangat Baik

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa rata-rata setiap indikator masing-masing variabel dengan interval kelas 1,00 sampai dengan 1,79 bernilai sangat tidak baik, interval kelas 1,80 sampai dengan 2,59 bernilai tidak baik, interval kelas 2,60 sampai dengan 3,39 bernilai kurang baik, kemudian interval 3,40 sampai dengan 4,19 bernilai baik dan interval 4,20 sampai dengan 5,00 bernilai sangat baik. Dengan demikian rata-rata dari keseluruhan indikator variabel berada pada kelas interval 3.40 – 4,19 dengan penilaian baik.

4.3.2 Deskripsi Variabel Penelitian

a. Distribusi Jawaban Responden terhadap Jawaban Sikap (X_1)

Variabel sikap pada penelitian ini dianalisis dalam 4 indikator pertanyaan. Setiap pertanyaan diberikan alternatif jawaban dari sangat tidak baik dengan skor 1 sampai dengan sangat baik skor 5. Tingkat persetujuan responden terhadap indikator-indikator yang merepresentasikan sikap dapat dilihat dari pilihan jawaban yang diberikan responden sebagaimana yang ditunjukkan dalam Tabel 4.4

Tabel 4. 4
Persepsi Responden terhadap Sikap

No.	Indikator	STS	TS	KS	S	SS	Mean
1.	S 1	2	1	29	111	64	4.135
2.	S 2	3	1	43	95	65	4.062
3.	S 3	2	5	45	101	54	3.980
4.	S 4	5	1	41	96	64	4.048
Rata-rata							4.056

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui bahwa rata-rata skor pilihan responden terhadap 4 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel sikap menunjukkan angka rata-rata sebesar 4.056 yang berarti rata-rata responden dalam menjawab setiap pertanyaan yang berkaitan dengan variabel sikap berkategori baik.

b. Distribusi Jawaban Responden terhadap Norma Subjektif (X_2)

Variabel norma subjektif pada penelitian ini dianalisis dalam 4 indikator pertanyaan. Setiap pertanyaan diberikan alternatif jawaban dari sangat tidak baik dengan skor 1 sampai dengan sangat baik skor 5. Tingkat persetujuan responden terhadap indikator-indikator untuk mengukur norma subjektif dapat dilihat dari pilihan jawaban yang diberikan responden sebagaimana yang ditunjukkan dalam Tabel 4.5.

Tabel 4. 5
Persepsi Responden terhadap Norma Subjektif

No	Indikator	STS	TS	KS	S	SS	Mean
1.	NS 1	11	20	52	78	46	3.623
2.	NS 2	15	17	53	71	51	3.618
3.	NS 3	14	16	51	74	52	3.661
4.	NS 4	15	16	50	78	48	3.637
5.	NS 5	12	19	52	72	52	3.666
Rata-rata							3.641

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui bahwa rata-rata skor pilihan responden terhadap 5 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel norma subjektif menunjukkan angka sebesar

3.641, yang berarti rata-rata responden menjawab setiap pertanyaan yang berkaitan dengan norma subjektif berkategori baik.

c. Distribusi Jawaban Responden terhadap Kontrol Perilaku (X_3)

Variabel kontrol perilaku pada penelitian ini dianalisis dengan 4 indikator pertanyaan. Setiap pertanyaan diberikan alternatif jawaban dari sangat tidak baik dengan skor 1 sampai dengan sangat baik dengan skor 5. Tingkat persetujuan responden terhadap indikator-indikator yang merepresentasikan kontrol perilaku dapat dilihat dari pilihan jawaban yang diberikan responden sebagaimana yang ditunjukkan dalam Tabel 4.6

Tabel 4. 6
Persepsi Responden terhadap Kontrol Perilaku

No	Indikator	STS	TS	KS	S	SS	Mean
1.	KP 1	3	2	24	96	82	4.222
2.	KP 2	4	8	24	85	86	4.173
3.	KP 3	3	2	26	92	84	4.231
4.	KP 4	4	5	26	80	92	4.231
Rata-rata							4.214

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.6 diketahui bahwa rata-rata skor pilihan responden terhadap 4 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kontrol perilaku menunjukkan angka sebesar 4.214, yang berarti rata-rata responden menjawab setiap pertanyaan yang berkaitan dengan kontrol perilaku berkategori sangat baik.

d. Distribusi Jawaban Responden terhadap Religiusitas (X_4)

Variabel religiusitas pada penelitian ini dianalisis 4 indikator pertanyaan. Setiap pertanyaan diberikan alternatif jawaban dari sangat tidak baik dengan skor 1 sampai dengan sangat baik dengan skor 5. Tingkat persetujuan responden terhadap indikator-indikator yang merepresentasikan religiusitas dapat dilihat dari pilihan jawaban yang diberikan responden sebagaimana yang ditunjukkan dalam Tabel 4.7.

Tabel 4. 7
Persepsi Responden terhadap Religiusitas

No	Indikator	STS	TS	KS	S	SS	Mean
1.	R 1	9	4	31	86	77	4.057
2.	R 2	3	8	30	79	87	4.164
3.	R 3	3	5	33	85	81	4.154
4.	R 4	2	6	29	80	90	4.227
Rata-rata							4.1505

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.7 diketahui bahwa rata-rata skor pilihan responden terhadap 4 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel religiusitas menunjukkan angka sebesar 4.1505, yang berarti rata-rata responden menjawab setiap pertanyaan yang berkaitan dengan religiusitas berkategori baik.

e. Distribusi Jawaban Responden terhadap Niat (Y)

Variabel niat pada penelitian ini dianalisis dengan 4 indikator pertanyaan. Setiap pertanyaan diberikan alternatif jawaban dari sangat tidak baik dengan skor 1 sampai dengan sangat baik dengan skor 5. Tingkat persetujuan responden terhadap

indikator-indikator yang merepresentasikan niat dapat dilihat dari pilihan jawaban yang diberikan responden sebagaimana yang ditunjukkan dalam Tabel 4.8

Tabel 4. 8
Persepsi Responden terhadap Niat

No	Indikator	STS	TS	KS	S	SS	Mean
1.	N 1	4	7	18	92	86	4.207
2.	N 2	3	4	30	96	74	4.140
3.	N 3	5	6	35	83	78	4.091
4.	N 4	3	6	29	91	78	4.154
Rata-rata							4.148

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.8 diketahui bahwa rata-rata skor pilihan responden terhadap 4 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel niat menunjukkan angka sebesar 4.148, yang berarti rata-rata responden menjawab setiap pertanyaan yang berkaitan dengan niat berkatagori baik.

f. Distribusi Jawaban Responden terhadap Perilaku (Z)

Variabel perilaku pada penelitian ini dianalisis dengan 5 indikator pertanyaan. Setiap pertanyaan diberikan alternatif jawaban dari sangat tidak baik dengan skor 1 sampai dengan sangat baik dengan skor 5. Tingkat persetujuan responden terhadap indikator-indikator yang merepresentasikan perilaku dapat dilihat dari pilihan jawaban yang diberikan responden sebagaimana yang ditunjukkan dalam Tabel 4.9.

Tabel 4. 9
Persepsi Responden terhadap Perilaku

No	Indikator	STS	TS	KS	S	SS	Mean
1.	P 1	4	8	35	95	65	4.014
2.	P 2	3	3	25	94	82	4.212
3.	P 3	5	8	46	83	65	3.956
4.	P 4	3	6	40	100	58	4.004
5.	P 5	3	10	38	81	75	4.062
Rata-rata							4.0496

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.9 diketahui bahwa rata-rata skor pilihan responden terhadap 5 indikator yang digunakan untuk mengukur variabel perilaku menunjukkan angka sebesar 4.0496, yang berarti rata-rata responden menjawab setiap pertanyaan yang berkaitan dengan perilaku berkategori baik.

4.4 Analisis Output dengan *Structural Equation Model* (SEM) Menggunakan Analisis Of Moment Structures (AMOS)

4.4.1 Membuat *Structural Equation Model* (SEM) Sesuai Teori

Penelitian meliputi beberapa variabel yaitu variabel eksogen dan endogen. Variabel eksogen terdiri atas 4 variabel yaitu Sikap (X_1), Norma Subjektif (X_2), Kontrol Perilaku (X_3), Dan Religiusitas (X_4). Sedangkan variabel endogen terdiri 2 variabel yaitu Niat (Y) dan Perilaku (Z). Variabel eksogen melibatkan 17 indikator dan variabel endogen melibatkan 9 indikator. Model *Structural Equation Model* (SEM) sesuai teori *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT) sebagaimana tujuan penelitian ini.

4.4.2 Membuat Path Diagram

Path Diagram adalah alat untuk melukiskan secara grafis, struktur hubungan kausalitas antar variabel independen, intervening dan dependen. Model *Path Diagram* dibuat berdasarkan variabel yang diteliti, dalam penelitian ini variabel yang diteliti adalah Sikap (X_1), Norma subjektif (X_2), Kontrol Perilaku (X_3), Religiusitas (X_4), Niat (Y) dan Perilaku (Z) (Juanim, 2004: 23). Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini maka hubungan kausal antara variabel eksogen dan endogen digambarkan dalam *path diagram* sebagaimana Gambar 4.1.

4.4.3 Uji Validitas

Uji Validitas dengan uji CFA (Uji Validitas Konstruk) yang mengukur mampu atau tidaknya indikator merefleksikan variabel latennya. Pada bagian *estimate* yang dibaca adalah *critical rasio* dan probabilitinya, dikatakan memenuhi kriteria bila *critical rasio* $> 1,96$ dan probability $< 0,05$ dan tanda bintang tiga (***) berarti signifikan sebagaimana dalam Tabel 4.10

Tabel 4. 10
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

No.	Variabel	Indikator	Estimate	S.E.	C.R.	P
1	Sikap	X1.1 <--- X1	,773	,059	13,148	***
		X1.2 <--- X1	,989	,062	15,947	***
		X1.3 <--- X1	,895	,063	14,200	***
		X1.4 <--- X1	1,000			
2	Norma Subjektif	X2.1 <--- X2	,899	,066	13,639	***
		X2.2 <--- X2	,909	,072	12,674	***
		X2.3 <--- X2	,984	,065	15,234	***
		X2.4 <--- X2	1,000			
		X2.5 <--- X2	,950	,063	15,018	***

No.	Variabel	Indikator	Estimate	S.E.	C.R.	P
3	Kontrol Prilaku	X3.1 <--- X3	1,166	,113	10,303	***
		X3.2 <--- X3	1,272	,128	9,956	***
		X3.3 <--- X3	1,111	,107	10,378	***
		X3.4 <--- X3	1,000			
4	Religiousitas	X4.1 <--- X4	1,128	,089	12,683	***
		X4.2 <--- X4	1,060	,079	13,486	***
		X4.3 <--- X4	1,090	,071	15,372	***
		X4.4 <--- X4	1,000			
5	Niat	Y1 <--- Y	1,007	,052	19,336	***
		Y2 <--- Y	,901	,053	17,151	***
		Y3 <--- Y	1,074	,054	19,973	***
		Y4 <--- Y	1,000			
6	Prilaku	Z1 <--- Z	,985	,071	13,926	***
		Z2 <--- Z	,768	,069	11,174	***
		Z3 <--- Z	1,068	,073	14,631	***
		Z4 <--- Z	1,000			
		Z5 <--- Z	1,091	,068	15,942	***

Sumber : Data diolah, 2022

Keterangan: *** = 0,001

Selanjutnya dilakukan analisis uji validitas dengan uji konvergen validitas yaitu menguji konstruk memiliki proporsi varian yang tinggi atau tidak. Pengujian validitas dilakukan dengan menganalisis nilai *loading factor* yang dilihat dari *standardized loading estimate* yang merupakan estimasi yang telah distandarisasi. Suatu indikator dikatakan valid apabila nilai *loading factor* lebih besar dari 0,5 (Santoso, 2014: 124). sebagaimana dalam Tabel 4.11

Tabel 4. 11
Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

No.	Variabel	Indikator	Estimate	Keterangan
1	Sikap	X1.1 <--- X1	,775	Valid
		X1.2 <--- X1	,890	Valid
		X1.3 <--- X1	,810	Valid
		X1.4 <--- X1	,854	Valid
2	Norma Subjektif	X2.1 <--- X2	,802	Valid
		X2.2 <--- X2	,768	Valid
		X2.3 <--- X2	,844	Valid
		X2.4 <--- X2	,858	Valid
3	Kontrol Prilaku	X2.5 <--- X2	,823	Valid
		X3.1 <--- X3	,874	Valid
		X3.2 <--- X3	,832	Valid
		X3.3 <--- X3	,820	Valid
4	Religiusitas	X3.4 <--- X3	,669	Valid
		X4.1 <--- X4	,797	Valid
		X4.2 <--- X4	,818	Valid
		X4.3 <--- X4	,878	Valid
5	Niat	X4.4 <--- X4	,819	Valid
		Y1 <--- Y	,891	Valid
		Y2 <--- Y	,841	Valid
		Y3 <--- Y	,893	Valid
		Y4 <--- Y	,900	Valid

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian sebagaimana pada Tabel 4.11 semua nilai *standardized loading estimate* lebih besar dari 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan sudah memenuhi kriteria pengujian validitas.

4.4.4 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Construct Reliability* untuk masing-masing variabel. Pengujian reliabilitas untuk menguji reliabilitas dan konsistensi data. Jika konfigurasi reliabilitas > 0,7 maka kriteria terpenuhi (Waluyo, 2016: 37). Rumus yang digunakan untuk menghitung reliabilitas konstruk adalah sebagai berikut:

$$Construct\ Reliability = \frac{(\sum Std\ Loading)^2}{(\sum Std\ Loading)^2 + \sum \epsilon_j}$$

keterangan:

Std. Loading: diperoleh langsung dari *standardized loading* untuk tiap–tiap indikator.

ϵ : adalah *measurement error* dari tiap–tiap indikator. *Measurement error* adalah sama dengan 1.

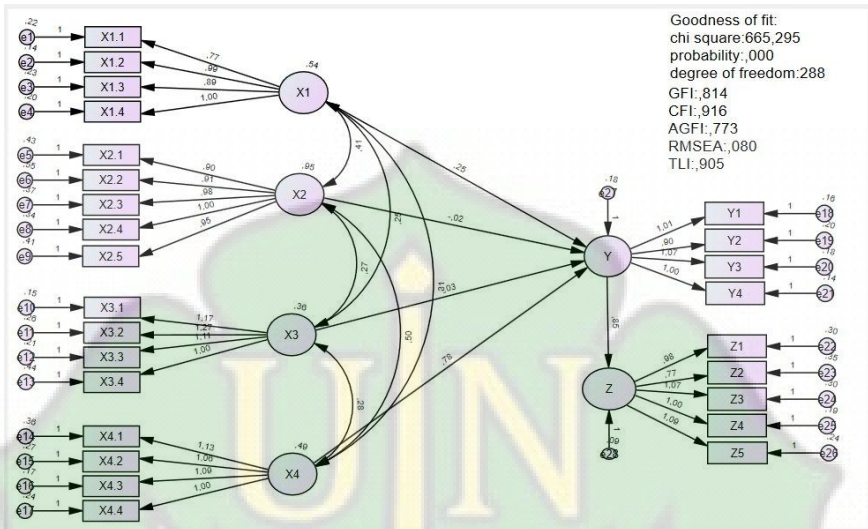
Tabel 4. 12
Construct Reliability

Variabel	<i>Construct Reliability</i>	Alpa	Keterangan
X1	0,934008	0,7	Reliabel
X2	0,889036	0,7	Reliabel
X3	0,906089	0,7	Reliabel
X4	0,912716	0,7	Reliabel
Y	0,948113	0,7	Reliabel
Z	0,920942	0,7	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2022

Dari Tabel 4.12 menunjukkan bahwa semua indikator reliabel dan dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Construct Reliability* masing-masing indikator berada di atas 0,7.

4.4.5 Hasil Pengujian SEM



Sumber : Hasil Pengujian, 2022

Gambar 4. 1
Hasil Pengujian SEM

4.5 Pengujian Hipotesis

4.5.1 Analisis Hasil pengujian SEM

Analisis hasil regresi ini untuk menganalisis pengaruh yang signifikan antar konstruk. Pengaruh langsung antar variabel eksogen dan endogen dilihat dari nilai probability. Jika *critical rasio* > 1,96 dan *probability* < 0,05 maka dikatakan memenuhi kriteria. Jika nilai probabilitinya (P) < 0,05 maka signifikan. Tiga tanda bintang pada tabel di atas sama dengan < 0,001 yang berarti signifikan (Santoso, 2014: 138).

Tabel 4. 13
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P
Y	<---	X1	0,253	0,074	3,418	***
Y	<---	X2	-0,017	0,066	-0,259	0,795
Y	<---	X3	-0,035	0,097	-0,361	0,718
Y	<---	X4	0,775	0,119	6,494	***
Z	<---	Y	0,849	0,057	14,974	***

Sumber : Data diolah, 2022

Keterangan: *** = signifikan

Variabel Sikap (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Niat (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai p yang ditandai dengan *** sehingga H_1 diterima H_{01} ditolak. Norma Subjektif (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai p $0,795 > 0,05$ berarti H_{02} diterima H_2 ditolak. Kontrol Perilaku (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap Niat (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai p $0,718 > 0,05$ berarti H_{03} diterima H_3 ditolak. Sedangkan Religiusitas (X_4) berpengaruh signifikan terhadap Niat (Y). Hal ini ditunjukkan oleh nilai p yang ditandai dengan *** sehingga H_4 diterima H_{04} ditolak. Dan Niat (Y) berpengaruh signifikan terhadap Perilaku (Z). Hal ini ditunjukkan oleh nilai p variabel niat (Y) adalah *** sehingga H_5 diterima H_{05} ditolak.

4.5.2 Uji Sobel (*Sobel test*)

Uji sobel bertujuan untuk menganalisis signifikansi pengaruh tidak langsung variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*) melalui variabel mediasi (*intervening*). Dalam penelitian ini uji t untuk melihat signifikansi pengaruh tidak

langsung antara variabel sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, dan religiusitas terhadap perilaku (*behavior*) melalui variabel niat (*intention*). Adapun pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan Microsoft excel. Dalam hal ini pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai *t* hitung dengan *t* tabel. Dikatakan secara parsial berpengaruh signifikan jika nilai *t* hitung > *t* tabel. Adapun hasil pengujian tersebut dilakukan dengan menggunakan *sobel test* sebagaimana berikut:

$$Sab = \sqrt{(b^2 \cdot Sa^2) + (a^2 \cdot Sb^2) + (Sa^2 \cdot Sb^2)}$$

Keterangan :

a = koefisien regresi variabel independen terhadap variabel mediasi

b = koefisien regresi variabel mediasi terhadap variabel independen

Sa = *standar error of estimation* dari pengaruh variabel independen terhadap variabel mediasi

Sb = *standar error of estimation* dari pengaruh variabel mediasi terhadap variabel independen.

a. Signifikansi Pengaruh Sikap terhadap Perilaku Melalui Niat menjadi nasabah BSI

$$\begin{aligned} Sab &= 0.720801 \times 0.005476 + 0.064009 \times 0.003249 + \\ &\quad 0.005476 \times 0.003249 + 0.005476 \\ &= 0.0039495 + 0.000207 + 0.0000178 \\ &= 0.0041743 \\ t_{hit} &= \frac{a \times b}{sab} \\ &= \frac{0.253 \times 0.849}{0.0041743} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 & 0.0041743 \\
 t_{\text{hit}} &= 51.457010 \\
 t_{\text{tab}} &= 1.968235
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan *sobel test* dapat diketahui bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap perilaku melalui niat menjadi nasabah BSI. Hal ini dapat dilihat dari nilai *Sab* sebesar 0.0041743 dengan nilai *t* hitung sebesar 51.457010 > 1.968235 *t* tabel maka sikap berpengaruh terhadap perilaku melalui niat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

b. Signifikansi Pengaruh Norma Subjektif terhadap Perilaku Melalui Niat menjadi nasabah BSI

$$\begin{aligned}
 Sab &= 0.720801 \times 0.004356 + -0.000289 \times \\
 & 0.003249 + 0.004356 \times 0.003249 \\
 &= 0.00314 + -0.000000938 + 0.00001415 \\
 &= 0.0031532
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 t_{\text{hit}} &= \frac{a \times b}{sab} \\
 &= \frac{-0.017 \times 0.849}{0.0003153} \\
 t_{\text{hit}} &= -45.775452 \\
 t_{\text{tab}} &= 1.968235
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan *sobel test* dapat diketahui bahwa norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku melalui niat menjadi nasabah BSI. Hal ini dapat dilihat dari nilai *Sab* sebesar 0.0003153 dengan nilai *t* hitung sebesar -45.775452 < 1.968235 *t* tabel maka norma subjektif, tidak berpengaruh terhadap perilaku melalui niat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

c. Signifikansi Pengaruh Kontrol Perilaku terhadap Perilaku Melalui Niat menjadi nasabah BSI

$$\begin{aligned}
 Sab &= 0.720801 \quad X \quad 0.009409 \quad + \quad -0.001225 \quad X \\
 &\quad 0.003249 \quad + \quad 0.009409 \quad X \quad 0.003249 \\
 &= 0.006782 \quad + \quad -0.00000398 \quad + \quad 0.00003057 \\
 &= 0.0068086
 \end{aligned}$$

$$t_{hit} = \frac{a \times b}{sab}$$

$$= \frac{-0.035 \times 0.849}{0.0068086}$$

$$t_{hit} = -43.643333$$

$$t_{tab} = 1.968235$$

Dari hasil perhitungan *sobel test* dapat diketahui bahwa kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku melalui niat menjadi nasabah BSI. Hal ini dapat dilihat dari nilai *Sab* sebesar 0.0068086 dengan nilai *t* hitung sebesar $-43.643333 < 1.968235$ *t* tabel maka kontrol perilaku tidak berpengaruh terhadap perilaku melalui niat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

d. Signifikansi Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku Melalui Niat menjadi nasabah BSI menjadi nasabah BSI

$$\begin{aligned}
 Sab &= 0.720801 \quad X \quad 0.014161 \quad + \quad 0.600625 \quad X \\
 &\quad 0.003249 \quad + \quad 0.014161 \quad X \quad 0.003249 \\
 &= 0.010207262 \quad + \quad 0.00195143 \quad + \quad 0.000046009 \\
 &= 0.012204701
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 t_{\text{hit}} &= \frac{a \times b}{sab} \\
 &= \frac{0.775 \times 0.849}{0.0068086} \\
 t_{\text{hit}} &= 53.911607 \\
 t_{\text{tab}} &= 1.968235
 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan *sobel test* dapat diketahui bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku melalui niat menjadi nasabah BSI. Hal ini dapat dilihat dari nilai *Sab* sebesar 0.0041743 dengan nilai *t* hitung sebesar $53.911607 > 1.968235$ *t* tabel maka religiusitas berpengaruh terhadap perilaku melalui niat menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

Hasil analisis uji *sobel* diperoleh nilai *t* hitung untuk melihat signifikansi tidak langsung antara variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini dapat diringkaskan dalam tabel 4.14 dibawah ini:

Tabel 4. 14
Signifikansi Tidak Langsung

	<i>t</i> hitung	<i>t</i> tabel	Keterangan
Sikap (X_1)	51.45701	1.968235	Signifikan
Norma Subjektif (X_2)	-45.77545	1.968235	Tidak Signifikan
Kontrol Perilaku (X_3)	-43.64333	1.968235	Tidak Signifikan
Religiusitas (X_4)	53.91160	1.968235	Signifikan

Sumber : Data diolah, 2022

Signifikansi pengaruh tidak langsung dilihat dari nilai *t* hitung dan *t* tabel. Jika *t* hitung $>$ *t* tabel maka signifikan. Dari tabel

di atas diketahui bahwa sikap (X_1) berpengaruh signifikan terhadap perilaku melalui niat menjadi nasabah BSI, norma subjektif (X_2), kontrol perilaku (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku melalui niat menjadi nasabah BSI, dan (X_4) Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku (Z) melalui niat (Y). Hal ini menunjukkan bahwa variabel sikap (X_1) dan religiusitas (X_4) oleh nilai t hitung $> t$ tabel. Sedangkan norma subjektif (X_2) dan kontrol perilaku (X_3) ditunjukkan oleh nilai t hitung $< t$ tabel.

4.5.3 Analisis Pengaruh Langsung (*Direct Effect*) dan Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Analisis *Direct Effect*, *Indirect Effect*, dan *Total Effect* dilakukan untuk menganalisis hubungan atau pengaruh antar variabel eksogen terhadap variabel endogen. Pengaruh langsung (*direct effect*) adalah koefisien dari garis dengan anak panah satu ujung dan terjadi pada dua konstruk yang dituju oleh garis anak panah satu arah. Efek tidak langsung (*indirect effect*) adalah efek yang muncul melalui sebuah variabel antara dan terjadi pada dua konstruk yang tidak dituju oleh garis anak panah satu arah. Dan efek total adalah efek dari berbagai hubungan, efek total merupakan gabungan antara efek langsung dan efek tidak langsung.

Untuk mengetahui besaran pengaruh langsung nilai *Standardized Direct Effects* harus dikuadratkan. Untuk mengetahui besaran pengaruh tidak langsung dikuadratkan nilai output *Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)*.

Tabel 4. 15
Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	X4	X3	X2	X1	Y	Z
Y	0.7	-0.027	-0.021	0.24	0	0
Z	0	0	0	0	0.906	0

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 4. 16
Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	X4	X3	X2	X1	Y	Z
Y	0	0	0	0	0	0
Z	0.635	-0.024	-0.019	0.217	0	0

Sumber: Data diolah, 2022

a. Pengaruh Sikap terhadap Perilaku menjadi nasabah BSI

Pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel sikap terhadap perilaku dapat diketahui melalui perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Pengaruh Langsung } X1 \rightarrow Z = (0.24)^2 = 0.0576$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung } X1 \rightarrow Y \rightarrow Z = (0.217)^2 = 0.047089$$

$$\text{Total} = 0.0576 + 0.047089 = 0.104689$$

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa pengaruh langsung lebih besar dibandingkan pengaruh secara tidak langsung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa niat tidak berpengaruh signifikan dalam memediasi pengaruh sikap terhadap perilaku. Hal ini ditunjukkan bahwa nilai *direct effect* yakni $0.0576 >$ dari nilai *indirect effect* sebesar 0.047089 . Adapun pengaruh total secara keseluruhan sikap terhadap perilaku pembelian adalah sebesar 0.104689 .

b. Pengaruh Norma Subjektif terhadap Perilaku menjadi nasabah BSI

Pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel norma subjektif terhadap perilaku dapat diketahui melalui perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Pengaruh Langsung } X_2 \rightarrow Z = (-0.021)^2 = -0.000441$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung } X_2 \rightarrow Y \rightarrow Z = (-0.019)^2 = -0.000361$$

$$\text{Total} = -0.000441 + -0.000361 = -0.000802$$

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan pengaruh secara langsung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa niat berpengaruh signifikan dalam memediasi pengaruh norma subjektif terhadap perilaku menjadi nasabah BSI. Hal ini ditunjukkan bahwa nilai *direct effect* yakni $-0.000441 <$ dari nilai *indirect effect* sebesar -0.000361 . Adapun besarnya pengaruh total secara keseluruhan adalah sebesar -0.000802 .

c. Pengaruh Kontrol Perilaku terhadap Perilaku menjadi nasabah BSI

Pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel kontrol perilaku terhadap perilaku dapat diketahui melalui perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Pengaruh Langsung } X_3 \rightarrow Z = (-0.027)^2 = -0.000729$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung } X_3 \rightarrow Y \rightarrow Z = (-0.024)^2 = -0.000576$$

$$\text{Total} = -0.000729 + -0.000576 = -0.001305$$

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan pengaruh secara langsung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa niat menjadi nasabah BSI

berpengaruh signifikan dalam memediasi pengaruh variabel kontrol perilaku terhadap. Hal ini ditunjukkan bahwa nilai *direct effect* yakni $-0.000729 <$ dari nilai *indirect effect* sebesar -0.000576 . Adapun besarnya pengaruh total secara keseluruhan adalah sebesar -0.001629

d. Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku menjadi nasabah BSI

Pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel religiusitas terhadap perilaku dapat diketahui melalui perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Pengaruh Langsung } X4 \rightarrow Z = (0.7)^2 = 0.49$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung } X4 \rightarrow Y \rightarrow Z = (0.635)^2 = 0.403225$$

$$\text{Total} = 0.49 + 0.403225 = 0.893225$$

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa pengaruh langsung lebih besar dibandingkan pengaruh secara tidak langsung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa niat menjadi nasabah BSI tidak berpengaruh signifikan dalam memediasi pengaruh variabel religiusitas terhadap. Hal ini ditunjukkan bahwa nilai *direct effect* yakni $0.49 >$ dari nilai *indirect effect* sebesar 0.403225 . Adapun besarnya pengaruh total secara keseluruhan adalah sebesar 0.893225 .

e. Pengaruh Niat terhadap Perilaku menjadi nasabah BSI

Pengaruh langsung variabel niat terhadap perilaku dapat diketahui melalui perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Pengaruh Langsung } Y \rightarrow Z = (0.906)^2 = 0.820836$$

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa hanya ada pengaruh langsung dan tidak Ada pengaruh tidak langsung sesuai kerangka penelitian ini. Adapun besarnya pengaruh kondisi fasilitas adalah sebesar 0.820836.

Hasil analisis pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini dapat diringkaskan pada tabel 4.17 dibawah ini:

Tabel 4. 17
Hasil Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

			<i>Direct effect</i>	<i>Indirect effect</i>	Kesimpulan
Z	<---	X ₁	0.0576	0.047089	<i>Direct Effect > Indirect Effect</i>
Z	<---	X ₂	-0.000441	-0.000361	<i>Direct Effect < Indirect Effect</i>
Z	<---	X ₃	-0.000729	-0.000576	<i>Direct Effect < Indirect Effect</i>
Z	<---	X ₄	0.49	0.403225	<i>Direct Effect > Indirect Effect</i>

Sumber : Data diolah, 2022

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Sikap terhadap Niat menjadi nasabah BSI

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sikap berpengaruh positif signifikan terhadap variabel niat untuk menjadi nasabah BSI. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikan yang diperoleh dari hasil regresi SEM menggunakan Amos memenuhi kriteria dan nilai probabilitinya lebih kecil dari nilai signifikan yang telah ditetapkan. Dengan demikian dapat disimpulkan semakin tinggi rasa senang, rasa menguntungkan atau tingginya kecenderungan masyarakat dalam menyukai bank syariah

Indonesia (BSI), maka semakin tinggi pula perilaku masyarakat tersebut untuk merealisasikan atau ingin menjadi nasabah BSI. Dengan demikian, sikap dapat menjadi salah satu penentu niat untuk mealukan sesuatu.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Rizwan Raheem Ahmed, Jolita Vveinhardt, Dalia Streimikiene, Vaida Pilinkiene (2019) yang berjudul *“Application of the Theory of Planned Behaviour Model for Examining Customers’ Intentions towards Islamic Hire Purchase Financing”* menunjukkan sikap berpengaruh signifikan terhadap niat. Namun berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Sitti Noer Halid, Frederik G. Worang, Ferdinand Tumewu (2019). *“Application Of Theory Planned Behavior And Influence On Customer’s Intention Adopting Islamic Banking Product”* dan penelitian yang dilakukan oleh Miko Andi Wardana , I Ketut Rahyuda , I Putu Gde Sukaatmadja , I Gusti Ayu Ketut Giantari (2021). *“Antecedents and Consequences of Intention to Become a Customer: A Case Study of Islamic Banks in Indonesia”* kedua penelitian ini menunjukkan sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap niat.

Sikap berkaitan erat dengan keputusan untuk berperilaku. Sikap seorang muslim terhadap suatu perilaku tentunya memiliki proses dan prinsip tersendiri. Proses pengambilan keputusan seorang muslim diawali dengan pengenalan terhadap masalah yang kemudian dilanjutkan dengan pencarian informasi, dan evaluasi

alternatif. Bagian dari evaluasi alternatif terdiri dari penolakan kemudharatan, persepsi keislaman kebutuhan, serta persepsi mardhatillah atau keridhaan Allah SWT. Yang kemudian dari proses ini dapat mengarah pada keputusan untuk melakukan suatu perilaku atau tidak.

4.6.2 Pengaruh Sikap terhadap Perilaku melalui Niat sebagai Variabel *Intervening*

Niat menjadi nasabah dalam penelitian ini berhasil memediasi hubungan antar sikap dan perilaku. Secara tidak langsung, variabel sikap berpengaruh signifikan terhadap perilaku dengan niat sebagai variabel *intervening* berdasarkan uji sobel. Namun nilai pengaruh langsung lebih besar dibandingkan nilai pengaruh tidak langsung variabel sikap terhadap perilaku melalui niat.

Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sudaryati, Agustia dan Syahputra (2017) yang berjudul “*The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude, Subjectif Norm, and Perceived Behavioral Control to Actual Usage Psak 45 Revision on 2011 with Intention as Intervening Variable in Unair Financial Departement*” mengemukakan bahwa sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku melalui mediasi niat.

4.6.3 Pengaruh Norma Subjektif terhadap Niat menjadi nasabah BSI

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh positif signifikan terhadap niat menjadi nasabah BSI. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikan yang diperoleh dari hasil regresi SEM menggunakan Amos tidak memenuhi kriteria dan nilai probabilitasnya lebih besar dari nilai signifikan yang telah ditetapkan. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan Dapat ditarik kesimpulan bahwa dorongan dari orang-orang terdekat untuk menjadi nasabah seperti kerabat, teman, kolega, atasan, bahkan orang tua, tidak mempengaruhi niat untuk menjadi nasabah BSI

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Miko Andi Wardana, I Ketut Rahyuda, I Putu Gde Sukaatmadja, I Gusti Ayu Ketut Giantari (2021) yang berjudul *“Antecedents and Consequences of Intention to Become a Customer: A Case Study of Islamic Banks in Indonesia”*, penelitian yang dilakukan oleh Rifki Fajar Subekhi, Ririn Tri Ratnasari (2018), *“Religiousity And Theory Of Planned Behavior Towards Intention To Give Infaq”* dan penelitian yang dilakukan oleh Rizwan Raheem Ahmed , Jolita Vveinhardt , Dalia Streimikiene, Vaida Pilinkiene (2019). *“Application of the Theory of Planned Behaviour Model for Examining Customers’ Intentions towards Islamic Hire Purchase Financing”* ketiga penelitian yang

menyatakan bahwa norma subjektif berpengaruh positif signifikan terhadap niat.

4.6.4 Pengaruh Norma Subjektif terhadap Perilaku melalui Niat sebagai Variabel *Intervening*

Niat menjadi nasabah dalam penelitian ini tidak berhasil memediasi hubungan antar norma subjektif dan perilaku. Secara tidak langsung, variabel norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku dengan niat sebagai variabel *intervening* berdasarkan uji sobel. Namun nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan nilai pengaruh langsung variabel norma subjektif terhadap perilaku melalui niat.

Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sudaryati, Agustia dan Syahputra (2017) yang berjudul “*The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude, Subjectif Norm, and Perceived Behavioral Control to Actual Usage Psak 45 Revision on 2011 with Intention as Intervening Variable in Unair Financial Departement*” yang mengemukakan bahwa niat memediasi pengaruh antara norma subjektif dan perilaku.

4.6.5 Pengaruh Kontrol Perilaku terhadap Niat menjadi nasabah BSI

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol perilaku tidak berpengaruh positif signifikan terhadap niat menjadi nasabah BSI. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikan yang diperoleh dari hasil regresi SEM menggunakan Amos tidak memenuhi kriteria

dan nilai probabilitinya lebih besar dari nilai signifikan yang telah ditetapkan. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan, kendali masyarakat terkait kemudahan ataupun kesulitan yang dirasakan untuk menjadi nasabah, tidak mempengaruhi masyarakat untuk merealisasikan perilaku. Dengan demikian, kontrol perilaku tidak dapat menjadi salah satu penentu dari niat seseorang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sitti Noer Halid, Frederik G. Worang, Ferdinand Tumewu (2019) yang berjudul *“Application Of Theory Planned Behavior And Influence On Customer’s Intention Adopting Islamic Banking Produc”* dan penelitian yang dilakukan oleh Miko Andi Wardana, I Ketut Rahyuda, I Putu Gde Sukaatmadja, I Gusti Ayu Ketut Giantari (2021). *“Antecedents and Consequences of Intention to Become a Customer: A Case Study of Islamic Banks in Indonesia”* kedua penelitian ini menyatakan bahwa kontrol perilaku tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat, namun berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Rifki Fajar Subekhi, Ririn Tri Ratnasari (2018) yang berjudul *“Religiosity And Theory Of Planned Behavior Towards Intention To Give Infaq”* yang menyatakan bahwa kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap niat.

4.6.6 Pengaruh Kontrol Perilaku terhadap Perilaku melalui Niat sebagai Variabel *Intervening*

Niat menjadi nasabah dalam penelitian ini berhasil tidak memediasi hubungan antar kontrol perilaku dan perilaku. secara

tidak langsung, variabel kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku dengan niat sebagai variabel *intervening* berdasarkan uji sobel. Namun nilai pengaruh langsung lebih besar dibandingkan nilai pengaruh tidak langsung variabel kontrol perilaku terhadap perilaku pembelian melalui niat.

Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Sudaryati, Agustia dan Syahputra (2017) yang berjudul “*The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude, Subjectif Norm, and Perceived Behavioral Control to Actual Usage Psak 45 Revision on 2011 with Intention as Intervening Variable in Unair Financial Departement*” yang mengemukakan bahwa kontrol perilaku berpengaruh terhadap perilaku melalui mediasi niat.

4.6.7 Pengaruh Religiusitas terhadap Niat menjadi nasabah BSI

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap niat menjadi nasabah BSI. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikan yang diperoleh dari hasil regresi SEM menggunakan Amos memenuhi kriteria dan nilai probabilitinya lebih kecil dari nilai signifikan yang telah ditetapkan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin besar aqidah, syariah, ihsan, pengetahuan agama tentang bank syariah, dan ahklak sangat berpengaruh dalam penentu reliugiusitas terhadap niat

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Rifki Fajar Subekhi, Ririn Tri Ratnasari (2018) yang berjudul *“Religiosity And Theory Of Planned Behavior Towards Intention To Give Infaq”* yang menyatakan bahwa tingkat religiusitas berpengaruh signifikan terhadap niat.

4.6.8 Pengaruh Religiusitas terhadap Perilaku melalui Niat sebagai Variabel Intervening

Niat menjadi nasabah dalam penelitian ini berhasil memediasi hubungan antar religiusitas dan perilaku. Secara tidak langsung, variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku dengan niat sebagai variabel intervening berdasarkan uji sobel. Namun nilai pengaruh langsung lebih besar dibandingkan nilai pengaruh tidak langsung variabel religiusitas terhadap perilaku melalui niat.

4.6.9 Pengaruh Niat menjadi nasabah BSI terhadap Perilaku

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa niat berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku menjadi nasabah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikan yang diperoleh dari hasil regresi SEM menggunakan Amos memenuhi kriteria dan nilai probabilitinya lebih kecil dari nilai signifikan yang telah ditetapkan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tindakan usaha seorang untuk menjadi nasabah sangat dapat berpengaruh menjadi penentu dari niat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Christina dan Suhud (2018) yang berjudul “*Analisis Penerimaan dan Penggunaan Teknologi Ojek Online dengan TAM*” penelitian ini menunjukkan niat berperilaku berpengaruh signifikan terhadap perilaku.

Niat merupakan hal yang sangat penting diperhatikan oleh seorang muslim dalam melakukan setiap kegiatan. Sebagaimana disebutkan dalam sebuah hadis yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari *rahimahullah* dalam kitab Shahih-nya Nabi *shallallahu ‘alaihi wa sallam* bersabda sebagai berikut (Al-Bukhari, 2003: 7):

عَنْ أُمِّيرِ الْمُؤْمِنِينَ أَبِي حَفْصٍ عُمَرَ بْنِ الْخَطَّابِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ : *إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى . فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ فَهَجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ، وَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ لِدُنْيَا يُصِيبُهَا أَوْ امْرَأَةٍ يَنْكِحُهَا فَهَجْرَتُهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ* . رواه إماما المحدثين أبو عبد الله محمد بن إسماعيل بن إبراهيم بن المغيرة بن بردزبة البخاري وأبو الحسين مسلم بن الحجاج بن مسلم *القشيري النيسابوري في صحيحيهما اللذين هما أصح الكتب المصنفة*.

Artinya: “*Al-Qamah rahimahullah berkata, Aku mendengar Umar bin Khattab yang sedang berada di atas mimbar berkata, Aku mendengar Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, Sesungguhnya amalan itu tergantung dengan niatnya Dan setiap orang akan mendapatkan sesuai dengan apa yang dia niatkan. Barangsiapa yang hijrahnya karena dunia yang ingin ia dapatkan atau karena perempuan yang ingin ia nikahi, maka hijrahnya untuk apa yang ia tujukan*” [HR. Bukhari].

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa aktivitas masyarakat muslim dalam pembelian *online* dipengaruhi:

1. Secara langsung, sikap (*attitude*), religiusitas (*religiousity*), dan perilaku (*behavior*) berpengaruh positif signifikan terhadap niat (*intention*) menjadi nasabah BSI. Sedangkan norma subjektif (*subjective norm*) dan kontrol perilaku (*perceived behavioral control*), tidak berpengaruh signifikan terhadap niat (*intention*) menjadi nasabah BSI.
2. Secara tidak langsung, sikap (*attitude*), religiusitas (*religiousity*), tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku (*behavior*) melalui mediasi niat (*intention*) menjadi nasabah BSI. Sedangkan norma subjektif (*subjective norm*), kontrol perilaku (*perceived behavioral control*), berpengaruh signifikan terhadap perilaku (*behavior*) melalui mediasi niat (*intention*) menjadi nasabah BSI.

5.2 Saran

1. Pada penelitian ini hanya fokus membahas tentang sikap, norma subjektif, kontrol perilaku dan religiusitas menggunakan TPB (*Theory of Planned Behavior*), penelitian selanjutnya bisa digunakan teori sosial yang

lainnya untuk melihat niat dan perilaku menggunakan pendekatan yang berbeda.

2. Penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan bagi Bank Syariah Indonesia dalam mengoptimalkan produk dan layanan yang bisa meningkatkan niat dan perilaku menjadi nasabah BSI dengan berpedoman kepada faktor-faktor yang mengacu kepada sikap dan religiusitas.
3. Mengingat Aceh telah mengimplementasikan Qanun No.11 tahun 2018 tentang lembaga keuangan syariah, diharapkan peran serta pemerintah bersama-sama dengan BSI dapat meningkatkan edukasi dan sosialisasi yang lebih masif sehingga norma subjektif dan kontrol perilaku masyarakat menjadi nasabah BSI akan meningkat signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, Charles, Paul Norman, dan M Conner. 2013. *Understanding and Changing Health Behaviour: From Health Beliefs to Self-Regulation*. Amsterdam: OPA (overseas publishers Association).
- Accurate.id. 2021. *Mengenal Jenis Bank yang Ada di Indonesia Berdasarkan Fungsinya*. Diakses pada tanggal 2 Desember 2021 dari <https://accurate.id/ekonomi-keuangan/jenis-bank/>
- Acehantaranews.com., 2021., *BI Aceh minta BSI atasi keluhan nasabah*. Diakses pada tanggal 11 Desember 2021, dari <https://aceh.antaranews.com/berita/210878/bi-aceh-minta-bsi-atasi-keluhan-nasabah>
- Ahmed, R. R., Vveinhardt, J., Streimikiene, D., & Awais, M. (2019). Mediating and Marketing factors influence the prescription behaviour of Physicians: An Empirical Investigation. *Amfiteatru Economic*, 18(41), 153–167.
- Ajzen, I. (1991), "*The theory of planned behavior*", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50
- Ajzen, I. (2006). *Constructing a TpB Questionnaire: Conceptual and Methodological Considerations*. Diunduh dari <http://people.umass.edu/aizen> tanggal 4 Desember 2021.
- Ajzen, Icek 2005. *Attitudes, Personality and Behavior*. England: Open University Press
- Ajzen, Icek. 2011. *Behavioral Interventions: Design and Evaluation Guided by the Theory of Planned Behavior*. New York: Guilford Press.
- Al-Asyqar, Umar Sulaiman. 2006. *Fiqh Niat*. Terjemahan oleh Faisal Saleh. Jakarta: Gema Insani Press.
- Alfi, A. N., 2021. Resmi Merger 1 Februari, Ini Kinerja 3 Bank Syariah BUMN. Siapa Paling Oke Diakses pada tanggal 2

Desember 2021 dari
<https://finansial.bisnis.com/read/20210130/231/1350108/re-smi-merger-1-februari-ini-kinerja-3-bank-syariah-bumn-siapa-paling-oke>

- Al-Majali, M. 2011. The antecedents of internet banking service adoption in Jordan: *using decomposed theory of planned behavior*. ph.D thesis, College of Business, UUM, Malaysia.
- Ancok, Djamaludin dan Suroso. (1994). *Psikologi Islami. Solusi Islam Atas Problema* *problema Psikologi*. Solusi Islam Atas Problema-problema Psikologi. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Ancok, Djamaluddin dan Suroso (2001). *Psikologi Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Andisti, M. A., & Ritandiyono. (2008). Religiusitas dan Perilaku Seks Bebas pada Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi*, 1(2).
- Arifin, Bambang Syamsul. 2015. *Psikologi Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Arifin, Johar. 2008. *Statistik Bisnis Terapan dengan Microsoft Excel 2007*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.
- Atkinson, Marilyn, dan Rae T. Chois. 2016. *Dinamika Batin Dalam Coaching*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Battaglia, Michael p. 2008. *Non Probability Sampling Encyclopedia of survey research method*. Sage publication. Diakses pada tanggal 9 Desember 2021 dari <https://edge.sagepub.com/system/files/Ch5NonprobabilitySampling.pdf>.
- BPS. 2020. *Aceh Dalam Angka*. BPS Provinsi Aceh
- Bungin, Burhan. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.

- Celik, H. 2008. *What determines Turkish customers' acceptance of internet banking?*. International Journal of Bank Marketing, 26(5).
- Chueng dan Chan (2000). The role of perceived behavioral control in predicting human behavior: A meta-analytic review of studies on the theory of planned behavior.
- CNBCIndonesia.com., 2021, *Diresmikan Jokowi, Ini Jeroan Bank Syariah Indonesia aka BRIS*. Diakses pada tanggal 11 Desember 2021, dari <https://www.cnbcindonesia.com/market/20210201082314-17-220027/diresmikan-jokowi-ini-jeroan-bank-syariah-indonesia-aka-bris>
- Databoks.katadata.co.id, 2021. *Sebanyak 86,88% Penduduk Indonesia Beragama Islam* . Diakses pada tanggal 9 desember 2021, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam> \
- Dialeksis.com., 2021., *Benarkan BSI menjawab Keinginan Masyarakat Indonesia dan Aceh?* . Diakses pada tanggal 11 Desember 2021, dari <https://dialeksis.com/indepth/benarkah-bsi-menjawab-keinginan-masyarakat-indonesia-dan-aceh/>
- Handayani, Trie., dan Sudiana. 2017. Analisis Penerapan Model Utaut (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi (Studi Kasus: Sistem Informasi Akademik Pada Sstnas Yogyakarta). *Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi*, 7(10).
- Hery 2021. *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Grasindo
- Hukumonline.com. 2021. *Merger Menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI), Ini Perlindungan Nasabahnya* . Diakses pada tanggal 9 desember 2021, dari <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt60d31bfdee5ae/merger-menjadi-bank-syariah-indonesia-bsi->

ini-perlindungan-nasabahnya/

Indizone.id 2021. *Inilah Fakta Menarik Bank Syariah Indonesia (BSI) yang #KAMUHARUSTAU*. Diakses pada tanggal 23 Juni 2021, dari <https://www.indozone.id/fakta-dan-mitos/Pjs4ly3/inilah-fakta-menarik-bank-syariah-indonesia-bsi-yang-kamuharustau/read-all>

Indrawan, Rully dan Poppy Yaniawati. 2014. *Metodologi Penelitian – kuantitatif, kualitatif, dan campuran untuk manajemen, pembangunan, dan pendidikan*. Bandung: PT Refika Aditama.

Instructure.com. 2021. *Introduction: What is banking and why is it important*. Diakses pada tanggal 2 Desember 2021 dari https://psu.instructure.com/courses/1806581/pages/introduction-what-is-banking-and-why-is-it-important?module_item_id=26004136

Ir.bankbsi.co.id. 2021. *Bank Syariah Indonesia*. di akses pada tanggal 04 November 2022

Jacobsen, J. 2011. *Sustainable Business and Industry: Designing and Operating for Social and Environmental Responsibility*. Milwaukee: ASQ Quality Press.

Juanim, (2004), *Analisis Jalur dalam Riset Pemasaran Teknik Pengolahan Data SPSS & LISREL*, Universitas Pasundan, Bandung.

Kadri, Trihono. 2018. *Rancangan Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.

Kompas.com., 2021, *Pesan Sri Mulyani untuk BSI: Jangan Cederai Kepercayaan Masyarakat*, Diakses pada tanggal 11 Desember 2021, dari <https://money.kompas.com/read/2021/02/01/160235826/pesan-sri-mulyani-untuk-bsi-jangan-cederai-kepercayaan-masyarakat?page=all>

- Levy, Paul S. dan Stanley Lemeshow. 2013. *Sampling of Populations: Methods and Applications*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons Inc.
- Lin, Hsiu Fen. 2007. *Predicting consumer intentions to shop online: An empirical test of competing theories*. *Electronic Commerce Research and Applications*, 6(4).
- Mangunwijaya, Y. B. (1986). *Menumbuhkan Sikap Religiusitas Anak*. Jakarta: Gramedia.
- Martin, Leslie, Kelly Haskard Zolnierok, dan M. Robin DiMatteo. 2010. *Health Behavior Change and Treatment Adherence: Evidence-based Guidelines for Improving Healthcare*. New York: Oxford University Press.
- Mat, Nik Kamariah Nik, dan Ilham Sentosa. 2008. *The integration of theory of planned behavior (TPB) and technology acceptance model in internet purchasing: a structural*.
- Mediyanto, Beni., dan Irfan Mahendra. 2017. Penerapan Metode Utat Untuk Memprediksi Behavioral Intentions User dalam Menggunakan Aplikasi Zabbix. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, 3(1).
- Mustafa, Z. (2013). *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nimako, S.G., Ntim, B.A. and Mensah, A. (2014), "Effect of mobile number portability adoption oconsumer switching intention", *International Journal of Marketing Studies*, Vol. 6 No. 2, pp. 117-134.
- Noor, J. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Ocbcnisp.com. 2021. *Pengertian Bank, Jenis-Jenis, dan Fungsinya Bagi Masyarakat*. Diakses pada tanggal 2 Desember 2021 dari <https://www.ocbcnisp.com/id/article/2021/07/15/pengertian-bank>

Ojk.go.id. 2021. *Sejarah Perbankan Syariah*. Diakses pada tanggal 3 Desember dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/Sejarah-Perbankan-Syariah.aspx>

Ojk.go.id. *Statistik Perbankan Syariah - Agustus 2021*. Diakses pada tanggal 23 Juni 2021, dari <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Agustus-2021.aspx>

Ombudsman.go.id., 2021, *Ombudsman Terima Laporan Pelayanan Bank Syariah*. Diakses pada tanggal 11 Desember 2021, dari <https://ombudsman.go.id/artikel/r/artikel--ombudsman-terima-laporan-pelayanan-bank-syariah>

Plangger, Kirk. 2012. *Thriving in a New World Economy*. New York: Springer.

Puschel, J., Mazzon, J.A. and Hernandez, J.M.C. (2010) 'Mobile banking: proposition of an integrated adoption intention framework', *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 28, No. 5, pp.389–409.

Qs. Al-Anfal: 70

Qs. Surat Al-Baqarah:10

Raharja.ac.id. 2020. *Penelitian Kuantitatif*. Diakses pada tanggal 9 Desember 2021, dari <https://raharja.ac.id/2020/10/29/penelitian-kuantitatif/>

Ramadhan A. S., 2021. *Banyak Nasabah Ngeluh, Ombudsman Peringatkan Bank Syariah Indonesia*. Diakses pada tanggal 9 desember 2021, dari <https://sumut.suara.com/read/2021/06/06/134554/banyak-nasabah-ngeluh-ombudsman-peringatkan-bank-syariah-indonesia?page=all>

- Ratnasari, Ririn Tri. 2015. *Manajemen Pemasaran Islam*. Modul 3. Surabaya: Departemen Ekonomi Syariah Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
- Rawashdeh, A. (2015), "*Factors affecting adoption of internet banking in Jordan*", International Journal of Bank Marketing, Vol. 33 No. 4, pp. 510-529.
- Reni, A., & Ahmad, N. H. (2016). *Application of theory reasoned action in intention to use Islamic banking in Indonesia*. AlIqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah, 8(1), 137–148. <https://doi.org/10.15408/aiq.v8i1.2513>
- Retizen.republika.co.id. Syach, F.M. 2021, *Titik Terang Masa Depan Perbankan Syariah di Indonesia: Market Share Terus Meningkat*. Diakses pada tanggal 9 desember 2021, dari <https://retizen.republika.co.id/posts/10899/titik-terang-masa-depan-perbankan-syariah-di-indonesia-market-share-terus-meningkat>
- Richard, M., 2021, *BSI Dinobatkan Menjadi The World's Best Banks 2021 versi Forbes*. Diakses pada tanggal 11 Desember 2021, dari <https://finansial.bisnis.com/read/20210526/90/1398232/bsi-dinobatkan-menjadi-the-worlds-best-banks-2021-versi-forbes>
- Salamgateway.com. 2019/20. *State of the Global Islamic Economy Report (GIEI)*. Diakses pada tanggal 23 Juni 2021, dari www.salaamgateway.com
- Santoso, Singgih. 2014. *Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan Amos 22*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sarwono, Jonathan. 2011. *Mixed Mothode: Cara Menggabungkan Riset Kuantitatif dan Riset Kualitatif Secara Benar*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.

- Setiadi, Nugroho J. 2013. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana
- Sireesha, T. 2017. *Purchasing attitude*. Chennai: Notion Press.
- Sobur, Alex. 2016. *Psikologi Umum*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Sudaryati, Erina, Dian Agustia dan Muhammad ‘Illiyun Syahputra. 2017. *The Influence of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Attitude, Subjectif Norm, and Perceived Behavioral Control to Actual Usage Psak 45 Revision on 2011 with Intention as Intervening Variable in Unair Financial Departement*. *Advances in Intelligent Systems Research*, 131.
- Sugiyono, 2010. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Suhardiyanto.(2001). *Pendidikan Religiusitas*, Jogjakarta:Kanisius.
- Suryani dan Hendryadi. 2016. *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Susafa’ati. 2015. Pengukuran Kepuasan Penggunaan Aplikasi LSD Air Freight Cargo dengan Metode UTAUT. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 9(2).
- Tajuddin, Muhammad, Umar Nimran, dan Endang Siti Astuti. 2016. *Kesuksesan Sistem Informasi Perguruan Tinggi dan Good University Governance*. Malang: UB Press.
- Timotius, Kris H. 2018. *Otak dan Perilaku*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Tse D.K. and Wilson, P. C. 1988. *Models of Consumer Satisfaction Formation An Extension*. *Journal of Marketing Research*. 25. pp. 204-212.
- Wahidmurni. 2017. *Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif*. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

- Walfajri, M., 2021, *BSI Targetkan Punya Aset Rp. 500 Triliun*, Diakses pada tanggal 11 Desember 2021, dari <https://newssetup.kontan.co.id/news/pada-tahun-2025-bsi-targetkan-punya-aset-rp-500-triliun?page=all>
- Waluyo, Minto. 2016. *Mudah cepat tepat penggunaan tools Amos dalam aplikasi SEM*. UPN Veteran: Jawa Timur.
- Wantona, S., 2021. *Transisi Tiga Bank Syariah BUMN Menjadi BSI Sisakan Kendala Teknis* . Diakses pada tanggal 9 desember 2021, dari <https://jurnalaceh.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-1791883555/transisi-tiga-bank-syariah-bumn-menjadi-bsi-sisakan-kendala-teknis>
- Wicker, Don. 2010. *Attitude Is #1: An Interactive Guide to Determine the Correct Attitude in Real-Life Situations*. Bloomington: AuthorHouse .
- Yadav, R., Chauhan, V. and Pathak, G.S. (2015), “Intention to adopt internet banking in an emerging economy: a perspective of Indian youth”, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 33 No. 4, pp. 530-544.
- Yuniawan, A., & Rahardja, E. (2016). *Pengaruh Servant Leadership, Konflik Peran Dan Komitmen Organisasional Terhadap Organizational Citizenship Behavior (Studi Pada Bappeda Kabupaten Rembang)* (Doctoral dissertation, Diponegoro University).

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Responden Yth,

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Kuesioner ini bertujuan untuk penelitian tentang **Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku, Dan Religiusitas terhadap Niat dan Perilaku menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia di Aceh**. Mohon berkenan kiranya bagi anda untuk meluangkan waktu mengisi setiap pernyataan yang saya sertakan. Semua data yang anda berikan akan digunakan untuk keperluan akademis dan bukan untuk tujuan spesifik lainnya. Data yang anda berikan hanya dapat diakses oleh peneliti, dan dijamin kerahasiaannya. Partisipasi anda dalam pengisian kuisisioner ini bersifat sukarela. Silahkan dibaca dan di isi sesuai kondisi aktual dan pengalaman pribadi anda.

Terima kasih banyak atas dukungan dan bantuan yang anda berikan. *Jazakumullahu Khairan Katsiran.*

Hormat Kami,

Pembimbing I : Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc

Pembimbing II : Ima Dwitawati, MBA

Peneliti : Putri Rizkina

I. Data Pribadi (*Personal Traits*)

Nama :

Beri tanda centang (✓) pada jawaban yang anda pilih

1. Jenis Kelamin
☐ Laki-laki ☐ Perempuan
2. Umur, Tuliskan _____
☐ <20 ☐ 20-29
☐ 30-39 ☐ 40-49
☐ 50-59 ☐ 60+
3. Apakah anda sudah menjadi nasabah BSI?
☐ Sudah ☐ Belum
4. Jika anda sudah menjadi nasabah BSI, berapa lama anda sudah menjadi Nasabah BSI
☐ 3 Bulan ☐ 6 Bulan
☐ 9 Bulan ☐ 10 +
5. Anda menjadi nasabah BSI melalui layanan?
Individu, terdiri dari:
☐ Tabungan ☐ Haji dan Umroh
☐ Pembiayaan ☐ Investasi
☐ Transaksi ☐ Emas
☐ Bisnis ☐ Prioritas.

* Boleh memilih lebih dari satu jawaban

II. Sikap (*Attitude*)

Kuesioner	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat tidak Setuju
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
Menjadi nasabah BSI hal yang baik bagi saya					
Menjadi nasabah BSI hal yang menyenangkan bagi saya					
Menjadi nasabah BSI hal yang bisa menguntungkan bagi saya					
Menjadi nasabah BSI hal yang saya sukai					

III. Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

Kuesioner	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat tidak Setuju
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
Opini positif atasan saya mempengaruhi saya untuk menjadi nasabah BSI					
Pendapat orang tua saya mempengaruhi saya menjadi nasabah BSI					

Kerabat saya berpikir bahwa saya harus mencoba menjadi nasabah BSI					
Teman-teman saya mendorong saya untuk menjadi nasabah BSI					
Kolega saya memberikan saran kepada saya untuk menjadi nasabah BSI					

IV. Kontrol Perilaku (*Perceive Behavior Control*)

Kuesioner	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat tidak Setuju
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
Saya percaya bahwa saya bisa menjadi nasabah BSI karena syarat terpenuhi.					
Menjadi nasabah BSI adalah hal yang mudah.					
Saya mampu menjadi nasabah BSI karena saya mengerti akan BSI					
Keputusan saya untuk menjadi nasabah BSI berada dibawah kendali saya					

V. Religiusitas (*Religiosity*)

Kuesioner	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat tidak Setuju
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
Aqidah sangat mempengaruhi saya menjadi nasabah BSI					
Dengan adanya prinsip syariah di BSI mempengaruhi saya menjadi nasabah BSI					
Pengalaman agama yang saya pelajari mempengaruhi saya menjadi nasabah BSI					
Pengetahuan agama yang saya pahami tentang bank syariah mendorong saya menjadi nasabah BSI					

VI. Niat (*Intention*)

Kuesioner	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat tidak Setuju
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
Saya memiliki niat untuk menjadi nasabah BSI					
Saya meyakini usaha saya menjadi nasabah BSI berdampak baik untuk saya					

Informasi yang diberikan BSI jelas,sehingga saya berenca menjadi nasabah BSI					
Saya ingin terus mengetahui perkembangan dan informasi BSI					

VII. Perilaku (*Behavior*)

Kuesioner	Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat tidak Setuju
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
Tindakan saya tetap menjadi nasabah BSI terlepas dari banyaknya keluhan terhadap sistem konversi yang dilakukan					
Saya selalu berharap menjadi nasabah BSI memberikan berbagai kemudahan dalam keuangan, ibadah, dan literasi keuangan syariah bagi saya					
Saya bermaksud menjadi nasabah BSI seumur hidup saya					
Saya merasa mendapatkan berbagai kemudahan selama menjadi nasabah BSI					

Saya merekomendasikan kepada lingkungan sekitar saya untuk menjadi nasabah BSI					
--	--	--	--	--	--



1. Hasil Tabulasi Jawaban Responden pada Setiap Variabel Penelitian

108

109

Sikap				Norma Subjektif					Kontrol Perilaku				Religius				Niat				Perilaku				
1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5
4,14	4,06	3,98	4,05	3,62	3,62	3,66	3,64	3,67	4,22	4,17	4,23	4,23	4,06	4,16	4,15	4,23	4,21	4,14	4,08	4,15	4,01	4,21	3,96	4,00	4,08
4,06				3,64					4,21				4,15				4,15				4,05				
Baik				Baik					Baik				Baik				Baik				Baik				
0,063402921				0,021679349					0,02775151				0,063825845				0,047721873				0,098270892				



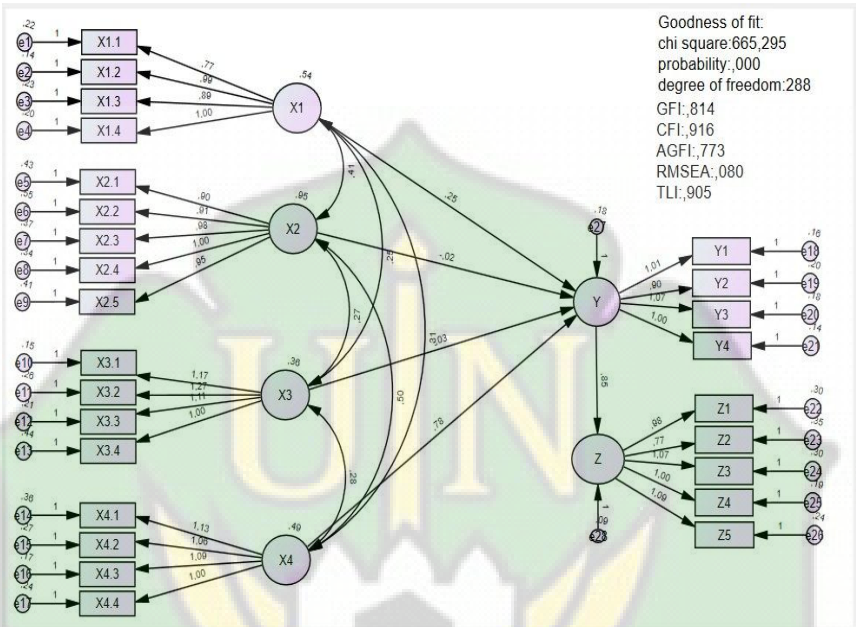
Lampiran 3. Hasil Analisis Data

1. Deskripsi Data

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sikap	207	1.00	5.00	4,056	0,063402921
Norma Subjektif	207	1.00	5.00	3,6415	0,021979349
Kontrol Perilaku	207	1.00	5.00	4,2149	0,02775151
Religiusitas	207	1.00	5.00	4,1509	0,069825845
Niat	207	1.00	5.00	4,1485	0,047721873
Perilaku	207	1.00	5.00	4,0502	0,098270892
Valid N (listwise)	207				

2. Hasil Pengujian AMOS



2. Uji Validitas

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	PLabel
Y	<---	X1	,253	,074	3,418	*** par_27
Y	<---	X2	-,017	,066	-,259	,795 par_28
Y	<---	X3	-,035	,097	-,361	,718 par_29
Y	<---	X4	,775	,119	6,494	*** par_30
Z	<---	Y	,849	,057	14,974	*** par_31
X1.1	<---	X1	,773	,059	13,148	*** par_1
X1.2	<---	X1	,989	,062	15,947	*** par_2
X1.3	<---	X1	,895	,063	14,200	*** par_3
X1.4	<---	X1	1,000			
X2.1	<---	X2	,899	,066	13,639	*** par_4
X2.2	<---	X2	,909	,072	12,674	*** par_5
X2.3	<---	X2	,984	,065	15,234	*** par_6
X2.4	<---	X2	1,000			
X2.5	<---	X2	,950	,063	15,018	*** par_7
X3.1	<---	X3	1,166	,113	10,303	*** par_8
X3.2	<---	X3	1,272	,128	9,956	*** par_9
X3.3	<---	X3	1,111	,107	10,378	*** par_10
X3.4	<---	X3	1,000			
X4.1	<---	X4	1,128	,089	12,683	*** par_11
X4.2	<---	X4	1,060	,079	13,486	*** par_12
X4.3	<---	X4	1,090	,071	15,372	*** par_13
X4.4	<---	X4	1,000			
Y1	<---	Y	1,007	,052	19,336	*** par_20
Y2	<---	Y	,901	,053	17,151	*** par_21
Y3	<---	Y	1,074	,054	19,973	*** par_22
Y4	<---	Y	1,000			
Z1	<---	Z	,985	,071	13,926	*** par_23
Z2	<---	Z	,768	,069	11,174	*** par_24
Z3	<---	Z	1,068	,073	14,631	*** par_25
Z4	<---	Z	1,000			
Z5	<---	Z	1,091	,068	15,942	*** par_26

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
Y	<---	X1	,240
Y	<---	X2	-,021
Y	<---	X3	-,027
Y	<---	X4	,700
Z	<---	Y	,906
X1.1	<---	X1	,775
X1.2	<---	X1	,890
X1.3	<---	X1	,810
X1.4	<---	X1	,854
X2.1	<---	X2	,802
X2.2	<---	X2	,768
X2.3	<---	X2	,844
X2.4	<---	X2	,858
X2.5	<---	X2	,823
X3.1	<---	X3	,874
X3.2	<---	X3	,832
X3.3	<---	X3	,820
X3.4	<---	X3	,669
X4.1	<---	X4	,797
X4.2	<---	X4	,818
X4.3	<---	X4	,878
X4.4	<---	X4	,819
Y1	<---	Y	,891
Y2	<---	Y	,841
Y3	<---	Y	,893
Y4	<---	Y	,900
Z1	<---	Z	,796
Z2	<---	Z	,685
Z3	<---	Z	,817
Z4	<---	Z	,858
Z5	<---	Z	,852

3. Uji Reliabilita

X1.1	←	X1	0,775	e1	0,215				
X1.2	←	X1	0,89	e2	0,139				
X1.3	←	X1	0,81	e3	0,227				
X1.4	←	X1	0,854	e4	0,202				
X2.1	←	X2	0,802	e5	0,425				
X2.2	←	X2	0,768	e6	0,547				
X2.3	←	X2	0,844	e7	0,372				
X2.4	←	X2	0,858	e8	0,341				
X2.5	←	X2	0,823	e9	0,408				
X3.1	←	X3	0,874	e10	0,149				
X3.2	←	X3	0,832	e11	0,256				
X3.3	←	X3	0,82	e12	0,214				
X3.4	←	X3	0,669	e13	0,439				
X4.1	←	X4	0,797	e14	0,361				
X4.2	←	X4	0,818	e15	0,273				
X4.3	←	X4	0,878	e16	0,173				
X4.4	←	X4	0,819	e17	0,242				
Y1	←	Y	0,891	e18	0,159				
Y2	←	Y	0,841	e19	0,203				
Y3	←	Y	0,893	e20	0,177				
Y4	←	Y	0,9	e21	0,141				
Z1	←	Z	0,796	e22	0,298				
Z2	←	Z	0,685	e23	0,352				
Z3	←	Z	0,817	e24	0,301				
Z4	←	Z	0,858	e25	0,19				
Z5	←	Z	0,852	e26	0,238				

Construct Reliability

Variabel	Construct Reliability	Alpa	Keterangan
X1	0,934008	0,7	Reliabel
X2	0,889036	0,7	Reliabel
X3	0,906089	0,7	Reliabel
X4	0,912716	0,7	Reliabel
Y	0,948113	0,7	Reliabel
Z	0,920942	0,7	Reliabel

4. Analisis Hasil pengujian SEM

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.		PLabel
Y	<---	X1	,253	,074	3,418	***	par_27
Y	<---	X2	-,017	,066	-,259	,795	par_28
Y	<---	X3	-,035	,097	-,361	,718	par_29
Y	<---	X4	,775	,119	6,494	***	par_30
Z	<---	Y	,849	,057	14,974	***	par_31

6. Uji Sobel

Signifikansi Tidak Langsung

	<i>t</i> hitung	<i>t</i> tabel	Keterangan
Sikap (X ₁)	51.45701	1.968235	Signifikan
Norma Subjektif (X ₂)	- 45.77545	1.968235	Tidak Signifikan
Kontrol Perilaku (X ₃)	- 43.64333	1.968235	Tidak Signifikan
Religiusitas (X ₄)	53.91160	1.968235	Signifikan

7. Analisis Pengaruh Langsung (*Direct Effect*) dan Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	X4	X3	X2	X1	Y	Z
Y	,775	-,035	-,017	,253	,000	,000
Z	,000	,000	,000	,000	,849	,000

standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	X4	X3	X2	X1	Y	Z
Y	,000	,000	,000	,000	,000	,000
Z	,635	-,024	-,019	,217	,000	,000