

**SKRIPSI**

**PENGARUH TINGKAT PENGETAHUAN, KUALITAS LAYANAN, DAN TINGKAT LITERASI PERBANKAN SYARIAH TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PRODUK PERBANKAN SYARIAH (STUDI EMPIRIS DARI MASYARAKAT DI KABUPATEN ACEH BESAR)**



**Disusun Oleh:**

**MIFTAHUL JANNAH  
NIM. 180603228**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2022 M/1444 H**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Miftahul Jannah

NIM : 180603228

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. Mengerjakan 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 dipertanggung jawabkan 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, 10 Desember 2022



Yang Menyatakan

*Miftahul Jannah*  
Miftahul Jannah

## PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan dan Tingkat Literasi Perbankan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah  
(Studi Empiris Dari Masyarakat Di Kabupaten Aceh Besar)**

Disusun Oleh:

Miftahul Jannah  
NIM: 180603228

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh


Pembimbing I

Pembimbing II

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

Akmal Riza, S.E., M.Si  
NIDN: 2002028402

Mengetahui  
Ketua Prodi,

  
Dr. Nevi Hasnita, M.Ag  
NIP: 19771105200604

## PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan dan Tingkat Literasi Perbankan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah  
(Studi Empiris Dari Masyarakat Di Kabupaten Aceh Besar)**

Miftahul Jannah  
NIM: 180603228

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 : Senin, 26 Desember 2022 M  
2 Jumadil Akhir 1444 H

**Banda Aceh**  
**Dewan Penguji Sidang Skripsi**

**Ketua**

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

**Sekretaris**

Akmal Riza, S.E., M.Si  
NIDN: 2002028402

**Penguji I**

Yulindawati, S.E., MM  
NIP: 197907132014112002

**Penguji II**

Winy Dian Safitri, S.Si., M.Si  
NIP: 199005242022032001



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Dr. Hafas Fuzjani, M.Ec  
NIP: 198006252009011009



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

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

Web:[www.library.ar-raniry.ac.id](http://www.library.ar-raniry.ac.id), Email:[library@ar-raniry.ac.id](mailto:library@ar-raniry.ac.id)

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Miftahul Jannah  
NIM : 180603228  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah  
E-mail : [mjannahmj30@gmail.com](mailto:mjannahmj30@gmail.com)

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 Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan dan Tingkat Literasi Perbankan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Empiris Dari Masyarakat Di Kabupaten Aceh Besar)**

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 : 22 Maret 2023

Mengetahui,

Penulis

Miftahul Jannah  
NIM: 180603228

Pembimbing I

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

Pembimbing II

Akmal Riza, S.E., M.Si  
NIDN: 2002028402

## KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur bagi Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat karunia dan hidayah-Nya kepada kita semua. Shalawat beserta salam tidak lupa kita sanjungsajikan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa ummatnya ke jalan yang penuh dengan ilmu pengetahuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan dan Tingkat Literasi Perbankan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Empiris Dari Masyarakat Di Kabupaten Aceh Besar)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak, tanpa itu semua penulis menyadari tidak mungkin menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan mengucapkan banyak terima kasih yang tidak terhingga kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar- Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, M.Ag selaku Ketua Jurusan Program Studi

Perbankan Syariah dan Inayatillah, M.A.Ek selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

3. Hafiih Maulana, S.P., S.H.I., M.E selaku ketua Laboratorium, serta staf Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc selaku pembimbing I dan Akmal Riza, S.E., M.Si selaku pembimbing II serta dosen wali yang telah memberikan bimbingan, dukungan, waktu, ilmu pengetahuan serta motivasi sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
5. Yulindawati, S.E., M.M selaku Penguji I dan Winny Dian Safitri, S.Si., M.Si selaku Penguji II yang senantiasa dalam menguji dan mengarahkan penulisan skripsi ini menjadi bermutu dan berkualitas.
6. Seluruh staf dan Dosen-dosen yang mengajar pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
7. Masyarakat Aceh Besar yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan memberikan informasi data.
8. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Drs. Nasir dan Ibunda Ainal Mardhiah, S.Pd yang selalu memberikan kasih sayang, cinta, doa yang tiada hentinya agar penulis memperoleh yang terbaik, didikan, dukungan serta semua jasa yang tidak

ternilai harganya yang telah diberikan selama ini. Kepada saudara sekandung penulis Marwan Fonna, Romi Lajuna, Risa Desika, dan Ginda Rahmi yang selalu memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

9. Sahabat tercinta Shafira Aurellya Dhewi, Putri Mukhirah, dan teman-teman seperjuangan di Perbankan Syariah angkatan 2018, serta teman-teman non-akademis, yang selalu ada untuk memberikan bantuan dan semangat serta motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga segala bantuan, motivasi, ilmu dan arahan yang diberikan dapat menjadi amalan yang baik serta diberikan balasan rahmat dan hidayah oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi kita semua.

Banda Aceh, 10 Desember 2022

Penulis

Miftahul Jannah



**TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN**  
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	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	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	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	D			

## 2. Vokal

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 harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fatḥah</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>Fatḥah dan ya</i>	Ai
◌َ و	<i>Fatḥah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *haua*

### 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
ي / اَ	<i>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
يُ	<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 *fatḥah*, *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 katanya *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-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl*

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

طَلْحَةُ : *Ṭalḥah*

**Catatan:**

**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 : Miftahul Jannah  
NIM : 180603228  
Fakultas/ Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah  
Judul : Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan dan Tingkat Literasi Perbankan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Empiris Dari Masyarakat Di Kabupaten Aceh Besar)  
Pembimbing I : Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc  
Pembimbing II : Akmal Riza, SE., M.Si

Keputusan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu yang secara langsung terlibat dalam memilih dan menentukan produk/barang yang akan digunakan. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas layanan dan tingkat literasi perbankan syariah terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk perbankan syariah. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *random sampling* sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan melalui pengisian kuesioner menggunakan skala *likert*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan tingkat pengetahuan, kualitas layanan dan tingkat literasi perbankan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk perbankan syariah.

**Kata Kunci:** *Literasi, Layanan, Pengetahuan, Keputusan.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPEL KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xxi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	14
1.4 Manfaat Penelitian .....	15
1.5 Sistematika Pembahasan .....	16
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>18</b>
2.1 Bank Syariah .....	18
2.1.1 Pengertian Bank Syariah .....	18
2.1.2 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional.....	19
2.1.3 Prinsip Dasar Bank Syariah.....	20
2.2 Produk Perbankan Syariah .....	22
2.3 Pengetahuan .....	31
2.3.1 Pengertian Pengetahuan .....	31
2.3.2 Jenis-Jenis Pengetahuan .....	32
2.3.3 Hubungan Tingkat Pengetahuan Terhadap Penggunaan Produk Bank Syariah .....	33

2.3.4	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan	34
2.3.5	Indikator Pengetahuan.....	35
2.4	Kualitas Layanan.....	37
2.4.1	Pengertian Kualitas Pelayanan .....	37
2.4.2	Karakteristik Pelayanan Yang Baik .....	38
2.4.3	Indikator Kualitas Pelayanan.....	39
2.5	Literasi Perbankan Syariah .....	42
2.5.1	Pengertian Literasi Perbankan Syariah.....	42
2.5.2	Aspek-Aspek Literasi Keuangan.....	43
2.5.3	Tingkat Literasi Keuangan di Indonesia .....	45
2.5.4	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan.....	45
2.5.5	Indikator Literasi Perbankan Syariah.....	46
2.6	Pengambilan Keputusan.....	47
2.6.1	Pengertian Pengambilan Keputusan.....	47
2.6.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	48
2.6.3	Jenis Pengambilan Keputusan.....	51
2.6.4	Indikator Pengambilan Keputusan .....	53
2.7	Penelitian Terdahulu .....	56
2.8	Kerangka Pemikiran.....	64
2.9	Hipotesis Penelitian.....	65
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>67</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	67
3.2	Jenis Data Penelitian .....	67
3.3	Lokasi Penelitian.....	68
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian .....	68
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	70
3.6	Skala Pengukuran.....	70
3.7	Variabel Penelitian.....	71
3.7.1	Variabel Independen (X).....	72
3.7.2	Variabel Dependen (Y) .....	72
3.8	Definisi Operasional Variabel.....	72
3.9	Metode Analisis Data.....	74
3.9.1	Uji Validitas .....	74
3.9.2	Uji Reliabilitas.....	75

3.10	Uji Asumsi Klasik .....	75
3.10.1	Uji Normalitas .....	75
3.10.2	Uji Multikolinearitas .....	76
3.10.3	Uji Heteroskedastisitas .....	77
3.11	Analisis Regresi Linier Berganda .....	77
3.12	Uji Hipotesis.....	78
3.12.1	Uji Korelasi Parsial .....	78
3.12.2	Uji Simultan (Uji F) .....	79
3.12.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	79
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>80</b>
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	80
4.1.1	Sejarah Kabupaten Aceh Besar .....	80
4.1.2	Batas-Batas Kecamatan.....	82
4.1.3	Visi dan Misi Kabupaten Aceh Besar .....	82
4.2	Karakteristik Responden Penelitian .....	83
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	83
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	84
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	85
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	86
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	87
4.3	Analisis Data Hasil Penelitian.....	88
4.3.1	Uji Validitas .....	88
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	90
4.4	Uji Asumsi Klasik .....	91
4.4.1	Uji Normalitas .....	91
4.4.2	Uji Multikolinearitas .....	93
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas .....	94
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda .....	96
4.6	Uji Hipotesis.....	98
4.6.1	Uji Korelasi Parsial (Uji t) .....	98
4.6.2	Uji Simultan (Uji F) .....	100
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	102
4.7	Pembahasan.....	103



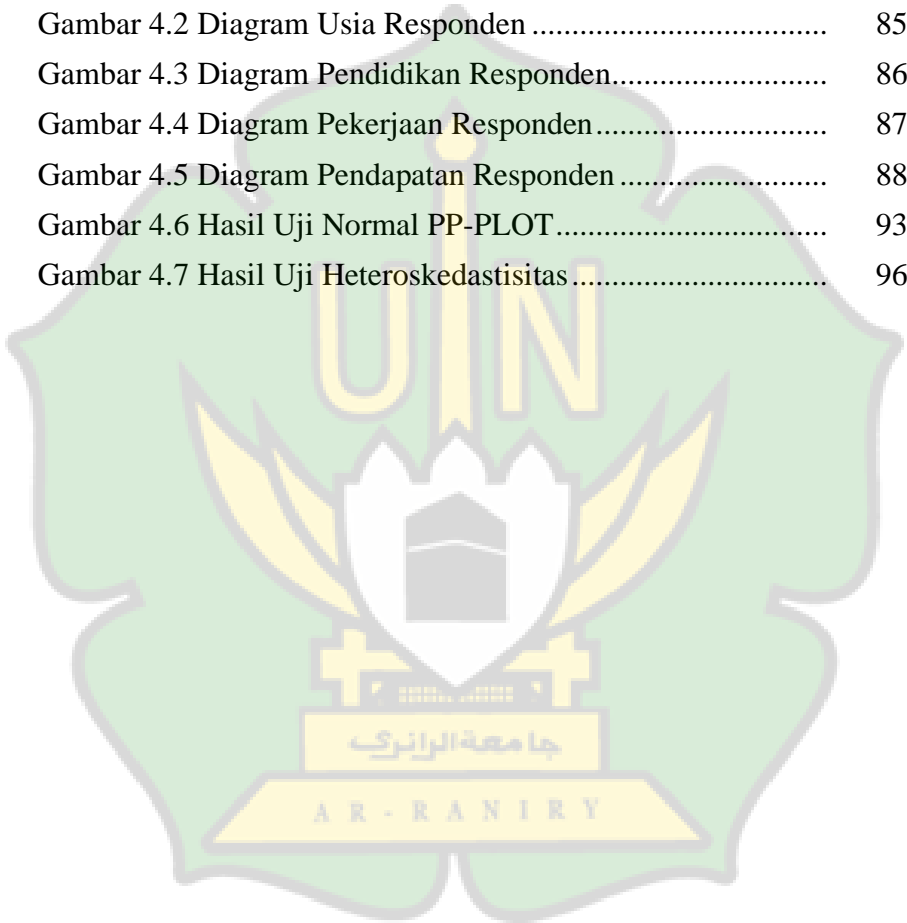
4.7.1	Pengaruh Tingkat Pengetahuan Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah.....	103
4.7.2	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah.....	104
4.7.3	Pengaruh Tingkat Literasi Perbankan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah .....	105
4.7.4	Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Tingkat Literasi Perbankan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah .....	107
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>109</b>
5.1	Kesimpulan .....	109
5.2	Saran.....	110
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>112</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>121</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional ...	20
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	60
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert .....	71
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel.....	73
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas .....	89
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	90
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	92
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas .....	94
Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	95
Tabel 4.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	97
Tabel 4.7 Hasil Uji Korelasi Parsial (Uji t) .....	99
Tabel 4.8 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	101
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	102

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran .....	65
Gambar 4.1 Diagram Jenis Kelamin Responden.....	84
Gambar 4.2 Diagram Usia Responden .....	85
Gambar 4.3 Diagram Pendidikan Responden.....	86
Gambar 4.4 Diagram Pekerjaan Responden.....	87
Gambar 4.5 Diagram Pendapatan Responden .....	88
Gambar 4.6 Hasil Uji Normal PP-PLOT .....	93
Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	96



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	121
Lampiran 2 Jawaban Responden .....	126
Lampiran 3 Karakteristik Responden .....	138
Lampiran 4 Uji Validitas .....	139
Lampiran 5 Uji Reliabilitas .....	144
Lampiran 6 Uji Normalitas .....	144
Lampiran 7 Uji Multikolinearitas .....	145
Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas .....	145
Lampiran 9 Uji Korelasi Parsial (Uji t) .....	146
Lampiran 10 Uji Simultan (Uji F) .....	146
Lampiran 11 Uji Koefisien Determinasi (Uji R <sup>2</sup> ) .....	147
Lampiran 12 Tabel r .....	147
Lampiran 13 Tabel t .....	150
Lampiran 14 Tabel F .....	153
Lampiran 15 Daftar Riwayat Hidup .....	156

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Bank secara umum salah satu lembaga intermediasi yang dalam menjalankan kegiatan usahanya bergantung pada dana masyarakat dan kepercayaan baik dari dalam maupun luar negeri. Dalam menjalankan kegiatan usaha tersebut bank menghadapi berbagai risiko, baik risiko kredit, risiko pasar, risiko operasional, maupun risiko reputasi (Komite Nasional, 2004). Adapun kegiatan bank umum syariah adalah meliputi menghimpun dana dalam bentuk simpanan berupa giro, tabungan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu berdasarkan akad wadiah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah (UU No. 21/2008).

Di Indonesia, bank syariah telah muncul sejak awal 1990 dengan berdirinya bank Muamalat Indonesia. Secara perlahan bank syariah mampu memenuhi kebutuhan masyarakat yang menghendaki layanan jasa perbankan yang sesuai dengan prinsip syariah agama Islam yang dianutnya, khususnya yang berkaitan dengan larangan praktek riba, kegiatan yang bersifat spekulatif yang non produktif yang serupa dengan perjudian, ketidakjelasan dan pelanggaran prinsip keadilan dalam bertransaksi serta keharusan penyaluran pembiayaan dan investasi pada kegiatan usaha yang etis dan halal secara syariah.

Keberhasilan pembangunan pada suatu negara ditandai dengan terciptanya suatu sistem keuangan yang stabil, berkelanjutan dan memberi manfaat bagi seluruh lapisan masyarakat. Melalui fungsi intermediasinya, institusi keuangan memiliki peranan penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, pemerataan pendapatan, pengentasan kemiskinan serta pencapaian stabilitas sistem keuangan (Azwar, 2017). Di era ekonomi global saat ini manusia dituntut untuk cermat dalam hal mengelola keuangan. Penggunaan dana setiap individu akan diputuskan dalam pengelolaan keuangan, oleh karena itu dengan didukung perkembangan teknologi dalam bidang keuangan yang semakin canggih setiap individu perlu untuk meningkatkan pemahamannya mengenai literasi keuangan karena akan mempengaruhi perekonomian.

Fraczek (2015) menemukan bahwa tingkat melek finansial yang lebih tinggi memungkinkan kaum muda untuk membuat keputusan keuangan yang rasional dan mempengaruhi perilaku mereka dalam menentukan kesejahteraan rumah tangga, kesejahteraan ekonomi nasional hingga kesejahteraan ekonomi global. Dengan cara pengelolaan keuangan yang baik diharapkan setiap individu memperoleh manfaat yang baik dari pengelolaan uang yang telah dilakukan. Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk dan pendapatan masyarakat, peningkatan layanan keuangan diharapkan dapat mengimbangi kebutuhan masyarakat yang semakin beragam (Panghayo, 2018).

Jika berbicara mengenai daerah yang cukup potensial hingga potensial untuk perkembangan perbankan syariah, berdasarkan hasil BPS Provinsi Aceh 2020-2022, jumlah penduduk Aceh Besar tahun 2022 tercatat 414.490 jiwa, dan berdasarkan hasil Dukcapil Aceh Besar dengan jumlah penduduk berdasarkan jenis kelamin tahun 2020 laki-laki 198.888 jiwa, dan penduduk perempuan 196.765 jiwa. Berdasarkan data dari Kantor Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Aceh, per agustus 2022, posisi aset perbankan syariah di Aceh mencapai nilai Rp.45,42 triliun. Adapun penghimpunan DPK mencapai porsi Rp.39,55 triliun dan penyaluran pembiayaan mencapai Rp33 triliun. Pertumbuhannya sebesar 4,36% diketahui masih di bawah pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,44%. Jumlah bank syariah di Aceh sebanyak 28 bank. Perinciannya adalah 7 bank umum syariah (BUS), 6 unit usaha syariah (UUS), dan 15 BPRS (infopublik.id, 2022).

Menurut Dhani Gunawan selaku Direktur Perbankan Syariah OJK mengungkapkan bahwa terdapat beberapa masalah yang menjadi tantangan dan perlu diatasi oleh perbankan syariah. Pertama, pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang perbankan syariah yang masih kurang. Kedua, produk bank syariah yang tidak variatif dan belum dapat diakses masyarakat. Akses perbankan syariah masih kurang pada sektor-sektor tertentu, khususnya infrastruktur. Ketiga, pengaturan dan pengawasan perbankan syariah oleh OJK yang masih harus ditingkatkan. Selain ketiga masalah tersebut masih ada masalah permodalan, kualitas sumber

daya manusia, dan lain-lain. Selain hal tersebut, beriringan dengan pelaksanaan perbankan syariah, bagi pemeluk agama Islam perlu mengupayakan majunya pengetahuan tentang Islam dari berbagai aspek termasuk dalam hal ekonomi islam yang dapat diwakili oleh perbankan syariah. Oleh sebab itu Perbankan Syariah perlu mengembangkan jaringannya dengan berbagai usaha melalui peningkatan pemahaman masyarakat mengenai produk, sistem, serta mekanisme dari perbankan syariah yang dapat dilakukan melalui sosialisasi maupun promosi yang dapat dipahami oleh berbagai kalangan.

Menurut Utomo (2014) dalam penelitiannya menyimpulkan faktor keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah (studi kasus di BSM kantor cabang Malang) ditentukan oleh 3 faktor utama, yaitu: Pelayanan, Pengetahuan konsep Bank Syariah, dan Harga/Pembiayaan. Sedangkan Promosi dan Lokasi tidak berpengaruh secara signifikan. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Samsudin (2017) yang menyatakan jika faktor pengetahuan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan produk bank syariah.

Secara umum dalam menentukan keputusannya dalam memilih sebuah produk, nasabah memiliki kualifikasi tersendiri. Khususnya pada keputusan dalam memilih produk perbankan, biasanya calon nasabah akan tertarik pada produk bank yang memberikan banyak keuntungan dan manfaat bagi dirinya. Masyarakat yang memiliki banyak informasi mengenai bank



syariah dan produk yang mengikutinya akan cenderung lebih mudah dalam menentukan pilihannya.

Pengambilan keputusan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu yang secara langsung terlibat dalam memilih dan menentukan produk/barang yang akan digunakan. Adapun proses dalam menentukan proses pembelian terdiri dari: pengenalan masalah, mencari informasi, penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah pembelian (Kotler, 2008). Hal ini dapat menjadi acuan dalam pengambilan keputusan menggunakan keuangan syariah. Pada dasarnya keputusan yang baik dapat membuat suatu perencanaan yang baik pula untuk masa depan, salah satunya yaitu dalam membuat keputusan yang baik terhadap pemilihan keuangan syariah.

Ketika konsumen memiliki pengetahuan yang lebih banyak, maka ia akan lebih baik dalam mengambil keputusan. Masyarakat akan lebih efisien dan lebih tepat dalam mengolah informasi serta mampu menyaring informasi dengan lebih baik. Semakin baik pengetahuan tentang bank syariah semakin tinggi kemungkinan untuk berhubungan dengan bank syariah. Jadi faktor paling mendasar dalam pengembangan perbankan syariah adalah pengetahuan. Pengetahuan masyarakat tentang bank syariah juga akan mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai bank syariah itu sendiri. Secara mudahnya, pandangan masyarakat terhadap bank syariah tergantung dengan apa yang mereka ketahui.

Pengetahuan sebagai informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut serta informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen (Sunyoto, 2015). Pengetahuan produk dibagi menjadi tiga jenis yaitu, pengetahuan tentang karakteristik produk, pengetahuan tentang manfaat produk dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan oleh produk atau jasa bagi konsumen (Kotler, 2000). Hasil temuan Ramadani (2018) menyatakan bahwa pengetahuan secara statistik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank BRI Syariah KCP Magelang. Kemudian temuan Dari (2020) menyatakan bahwa Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam penggunaan produk Penghimpun Dana di Bank Aceh Syariah Cabang Tapaktuan.

Selain pengetahuan sebagai faktor mendasar pengembangan perbankan syariah, terdapat juga kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi konsumen untuk menentukan pilihannya terhadap penggunaan produk bank syariah. Keberhasilan dari pemberian kualitas pelayanan itu ditunjukkan para nasabah dengan rasa puas. Semakin tinggi tingkat kepuasan para nasabah, semakin baik pula pengelolaan pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah. Salah satu cara menciptakan kepuasan pelanggan yaitu melalui peningkatan kualitas pelayanan, karena pelanggan sebagai fokus utama ketika mengungkap tentang kepuasan dan kualitas jasa.

Persoalan kualitas pelayanan sudah menjadi harga yang harus dibayar oleh perusahaan agar tetap bertahan dalam bisnisnya. Hal ini yang harus menjadi fokus perhatian setiap lembaga keuangan terutama lembaga keuangan syariah. Karena sampai saat ini, aspek pelayanan pada dunia bisnis merupakan hal yang harus dikelola dengan baik.

Kualitas pelayanan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Sedangkan menurut (Zeithmal dalam Lestari, 2013:26) Kualitas pelayanan merupakan Penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh dan besarnya antara perbedaan harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi konsumen. Hasil temuan Kurniawati (2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah pada Bank BRI Syariah KCP Ngawi. Kemudian temuan Dauly (2021) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk perbankan syariah.

Selain dari pengetahuan konsumen dan kualitas pelayanan, terdapat literasi perbankan syariah yang juga penting dalam mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan produk perbankan syariah atau tidak menggunakan. Literasi perbankan syariah terhadap lembaga dan produk perbankan syariah ini penting

dilakukan karena dalam beberapa riset dunia mengungkapkan, dengan tingginya indeks literasi perbankan syariah akan mendongkrak pertumbuhan perekonomian suatu negara. Pada kalangan masyarakat yang telah memahami keuangan dengan segala aspeknya dapat meningkatkan kesejahteraan hidupnya dan dengan demikian akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Literasi keuangan sebagai pengetahuan dan pemahaman atas konsep dan resiko keuangan, keterampilan, motivasi serta keyakinan untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman yang dimilikinya tersebut dalam rangka membuat keputusan keuangan yang efektif, meningkatkan kesejahteraan keuangan individu, masyarakat, dan berpartisipasi dalam bidang ekonomi. Menurut sejumlah penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah pada masyarakat Indonesia sangat rendah. Sebagian besar masyarakat miskin tidak memiliki akses untuk layanan keuangan. Di Indonesia sendiri menurut bank dunia hanya terdapat 52% dari masyarakat yang menggunakan layanan keuangan formal, 31% penduduk mengakses keuangan informal. Hal menyedihkan lainnya sebanyak 50% dari masyarakat Indonesia di indikasikan masih buta atau tidak mengerti tentang jasa dan produk keuangan baik informal maupun formal (OECD, 2016). Hasil temuan Aisyah (2020) menemukan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk perbankan syariah di kabupaten

Bantul Yogyakarta. Literasi keuangan juga memberikan kontrol yang lebih besar terhadap masa depan keuangan seseorang, karena dengan penggunaan produk dan layanan keuangan yang lebih efektif dapat mengurangi kerentanan terhadap penipuan. Masyarakat yang well literate akan lebih cepat memahami perkembangan kondisi ekonomi terkini dan lebih cakap dalam mengakses informasi terkait industri jasa keuangan dalam kehidupan sehari-hari mereka (Hung, 2009).

Otoritas Jasa keuangan membagi tingkat literasi keuangan menjadi empat bagian yaitu, yang pertama Well Literate merupakan masyarakat yang memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan. Yang kedua, Sufficient Literate merupakan masyarakat yang memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan. Yang ketiga, Less Literate merupakan hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan. Yang keempat, Not Literate merupakan masyarakat yang tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan (OJK, Survei Nasional Literasi Keuangan, 2013). Berdasarkan survei nasional literasi keuangan yang dilakukan oleh

OJK tahun 2019 terdapat peningkatan pemahaman keuangan (literasi) masyarakat sebesar 8,33% serta peningkatan akses terhadap produk dan layanan jasa keuangan sebesar 8,39%. Pada tahun 2013 Survei OJK menunjukkan adanya hubungan erat antara literasi keuangan dengan kemampuan seseorang untuk memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan (inklusi keuangan). Survei menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan seseorang, maka semakin besar pula tingkat pemanfaatan produk dan layanan jasa keuangannya. Jika dilihat dari latar belakang agama lebih dari 207 juta muslim di Indonesia atau 87,2% mayoritas penduduk Indonesia memeluk agama Islam (indonesia.go.id, 2019). Maka sudah seharusnya Indonesia memiliki tingkat literasi keuangan syariah yang well literate sehingga dapat terampil dalam mengelola keuangannya dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Saat ini keuangan syariah semakin berkembang pesat dengan banyaknya lembaga-lembaga keuangan yang menawarkan produk dan jasa keuangan yang berlandaskan syariat islam. Keuangan syariah di harapkan dapat meminimalisir praktik-praktik keuangan yang bertolak belakang dengan praktik syariah dan dapat menjadi solusi agar terhindar dari adanya riba, maysir dan gharar. Tetapi fenomena yang terjadi di Indonesia hingga saat ini masih memiliki pangsa pasar keuangan syariah yang rendah (Djuwita dan Yusuf, 2018). Hal ini disebabkan, karena persepsi dan pemahaman masyarakat yang belum paham terhadap bank syariah. Produk dan

jasa pelayanan bank syariah, serta prinsip-prinsip dasar hubungan antara bank dan nasabah merupakan usaha yang halal dalam bank syariah. Tetapi masih belum dipahami dan dimengerti oleh sebagian besar masyarakat sehingga muncullah persepsi yang keliru terhadap bank syariah. Persepsi keliru tersebut, seperti mempersepsikan produk dan jasa bank syariah itu sama saja dengan bank konvensional, bank syariah menggunakan sistem bunga seperti bank konvensional dan sebagainya.

Hasil wawancara peneliti dengan Mukhlis (2022) yang memiliki usaha bebek telur desa Cot Bagi Kabupaten Aceh Besar, beliau hanya mempunyai kartu ATM. Ketika Saya tanya tentang Perbankan Syariah, beliau menjawab tidak begitu paham dengan Perbankan Syariah, dan tidak tahu produk-produk di Bank Syariah seperti apa. Kemudian hasil wawancara peneliti dengan Nurhayati (2022) yang memiliki usaha kios indah desa Durung Kabupaten Aceh Besar, beliau tidak mempunyai kartu ATM. Ketika Saya tanya tentang Perbankan Syariah, beliau menjawab tidak begitu paham dengan Perbankan Syariah, dan tidak tahu produk-produk di Bank Syariah seperti apa. Sedangkan hasil wawancara peneliti dengan Erwin Fatria (2022) yang memiliki usaha warung kopi desa Meunasah Manyang Kabupaten Aceh Besar, beliau tidak mempunyai kartu ATM. Ketika Saya tanya tentang Perbankan Syariah, beliau menjawab mengetahui Bank Syariah, dan sekedar mengetahui produk-produk di Bank Syariah. Berdasarkan survei peneliti (2022) di Kabupaten Aceh Besar masih ada masyarakat

yang kurang begitu paham terhadap Perbankan Syariah, bahkan masih terdapat dari masyarakat yang tidak tahu produk-produk di Bank Syariah seperti apa. Meskipun sudah bisa dikatakan ada Perbankan Syariah walaupun tidak di desa tersebut, tetapi mayoritas penduduknya kurang begitu paham terhadap Perbankan Syariah.

Keterbatasan inilah yang banyak menyebabkan masyarakat tidak begitu berminat dalam menggunakan produk-produk perbankan syariah atau jasa keuangan syariah, terlebih lagi masyarakat yang tidak memiliki jangkauan akses informasi, sehingga akan berkurangnya minat mereka dalam menggunakan produk-produk syariah. Oleh karena itu, penelitian yang menyangkut dengan literasi perbankan syariah sudah sangat banyak di lakukan oleh beberapa peneliti terdahulu, dimana para peneliti melakukan objek penelitiannya pada lembaga maupun pada pelaku usaha, sedangkan yang menjadi perbedaan (GAP) dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu, penelitian ini mengambil objek pada masyarakat di Kabupaten Aceh Besar untuk menilai pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan tingkat literasi perbankan syariah masyarakat di Kabupaten Aceh Besar terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk perbankan syariah. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Ismanto (2018) menemukan bahwa responden memiliki pengetahuan dan pemahaman yang kurang komprehensif tentang bank syariah. Akad-akad muamalat yang menjadi landasan syariah penyusunan



produk perbankan syariah juga masih belum dipahami secara utuh. Meskipun masyarakat memiliki pemahaman yang rendah, tetapi tidak menyurutkan minat untuk bertransaksi di bank syariah. Alasan kesesuaian syariah dan alasan subjektif pribadi menjadi alasan dominan dalam meminati bank syariah.

Dari latar belakang permasalahan di atas, maka perlu diadakan studi pendalaman yang dilakukan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan tingkat literasi perbankan syariah yang dilakukan oleh lembaga keuangan yang dalam penelitian ini lembaga keuangannya adalah Bank Syariah, terhadap perilaku masyarakat dalam pengambilan keputusan untuk memilih produk. Karena sejauh ini minat masyarakat terhadap Bank Syariah masih sangat kecil. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat tema mengenai tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan tingkat literasi perbankan syariah yang berjudul :“Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, Dan Tingkat Literasi Perbankan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Empiris Dari Masyarakat Di Kabupaten Aceh Besar)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah tingkat pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk Perbankan Syariah di Kabupaten Aceh Besar?

2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk Perbankan Syariah di Kabupaten Aceh Besar?
3. Apakah tingkat literasi perbankan syariah berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk Perbankan Syariah di Kabupaten Aceh Besar?
4. Apakah tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan tingkat literasi perbankan syariah berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk Perbankan Syariah di Kabupaten Aceh Besar?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh tingkat pengetahuan terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk Perbankan Syariah di Kabupaten Aceh Besar.
2. Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk Perbankan Syariah di Kabupaten Aceh Besar.
3. Mengetahui pengaruh tingkat literasi perbankan syariah terhadap keputusan masyarakat menggunakan produk Perbankan Syariah di Kabupaten Aceh Besar.
4. Mengetahui pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan tingkat literasi perbankan syariah secara bersama-sama terhadap keputusan masyarakat

menggunakan produk Perbankan Syariah di Kabupaten Aceh Besar.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

1. Kepada peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini untuk menambah wawasan tentang pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan tingkat literasi perbankan syariah terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk perbankan syariah.
2. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya, dapat menambah informasi dan disarankan untuk menambah variabel independen lain yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan menggunakan produk perbankan syariah.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Kepada masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tambahan yang berkenaan dengan tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan literasi perbankan syariah terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk perbankan syariah, serta hendaknya memberi pemahaman kepada masyarakat, agar masyarakat mengetahui tentang perbankan syariah beserta produknya.

2. Kepada perbankan syariah, diharapkan dapat menjadi salah satu informasi dan solusi agar dapat meningkatkan pengetahuan, kualitas layanan, dan literasi perbankan syariah bagi perkembangan usahanya.

## **1.5 Sistematika Pembahasan**

Untuk mendapatkan hasil pembahasan yang terstruktur dan sesuai dengan kaidah pembahasan, maka sistematika pembahasan disusun sebagai berikut :

### **Bab I : Pendahuluan**

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika Pembahasan.

### **Bab II : Landasan Teori**

Pada bab ini dijelaskan mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

### **Bab III : Metode Penelitian**

Pada bab ini dijelaskan mengenai jenis penelitian, jenis data, lokasi penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, variabel penelitian, definisi operasionalisasi, metode analisis data, asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

### **Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Pada bab ini diuraikan mengenai deskripsi obyek penelitian, hasil analisis dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

## **Bab V : Penutup**

Bab ini merupakan penutup dari pembahasan skripsi yang memuat kesimpulan dari hasil penelitian serta dilengkapi dengan saran sebagai rekomendasi untuk penelitian ini. Kemudian akan diakhiri dengan daftar pustaka dan lampiran-lampiran penting lainnya.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Bank Syariah**

##### **2.1.1 Pengertian Bank Syariah**

Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip Syariah (Sudarsono, 2008). Pengertian bank syariah atau bank Islam dalam bukunya Wibowo adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Bank ini tata cara beroperasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Quran dan Hadis (Wibowo, 2005).

Bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam merupakan bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam. Dalam tata cara bermuamalat itu di jauhi praktik-praktik yang dikhawatirkan mengandung unsur-unsur riba, untuk diisi dengan kegiatan-kegiatan investasi atas dasar bagi hasil dan pembiayaan perdagangan atau praktik-praktik usaha yang dilakukan di zaman Rasulullah atau bentuk-bentuk usaha yang telah ada sebelumnya, tetapi tidak dilarang oleh beliau. Menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan

menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (Al-arif, 2012).

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa bank syariah adalah bank yang beroperasi dalam menjalankan kegiatan usahanya menganut prinsip-prinsip syariah dan berlandaskan pada Al-Qur'an dan Hadist dengan menjauhi praktik riba yang dapat membawa kemudharatan kepada umat manusia.

### **2.1.2 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional**

Bank syariah dan bank konvensional dalam beberapa hal memiliki kesamaan dalam mekanisme operasionalnya, seperti dalam sisi teknis penerimaan uang, mekanisme transfer, teknologi komputer yang digunakan, syarat-syarat untuk memperoleh pembiayaan, dan sebagainya.

Perbedaan yang paling menonjol antara bank syariah dan konvensional adalah dengan larangan praktik riba dalam Islam riba apapun jenisnya diharamkan, sedangkan jual-beli (murabahah) dan kemitraan/kerjasama (mudharabah, musyarakah) dengan prinsip bagi hasil dihalalkan. Menurut Antonio (2001:60) perbandingan antara bank syariah dan bank konvensional dapat digambarkan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional**

Aspek	Bank Syariah	Bank Konvensional
Investasi	Melakukan investasi yang halal saja.	Melakukan investasi yang halal dan haram.
Prinsip Operasional	Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli, atau sewa.	Memakai perangkat Bunga.
Tujuan	Profit dan falah (kemakmuran dunia akhirat) oriented.	Kemakmuran oriented.
Hubungan Dengan Nasabah	Dalam bentuk kemitraan.	Dalam bentuk debitur-kreditur.
Struktur Organisasi	Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah.	Tidak terdapat dewan sejenis.

Sumber: Antonio (2001:60)

### 2.1.3 Prinsip Dasar Bank Syariah

Secara garis besar, hubungan ekonomi berdasarkan syariah islam tersebut ditentukan oleh akad hubungan akad yang terdiri dari lima konsep dasar akad. Bersumber dari kelima konsep dasar inilah dapat ditemukan produk-produk lembaga keuangan bank syariah dan lembaga keuangan bukan bank syariah untuk dioperasionalkan. Kelima konsep tersebut adalah: (1) Sistem simpanan, (2) Bagi hasil, (3) Margin keuntungan, (4) Sewa, (5) Fee/jasa (Imaniyati, 2011:155).

#### 1. Prinsip Simpanan Murni (*Al-Wadi'ah*)

Prinsip simpanan murni merupakan fasilitas yang diberikan oleh bank Islam untuk memberikan kesempatan kepada pihak yang kelebihan dana untuk menyimpan dananya dalam bentuk *al-wadi'ah*. Fasilitas *al-wadi'ah* biasa diberikan untuk tujuan investasi



guna mendapatkan keuntungan seperti halnya tabungan dan deposito. Dalam dunia perbankan konvensional al-wadi'ah identik dengan giro.

## 2. Bagi Hasil (*Syirkah*)

Sistem ini merupakan suatu sistem yang meliputi tata cara pembagian hasil usaha antara penyedia dana dengan pengelola dana. Pembagian hasil usaha ini dapat terjadi antara bank dengan penyimpan dana, maupun antara bank dengan nasabah penerima dana. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini adalah mudharabah dan musyarakah. Lebih jauh prinsip mudharabah dapat dipergunakan sebagai dasar baik untuk produk pendanaan (tabungan dan deposito) maupun pembiayaan, sedangkan musyarakah lebih banyak untuk pembiayaan.

## 3. Prinsip Jual beli (*At-Tijarah*)

Prinsip ini merupakan suatu sistem yang menerapkan tata cara jual beli, dimana bank yang akan membeli terlebih dahulu barang yang dibutuhkan atau mengangkat nasabah sebagai agen bank melakukan pembelian barang atas nama bank, kemudian bank menjual barang tersebut kepada nasabah dengan harga sejumlah harga beli ditambah keuntungan (margin).

## 4. Sewa Menyewa (*Al-Ijarah*)

Prinsip ini secara garis besar terbagi kepada dua jenis: Yang pertama Ijarah merupakan sewa murni, seperti halnya penyewaan traktor dan alat-alat produk lainnya (*operating lease*). Dalam teknis perbankan, bank dapat membeli dahulu *equipment* yang dibutuhkan

nasabah kemudian menyewakan dalam waktu dan hanya yang telah disepakati kepada nasabah. Yang kedua Bai al-takjiri atau ijarah al-muntahiyah merupakan penggabungan sewa dan beli, dimana penyewa mempunyai hak untuk memiliki barang pada akhir masa sewa (*financial lease*).

#### 5. Prinsip fee/jasa (Al-Ajr Wal Umulah)

Prinsip ini meliputi seluruh layanan non pembiayaan yang diberikan bank. Bentuk produk yang berdasarkan prinsip ini antara lain Bank Garansi, Kliring, Inkaso, Jasa Transfer, dan lain-lain. Secara syariah prinsip ini didasarkan pada konsep al-ajr wal umulah.

## 2.2 Produk Perbankan Syariah

Pada dasarnya, produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah dapat dibagi menjadi tiga bagian besar (Karim, 2013), yaitu:

### 1. Produk Penyaluran Dana (*Financing*)

Dalam menyalurkan dananya pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi ke dalam tiga kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

#### 1) Pembiayaan dengan prinsip jual beli (Ba'i)

Prinsip jual-beli ditandai dengan adanya perpindahan kepemilikan barang atau benda (*transfer of property*). Transaksi jual-beli dapat dibedakan berdasarkan bentuk pembayarannya dan waktu penyerahannya, yakni sebagai berikut:

a) Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan murabahah merupakan transaksi jual-beli dimana bank bertindak sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli. Harga jual merupakan harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (margin). Kedua belah pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran. Dalam transaksi ini barang diserahkan setelah akad, sementara pembayaran dilakukan secara tunai atau cicilan. Dalam murabahah juga diperkenankan adanya perbedaan dalam harga barang untuk cara pembayaran yang berbeda. Ada tiga jenis murabahah yaitu murabahah taqsith (cicilan dengan angsuran), murabahah muajjal (lump-sum di akhir), dan murabahah naqdan (tunai).

b) Pembiayaan Salam

Pembiayaan salam merupakan transaksi jual beli di mana barang yang dijualbelikan belum ada. Barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai. Bank bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual. Walaupun sekilas mirip transaksi ijon, namun dalam transaksi ini kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan barang harus ditentukan.

c) Pembiayaan Istishna'

Pembiayaan Istishna' hampir sama dengan Salam, akan tetapi dalam Istishna' pembayaran dapat dilakukan oleh

bank dalam beberapa kali pembayaran. Pembiayaan ini umumnya dilakukan pada transaksi terhadap barang/jasa manufaktur dan konstruksi. Ketentuan umum pembiayaan ini adalah spesifikasi barang pesanan harus jelas. Harga jual yang telah disepakati saat akad tidak boleh diubah, jika terjadi perubahan maka biaya tambahan harus ditanggung nasabah.

## 2) Pembiayaan dengan prinsip sewa (Ijarah)

Prinsip sewa menyewa pada bank syariah menurut Antonio (2009) adalah sebagai berikut:

### a) Ijarah

Ijarah merupakan akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu aset dalam waktu tertentu dengan pembayaran sewa tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan aset itu sendiri.

### b) Ijarah Al-Muntahia Bit-Tamlik (IMBT)

Ijarah al-muntahia bit-tamlik merupakan perpaduan antara kontrak jual beli dan sewa atau lebih tepatnya akad sewa yang diakhiri dengan kepemilikan barang di tangan si penyewa, biasa dikenal dengan sebutan sewa beli. Ijarah merupakan suatu gabungan dari kegiatan leasing atas barang-barang bergerak (moveable) dan barang-barang tidak bergerak (immovable) dengan memberikan kepada penyewa (lessee) suatu pilihan atau opsi (option) untuk pada akhirnya membeli barang yang disewa.

### 3) Pembiayaan dengan prinsip bagi hasil (Syirkah)

Prinsip bagi hasil pada bank syariah menurut Hasan (2014) sebagai berikut:

#### a) Mudharabah

Mudharabah selain dipakai sebagai prinsip dalam titipan atau simpanan dana, mudharabah juga dipakai dalam perjanjian antara pemilik dana (investor) dan pelaksana usaha (pengusaha) dengan bank sebagai perantaranya. Dalam perjanjian ini, investor dan pengusaha dapat melakukan perjanjian ketentuan jenis kegiatan usaha, pelaksanaan dan bagi hasil, sedangkan bank sebagai pihak yang telah mempertemukan dan memfasilitasi perjanjian mendapat komisi.

#### b) Musyarakah

Musyarakah merupakan akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

#### c) Muzara'ah

Muzara'ah merupakan akad kerjasama pengolahan pertanian antara pemilik lahan dan penggarap, di mana pemilik lahan memberikan lahan pertanian kepada si penggarap untuk memberikan lahan pertanian kepada si

penggarap untuk ditanami dan dipelihara dengan imbalan bagian tertentu (persentase) dari hasil panen.

d) Musaqah

Musaqah merupakan bentuk yang lebih sederhana dari muzara'ah di mana si penggarap hanya bertanggung jawab atas penyimpanan dan pemeliharaan. Sebagai imbalan, si penggarap berhak atas nisbah tertentu dari hasil panen.

2. Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)

Penghimpunan dana di Bank Syariah dapat berbentuk giro, tabungan, dan deposito. Prinsip operasional syariah yang diterapkan dalam penghimpunan dana masyarakat adalah prinsip Wadi'ah dan Mudharabah. Selanjutnya penjelasan mengenai jenis simpanan ini adalah sebagai berikut:

1) Giro Syariah

Giro syariah merupakan giro yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Menurut Ismail (2014) dalam hal ini terdapat dua prinsip Islam dalam produk perbankan berupa giro, yaitu giro wadi'ah dan mudharabah.

a) Giro wadi'ah

Giro wadi'ah merupakan akad titipan dana dari nasabah kepada bank syariah, dimana bank syariah dapat mengelola dana tersebut tanpa harus memberikan imbalan kepada nasabah jika mendapat keuntungan. Giro syariah dengan akad wadi'ah adalah sebagai berikut:

- (1) Bersifat titipan
- (2) Tidak bisa diambil kapan saja
- (3) Tidak ada imbalan yang disyaratkan, kecuali dalam bentuk pemberian yang bersifat sukarela dari pihak bank.

b) Giro Mudharabah

Giro Mudharabah merupakan akad kerja sama antara nasabah sebagai penyimpan dana (shahibul maal) sedangkan bank syariah sebagai pihak yang mengelola dana (mudharib). Ketentuan giro syariah menggunakan akad mudharabah adalah sebagai berikut:

- (1) Dalam transaksi ini nasabah bertindak sebagai shahibul maal atau pemilik dana dan bank bertindak sebagai mudharib atau pengelola dana.
- (2) Dana kapasitasnya sebagai mudharib, bank dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan mengembangkannya, termasuk di dalamnya mudharabah dengan pihak lain.
- (3) Modal harus dinyatakan dengan jumlahnya, dalam bentuk tunai dan bukan piutang.
- (4) Pembagian keuntungan harus dinyatakan dalam bentuk nisbah dan dituangkan dalam akad pembukaan rekening.

- (5) Bank sebagai mudharib menutup biaya operasional giro dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.
- (6) Bank tidak diperkenankan mengurangi nisbah keuntungan tanpa persetujuan yang bersangkutan.

## 2) Tabungan Syariah

Tabungan syariah merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Menurut Wiroso (2005) dalam hal ini terdapat dua prinsip Islam dalam produk perbankan berupa tabungan, yaitu tabungan wadi'ah dan mudharabah.

### a) Tabungan Wadi'ah

Tabungan wadi'ah merupakan tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadi'ah, yakni titipan murni yang harus dijaga dan dikembalikan setiap saat sesuai dengan kehendak pemiliknya.

### b) Tabungan Mudharabah

Tabungan mudharabah merupakan tabungan yang sifatnya mengikat dengan adanya akad kerjasama antara bank dan nasabah, mudharabah merupakan perjanjian kerjasama antara pemilik dana (nasabah) dan pengelola dana (bank) atas suatu usaha dengan sistem bagi hasil. Pada tabungan mudharabah, nasabah penabung berperan sebagai shahibul



maal (pemilik dana) dan bank syariah sebagai mudharib (pengelola dana). Bank syariah sebagai pengelola dana nasabah wajib memberikan hasil keuntungan berdasarkan nisbah bagi hasil yang telah disepakati kepada nasabah penabung. Berbeda tabungan wadi'ah yang tidak mewajibkan untuk memberikan keuntungan.

### 3) Deposito Syariah

Menurut Usman (2009) deposito syariah merupakan salah satu produk penghimpunan dana (funding) dalam perbankan syariah. Deposito adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu-waktu tertentu menurut perjanjian antara nasabah dan bank yang bersangkutan. Deposito syariah adalah deposito yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah sebagaimana yang telah difatwakan oleh Dewan Syariah Nasional MUI.

### 3. Produk Jasa

Dalam menggunakan akad-akad muamalah yang sesuai dengan fiqh Islam ada beberapa akad yang dapat dipergunakan dalam operasional perbankan syariah yaitu, akad wakalah, kafalah, hawalah, rahn dan sarf. Menurut Antonio (2009) membagi prinsip jasa ini atas lima jenis, sebagai berikut:

#### 1) Wakalah

Wakalah merupakan penyerahan, pendelegasian, dan pemberian mandate oleh satu pihak kepada pihak lain dalam hal-hal yang boleh diwakilkan.

#### 2) Kafalah

Kafalah merupakan jaminan yang diberikan oleh penanggung (kafil) kepada pihak ketiga untuk memenuhi kewajiban pihak kedua atau yang ditanggung. kafalah juga berarti mengalihkan tanggung jawab seseorang yang dijamin dengan berpegang pada tanggung jawab orang lain sebagai penjamin.

#### 3) Hawalah

Hawalah merupakan pengalihan hutang dari orang yang berhutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya. Dalam istilah para ulama, hal ini merupakan pemindahan beban utang dari muhil (orang yang berhutang) menjadi tanggungan mahalal-alaih atau orang yang berkewajiban membayar utang.

#### 4) Rahn

Rahn merupakan menahan salah satu harta pemilik si peminjam sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Dengan demikian, pihak yang menahan memperoleh jaminan untuk dapat mengambil seluruh atau sebagian piutangnya. Secara sederhana dapat dijelaskan bahwa rahn adalah semacam jaminan utang atau gadai.

## 5) Sharf

Sharf merupakan transaksi pertukaran emas dan perak, atau pertukaran valuta asing. Pertukaran tersebut harus dilakukan secara tunai, artinya masing-masing pihak harus menerima atau menyerahkan masing-masing mata uang pada saat bersamaan. Transaksi harus dilakukan dengan pihak-pihak yang diyakini mampu menyediakan valuta asing yang dipertukarkan.

## 2.3 Pengetahuan

### 2.3.1 Pengertian Pengetahuan

Menurut KBBI, pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui. Menurut Kotler (2000: 401), pengetahuan merupakan suatu perubahan dalam perilaku suatu individu yang berasal dari pengalaman. Konsumen memiliki tingkatan pengetahuan produk yang berbeda, yang dapat dipergunakan untuk menerjemahkan informasi baru dan membuat pilihan keputusan.

Pengetahuan merupakan informasi yang telah dikombinasikan dengan pemahaman dari potensi untuk menindaki yang lantas melekat di benak seseorang. Pengetahuan merupakan sejumlah pengalaman dengan berbagai macam informasi tentang produk atau jasa tertentu yang dimiliki mendefinisikannya sebagai *“The amount of experience with and information about particular products of services a person has”*. (Mowen dan Minor 2008: 106).

### 2.3.2 Jenis-Jenis Pengetahuan

Pengetahuan berdasarkan eksplisitasnya dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

#### 1. Pengetahuan Implisit

Pengetahuan implisit merupakan pengetahuan yang masih tertanam dalam bentuk pengalaman seseorang dan berisi faktor-faktor yang tidak bersifat nyata seperti keyakinan pribadi, perspektif, dan prinsip. Pengetahuan biasanya sulit untuk ditransfer ke orang lain baik secara tertulis maupun lisan. Kemampuan berbahasa, mendesain, atau mengoperasikan mesin atau alat yang rumit membutuhkan pengetahuan yang tidak selalu bisa tampak secara eksplisit, dan juga tidak sebegitu mudahnya untuk mentransferkannya ke orang lain secara eksplisit.

#### 2. Pengetahuan Eksplisit

Pengetahuan eksplisit merupakan pengetahuan yang telah didokumentasikan dan disimpan dalam wujud nyata berupa media atau semacamnya. Dia telah diartikulasikan ke dalam bahasa formal dan bisa dengan relatif mudah disebarluaskan secara luas. Informasi yang tersimpan di ensiklopedia adalah contoh yang bagus dari pengetahuan eksplisit (Wikipedia).

### **2.3.3 Hubungan Tingkat Pengetahuan Terhadap Penggunaan Produk Bank Syariah**

Bank syariah atau Bank Islam haruslah didasarkan pada prinsip-prinsip ekonomi Islam yang sesuai dengan hukum Islam. Pengetahuan masyarakat dapat dibagi menjadi tiga hal jenis pengetahuan yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan pemakaian menjelaskan bahwa tingkat pemahaman masyarakat terhadap perbankan syariah masih tergolong rendah (Rabbani, 2012). Persepsi masyarakat terhadap Bank Syariah, riba, bunga, dan bagi hasil, masih beragam, kebanyakan dari mereka masih belum paham dan belum tahu istilah hal-hal tersebut. Berdasarkan uraian diatas dengan adanya pengetahuan akan suatu produk Bank Syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan atau tidak menggunakan produk perbankan syariah. Secara umum pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan suatu hal. Pengetahuan masyarakat mengenai Bank Syariah sangat mempengaruhi sikap masyarakat tersebut terhadap produk-produk yang ditawarkan sehingga semakin baik pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah maka akan memacu minat menjadi nasabah. Sebaliknya, jika pengetahuan masyarakat terbatas terhadap perbankan syariah mengakibatkan persepsi yang kurang baik terhadap perbankan tersebut bahkan perbankan syariah harus lebih agresif memasarkan atau mengenalkan produknya (Ahmad, 2000).

### 2.3.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan

Pengetahuan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya:

#### 1) Pendidikan

Pendidikan merupakan sebuah proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok dan juga usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan, maka jelas dapat kita kerucutkan sebuah visi pendidikan yaitu mencerdaskan manusia.

#### 2) Media

Media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Jadi contoh dari media massa ini yaitu televisi, radio, koran, dan majalah.

#### 3) Informasi

Pengertian informasi menurut *Oxford English Dictionary*, adalah "*that of which one is apprised or told: intelligence, news*". Kamus lain menyatakan bahwa informasi merupakan sesuatu yang dapat diketahui, namun ada pula yang menekankan informasi sebagai transfer pengetahuan. Selain itu istilah informasi juga memiliki arti yang lain sebagaimana diartikan oleh RUU teknologi informasi yang mengartikannya sebagai suatu teknik untuk mengumpulkan, menyiapkan, menyimpan, memanipulasi, mengumumkan, menganalisis, dan menyebarkan informasi dengan tujuan tertentu. Sedangkan informasi sendiri

mencakup data, teks, gambar, suara, kode, program komputer, basis data. Adanya perbedaan definisi informasi dikarenakan pada hakikatnya informasi tidak dapat diuraikan (*intangibile*), sedangkan informasi itu dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, yang diperoleh dari data dan pengamatan terhadap dunia sekitar kita serta diteruskan melalui komunikasi (Wikipedia).

### **2.3.5 Indikator Pengetahuan**

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard (1995:3) membagi pengetahuan konsumen ke dalam tiga indikator, yaitu:

#### **1. Pengetahuan Produk**

Pengetahuan produk merupakan kumpulan berbagai informasi mengenai produk. Pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminology produk, atribut atau fitur produk, harga produk, dan kepercayaan mengenai produk.

#### **2. Pengetahuan Penggunaan Produk**

Berbagai informasi yang diproses oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang di mana membeli produk dan kapan membeli produk. Ketika konsumen memutuskan akan membeli suatu produk, maka ia akan menentukan di mana ia membeli produk tersebut dan kapan akan membelinya. Keputusan konsumen mengenai tempat pembelian produk akan sangat ditentukan oleh

pengetahuannya. Implikasi penting bagi strategi pemasaran adalah memberikan informasi kepada konsumen di mana konsumen bisa membeli produk tersebut.

### 3. Pengetahuan Manfaat Produk

Suatu produk akan bermanfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Agar produk tersebut bisa memberikan manfaat yang maksimal dan kepuasan yang tinggi kepada konsumen, maka konsumen harus bisa menggunakan atau mengkonsumsi produk tersebut dengan benar. Kesalahan yang dilakukan konsumen dalam menggunakan suatu produk akan menyebabkan produk tidak bisa berfungsi dengan baik. Ini akan menyebabkan konsumen kecewa, padahal kesalahan terletak pada diri konsumen. Produsen tidak menginginkan konsumen menghadapi hal ini.

Dalam pengetahuan produk konsumen ada yang disebut rantai akhir, yaitu suatu struktur pengetahuan yang menghubungkan pengetahuan konsumen mengenai ciri tentang produk dengan pengetahuan tentang konsekuensi dan nilai (Peter dan Olson, 1999). Nilai ini terdiri dari:

- (1) Nilai Terminal, yaitu status akhir yang diinginkan.
- (2) Nilai Instrumental, yaitu model perilaku yang diinginkan.



- (3) Konsekuensi Psikologikal, biasanya terdiri dari konsekuensi psikologi dan sosial dari penggunaan produk, seperti dipandang berbeda oleh orang lain.
- (4) Konsekuensi Fungsional, yaitu konsekuensi nyata dan langsung dari penggunaan produk, seperti penggunaan yang mudah.

## **2.4 Kualitas Layanan**

### **2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas menurut Deming merupakan apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pelayanan merupakan usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan pada dasarnya merupakan kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.

Menurut Lovelock dalam (Lupiyoadi dan Hamdani, 2009) kualitas pelayanan sebagai tingkat kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, sedangkan menurut Parasuraman, kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) pelanggan dengan kualitas layanan yang diharapkan pelanggan. Jika kualitas layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.

Kualitas pelayanan, menurut Kotler merupakan *“Quality is the totality of features and characteristic of a product or service that bear on it’s ability to satisfy stated or implied needs”*. Artinya,

kualitas merupakan keseluruhan sifat-sifat dan karakter-karakter suatu produk dan jasa, berdasarkan kemampuannya untuk menyatakan kepuasan atau kebutuhan secara tidak langsung.

Salah satu kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran yaitu modal *servqual* (*service quality*). *Service quality* merupakan perbandingan antara kenyataan dan harapan pelanggan/nasabah, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka pelayanan dapat dikatakan bermutu begitupun sebaliknya. Pelayanan dapat dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu:

- 1) *Core service*, merupakan pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan yang merupakan produk utamanya.
- 2) *Facilitating service*, merupakan fasilitas pelayanan tambahan kepada pelanggan yang bersifat wajib.
- 3) *Supporting service*, merupakan pelayanan tambahan (pendukung) untuk meningkatkan nilai pelayanan atau untuk membedakan dengan pelayanan-pelayanan dari pihak pesaing.

#### **2.4.2 Karakteristik Pelayanan Yang Baik**

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2009) pelayanan yang baik memiliki empat karakteristik utama, yaitu:

- 1) Tidak dapat berwujud (*Intangibility*). Pelayanan tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum ada transaksi pembelian. Contoh riil pelayanan yang tidak berwujud dalam Perbankan Syariah itu berupa asa.

- 2) Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*). Pelayanan biasanya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan, sehingga hubungan antara pemberi dan penerima pelayanan menjadi penting dalam pemasarannya. Contoh riil pelayanan yang tidak dapat dipisahkan dalam perbankan Syariah itu berupa Produk.
- 3) Berubah-ubah (*Variability*). Pelayanan mudah sekali berubah-ubah atau tidak konsisten tergantung siapa pemberi jasa, kapan dan dimana diberikan. Contoh riil pelayanan yang berubah-ubah dalam Perbankan Syariah itu berupa Varian Produk.
- 4) Daya tahan (*Pherishability*). Pelayanan tidak dapat disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau dikonsumsi pada saat diperlukan, karena hal tersebut maka pelayanan tidak tahan lama.

### **2.4.3 Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Zeithaml, dkk (1990) telah melakukan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima indikator karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima indikator karakteristik kualitas pelayanan tersebut adalah:

- 1) *Reliability* (keandalan), merupakan kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.

Ada beberapa faktor yang termasuk di dalam kriteria-kriteria penilaian kualitas tersebut antara lain meliputi faktor-faktor:

- a) Keinginan perusahaan penyedia jasa untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi pelanggan dengan tulus dan sungguh-sungguh.
- b) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan yang tepat dan akurat sehingga langsung dapat dirasakan manfaatnya.

2) *Tangibles* (bukti langsung), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Ada beberapa faktor yang termasuk di dalam kriteria-kriteria penilaian kualitas tersebut antara lain meliputi faktor-faktor:

- a) Penampilan fisik dari bangunan yang menarik dan mampu mendukung proses pelayanan terhadap pelanggan.
- b) Pakaian yang dikenakan karyawan perusahaan penyedia jasa cukup rapi, pantas dan sopan untuk digunakan dalam memberikan pelayanan.

3) *Responsiveness* (daya tangkap), merupakan keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

Ada beberapa faktor yang termasuk di dalam kriteria-kriteria penilaian kualitas tersebut antara lain meliputi faktor-faktor:

- a) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan penjelasan yang benar atas pelayanan yang diberikan dan pertanyaan yang dilontarkan oleh pelanggan.
  - b) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk melakukan pelayanan dengan cepat dan tanggap.
- 4) *Assurance* (jaminan), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu-raguan.

Ada beberapa faktor yang termasuk di dalam kriteria-kriteria penilaian kualitas tersebut antara lain meliputi faktor-faktor:

- a) Kemampuan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan dengan sopan santun dan ramah.
- b) Kemampuan yang dimiliki perusahaan penyedia jasa untuk memberikan pelayanan dan menjawab pertanyaan pelanggan dengan baik dan benar berdasarkan pengetahuan yang dimiliki perusahaan.

5) *Empathy*, yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.

Ada beberapa faktor yang termasuk di dalam kriteria-kriteria penilaian tersebut, antara lain meliputi faktor-faktor:

- a) Kesiediaan perusahaan penyedia jasa untuk memberikan penjelasan atau perhatian secara pribadi kepada pelanggan mengenai pelayanan yang diberikan.
- b) Kesiediaan perusahaan penyedia jasa untuk mendengarkan keluhan-keluhan atau keinginan-keinginan yang spesifik mengenai pelayanan yang diberikan.

## **2.5 Literasi Perbankan Syariah**

### **2.5.1 Pengertian Literasi Perbankan Syariah**

Literasi perbankan syariah dapat didefinisikan sebagai kesadaran, pengetahuan, sikap dan tingkah laku dalam membuat keputusan-keputusan berkaitan dengan berbagai aktivitas perbankan seseorang yang dalam hal ini spesifik perbankan syariah. Dapat disimpulkan pengetahuan yang dimiliki oleh setiap individu tentang pemahaman perbankan syariah.

*Organisation for Economic Co-operation and Development* atau *OECD* (2016) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan dan pemahaman atas konsep dan resiko keuangan, keterampilan, motivasi serta keyakinan untuk menerapkan

pengetahuan dan pemahaman yang dimilikinya tersebut dalam rangka membuat keputusan keuangan yang efektif, meningkatkan kesejahteraan keuangan individu, masyarakat, dan berpartisipasi dalam bidang ekonomi. *OECD* menjelaskan bahwa tanpa memiliki literasi keuangan yang memadai, individu tidak dapat memilih produk tabungan maupun investasi yang sesuai untuk dirinya sendiri dan berpotensi terkena risiko *fraud*.

Pengetahuan dan kesadaran tentang perbankan syariah ini penting karena tanpa adanya kedua hal tersebut maka mustahil seseorang akan melakukan kegiatan perbankannya dengan perbankan syariah. Bahkan seseorang yang sudah memahami atau mempunyai kesadaran tentang bank syariah pun belum tentu menunaikan kegiatan perbankan menggunakan perbankan syariah.

### **2.5.2 Aspek-Aspek Literasi Keuangan**

Dalam literasi keuangan ada beberapa aspek keuangan yang harus diukur untuk mengetahui tingkat literasi seseorang. Menurut Chen dan Volpe (1998) dalam Yulianto (2018) menyatakan bahwa literasi keuangan dibagi menjadi empat aspek, yaitu:

#### **1) Pengetahuan Keuangan Umum**

Meliputi pemahaman yang berkaitan dengan pengetahuan dasar tentang keuangan pribadi.

#### **2) Simpan dan Pinjam**

Meliputi pengetahuan yang berkaitan dengan tabungan dan pinjaman seperti penggunaan kartu kredit.

### 3) Asuransi

Meliputi pengetahuan dasar asuransi dan produk-produk asuransi seperti asuransi jiwa dan asuransi kendaraan bermotor.

### 4) Investasi

Meliputi pengetahuan tentang suku bunga pasar, reksadana dan risiko investasi.

Menurut Huston (2010) dalam Yulianto (2018) literasi keuangan dapat diukur dengan menggunakan empat aspek yang dikategorikan sebagai berikut:

- 1) Keuangan dasar, meliputi daya beli, nilai uang dan perencanaan.
- 2) Pinjaman, meliputi pinjaman yang dapat dilakukan melalui kartu kredit, pinjaman dan hipotek.
- 3) Investasi/tabungan, meliputi tabungan maupun investasi masa depan yang dapat dilakukan melalui saham, obligasi, reksadana dan dana pensiun.
- 4) Perlindungan sumber daya/ asuransi, bagian ini dapat berupa produk-produk asuransi maupun teknik manajemen risiko.



### 2.5.3 Tingkat Literasi Keuangan di Indonesia

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2013) terdapat 4 tingkatan literasi keuangan, antara lain:

- 1) *Well literate* (21,84%), yaitu memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan beserta produknya, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.
- 2) *Sufficient literate* (75,69%), yaitu memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan beserta produknya, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk keuangan.
- 3) *Less literate* (2,06%), yaitu hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.
- 4) *Not literate* (0,41%), yaitu tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan beserta produknya, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

### 2.5.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan

Berdasarkan hasil survei Nasional Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan

(2013) faktor yang dapat mempengaruhi tingkat literasi keuangan sebagai berikut:

1) Tingkat Pendidikan

Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka akan semakin tinggi pula tingkat literasi keuangan orang tersebut.

2) Strata Sosial

Semakin tinggi kelas strata sosial masyarakat maka akan semakin tinggi pula tingkat literasinya. Kelompok strata sosial dikelompokkan atas dasar pengeluaran per bulan per kapita.

3) Kelompok Usia

Semakin dewasa usia kelompok masyarakat maka akan semakin tinggi pula tingkat literasinya yang dipengaruhi oleh tingkat pola pikir masyarakat tersebut.

### **2.5.5 Indikator Literasi Perbankan Syariah**

Berdasarkan penelitian Kusumadewi, dkk (2019), adapun indikator yang terdapat dalam literasi perbankan syariah adalah:

1) Pengetahuan dan Pemahaman tentang produk bank syariah meliputi jenis produk simpanan dan pembiayaan, jasa dan akad yang terdapat di bank syariah.

2) Pengetahuan tentang bagi hasil meliputi return yang diperoleh dari nisbah bagi hasil.

- 3) Keyakinan kesyariahan bank syariah meliputi kesesuaian produk-produk bank syariah dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

## **2.6 Pengambilan Keputusan**

### **2.6.1 Pengertian Pengambilan Keputusan**

Menurut Kanuk dan Schiffman (2010) keputusan didefinisikan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Menurut Peter dan Olson pengambilan keputusan konsumen merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya.

Menurut Nopitasari (2017) pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu yang secara langsung akan terlibat mendapatkan dan menggunakan barang yang ditawarkan. Keputusan dapat didefinisikan sebagai tindakan terhadap pelaksanaan yang sangat menyimpang dari rencana semula. Pada dasarnya keputusan yang baik dapat membuat suatu perencanaan menjadi baik pula.

Menurut Boyd (2000) dalam Nopitasari (2017) pengambilan keputusan merupakan suatu proses pemecahan masalah. Dalam memutuskan produk apa yang akan dibeli, sebagian konsumen menggunakan mental yang sama dalam memutuskannya. Walaupun kenyataannya berbagai konsumen akhirnya memilih barang yang berbeda-beda untuk dibeli itu disebabkan oleh perbedaan karakteristik pribadi dan pengaruh sosial.

## **2.6.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler (2008: 159-177) karakteristik pengambilan keputusan pembelian terbagi atas 4 bagian yaitu sebagai berikut:

### **1) Faktor Budaya**

Faktor budaya mempunyai pengaruh yang luas dan mendalam pada perilaku konsumen. Pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh budaya, subbudaya, dan kelas sosial pembeli.

- a. Budaya merupakan penyebab keinginan dan perilaku seseorang yang paling dasar.
- b. Subbudaya merupakan elemen terkecil dari budaya, atau sekelompok orang yang berbagai sistem nilai berdasarkan pengalaman hidup dan situasi yang umum.
- c. Kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif permanen dan berjenjang dimana anggotanya berbagi nilai, minat dan perilaku yang sama.

### **2) Faktor Sosial**

Perilaku konsumen yang mempengaruhi faktor sosial yaitu kelompok kecil, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen.

- a. Kelompok kecil merupakan kelompok yang mempunyai pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap sikap dan tingkah laku seseorang.

- b. Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah diteliti secara ekstensif.
- c. Peran dan status merupakan posisi seseorang dalam masing-masing kelompok. Peran terdiri dari kegiatan yang dilakukan oleh seseorang sesuai dengan orang-orang disekitarnya. Masing-masing peran membawa status untuk mencerminkan nilai umum yang diberikan kepadanya oleh masyarakat.

### 3) Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh faktor pribadi diantaranya: usia dan tahap siklus hidup pembeli, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup dan kepribadian dan konsep diri.

- a. Usia dan tahap siklus hidup pembeli, orang mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang hidup seseorang. Selera makanan, pakaian, perabot dan rekreasi sering berhubungan dengan usia.
- b. Pekerjaan, merupakan suatu keadaan yang dapat mempengaruhi seseorang untuk membeli barang dan jasa.
- c. Situasi ekonomi, merupakan situasi dimana situasi ekonomi tersebut dapat mempengaruhi pembelian suatu barang dan jasa.

- d. Gaya hidup, merupakan pola hidup seseorang yang diungkapkan dalam kehidupannya.
- e. Kepribadian dan konsep diri, setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda-beda yang mempengaruhi perilaku pembelian. Kepribadian merupakan karakteristik psikologi unik yang akan menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya.

#### 4) Faktor Psikologi

Pilihan pembelian seseorang juga dipengaruhi oleh 4 faktor psikologi antara lain: motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap.

- a. Motivasi, yaitu seseorang senantiasa memiliki banyak kebutuhan. Salah satunya adalah kebutuhan biologis, timbul dari dorongan tertentu seperti rasa lapar, haus, dan ketidaknyamanan. Kebutuhan menjadi motif ketika kebutuhan itu mencapai tingkat intensitas yang kuat. Motif merupakan kebutuhan dengan tekanan kuat yang mengarahkan seseorang untuk mencari kepuasan.
- b. Persepsi, yaitu orang yang termotivasi siap bereaksi. Persepsi merupakan proses dimana orang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti.

- c. Pembelajaran, yaitu ketika orang bertindak, mereka belajar. Pembelajaran menggambarkan perubahan alam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.
- d. Keyakinan dan sikap, keyakinan merupakan suatu pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Sikap merupakan penggambaran evaluasi, perasaan dan tendensi yang relatif konsisten dari seseorang terhadap sebuah objek atau ide.

### **2.6.3 Jenis Pengambilan Keputusan**

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) jenis-jenis perilaku pembeli bersifat kompleks, mengurangi ketidakcocokan, kebiasaan dan variasi, berikut diantaranya:

#### **1) Perilaku pembelian kompleks**

Perilaku pembelian kompleks merupakan perilaku pembelian konsumen dalam situasi yang ditentukan oleh keterlibatan konsumen yang tinggi dalam pembelian dan perbedaan yang dianggap signifikan antar merek. Pemasar produk yang memerlukan keterlibatan tinggi harus memahami pengumpulan informasi dan perilaku evaluasi yang dilakukan konsumen dengan keterlibatan tinggi. Para pemasar perlu membantu konsumen untuk mempelajari atribut produk dan kepentingan relatif atribut tersebut.

## 2) Perilaku pembelian pengurangan disonansi

Perilaku pembelian pengurangan disonansi merupakan perilaku konsumen dalam situasi yang mempunyai karakter keterlibatan tinggi tetapi hanya sedikit anggapan perbedaan antar merek. Setelah pembelian, konsumen mungkin mengalami disonansi pasca pembelian atau ketidaknyamanan pasca penjualan ketika konsumen mengetahui kerugian tertentu dari merek yang dibeli atau mendengar hal-hal menyenangkan tentang merek yang tidak dibeli. Cara menghadapinya dengan memberikan bukti dan dukungan untuk membantu konsumen merasa nyaman dengan pilihan merek tersebut.

## 3) Perilaku kebiasaan

Perilaku pembelian kebiasaan merupakan perilaku pembelian konsumen dalam situasi yang mempunyai karakter keterlibatan konsumen rendah dan anggapan perbedaan merek sedikit. Konsumen tidak secara ekstensif mencari informasi tentang merek, mengevaluasi karakteristik merek, dan mempertimbangkan keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Konsumen tidak membentuk sikap yang kuat terhadap sebuah merek dan memilih merek karena terbiasa dengan merek tersebut. Proses pembelian melibatkan keyakinan merek yang dibentuk oleh pembelajaran pasif, diikuti oleh perilaku



pembelian, yang mungkin diikuti oleh evaluasi atau mungkin tidak.

#### 4) Perilaku pembelian mencari keragaman

Perilaku mencari keberagaman merupakan perilaku pembelian konsumen yang mempunyai karakter keterlibatan konsumen yang rendah tetapi dengan anggapan perbedaan merek yang signifikan. Konsumen sering melakukan banyak pertukaran merek. Penukaran merek terjadi untuk mencari keragaman dan bukan karena ketidakpuasan.

### **2.6.4 Indikator Pengambilan Keputusan**

Dalam konsep jual-beli posisi bank yaitu sebagai penjual dan sebaliknya posisi nasabah yaitu sebagai pembeli. Dalam melakukan pembelian dari sebelum membeli sampai sesudah pembelian terdapat proses tahapan yang harus dilewati konsumen yakni dalam model lima tahap proses membeli. Model lima tahap proses pengambilan keputusan oleh konsumen menurut Kotler dan Armstrong (2008) yaitu sebagai berikut:

#### 1) Pengenalan Kebutuhan Produk

Proses pembelian dimulai dengan pengenalan kebutuhan, pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan. Kebutuhan dapat dipicu oleh rangsangan internal misalnya seseorang merasa lapar, haus pada tingkat yang cukup tinggi sehingga menjadi dorongan. Kebutuhan juga dapat

dipicu rangsangan eksternal misalnya suatu iklan atau diskusi dengan teman dapat membuat seseorang untuk membeli produk yang diiklankan tersebut.

## 2) Pencarian Informasi Produk

Tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen ingin mencari informasi lebih banyak, konsumen mungkin hanya memperbesar perhatian atau melakukan pencarian informasi secara aktif.

Konsumen yang tertarik mungkin lebih banyak mencari informasi atau mungkin tidak. Jika dorongan konsumen itu kuat dan produk memuaskan konsumen mungkin akan membelinya, jika tidak konsumen bisa menyimpan kebutuhan itu dalam ingatannya atau melakukan pencarian informasi akan hal itu. Informasi tersebut dapat diperoleh dari berbagai sumber yakni sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga, rekan), sumber komersial (iklan, wiraniaga, situs Web, penyalur, kemasan, tampilan), sumber publik (media massa, organisasi pemeringkat konsumen, pencarian internet), dan sumber pengalaman (penanganan, pemeriksaan, pemakaian produk).

## 3) Evaluasi Alternatif Produk

Evaluasi alternatif merupakan bagaimana konsumen memproses informasi untuk sampai pada pilihan merek,

maksudnya tahap proses keputusan pembeli di mana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif dalam sekelompok pilihan. Konsumen tidak menggunakan proses evaluasi yang sederhana dan tunggal dalam semua situasi pembelian.

Pemasar disini harus mempelajari pembeli untuk menemukan bagaimana cara mereka sebenarnya dalam mengevaluasi pilihan merek, sehingga pemasar dapat mengambil langkah untuk mempengaruhi keputusan pembeli.

#### 4) Keputusan Penggunaan Produk

Keputusan membeli tentang merek mana yang dibeli. Keputusan pembelian konsumen yaitu membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama yaitu sikap orang lain dan faktor kedua yaitu faktor situasional yang tidak diharapkan.

#### 5) Perilaku Pasca Penggunaan Produk

Tahap proses keputusan pembeli di mana konsumen mengambil tindakan selanjutnya setelah pembelian, berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan. Jika produk tidak memenuhi ekspektasi konsumen kecewa, jika produk memenuhi ekspektasi konsumen puas, jika produk melebihi ekspektasi konsumen sangat puas.

Kepuasan itu penting guna sebagai kunci membangun hubungan yang menguntungkan dengan konsumen, untuk mempertahankan dan menumbuhkan konsumen serta mengumpulkan nilai seumur hidup pelanggan. Pelanggan yang puas akan membeli produk lagi, menceritakan hal-hal yang menyenangkan kepada orang lain, tidak terlalu memperhatikan merek dan iklan pesaing, dan membeli produk lain, begitupun sebaliknya. Banyak pemasar melangkah jauh hanya untuk memenuhi harapan pelanggan.

## **2.7 Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian ini penulis mengemukakan hasil penelitian yang dianggap relevan dengan penelitian yang akan penulis lakukan diantaranya:

Penelitian yang dilakukan oleh Dari (2020), yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan dan Sosialisasi tentang Perbankan Syariah terhadap Keputusan Masyarakat dalam Penggunaan Produk Penghimpun Dana (Pada Bank Aceh Cabang Tapaktuan)”. Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa Pengetahuan ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat ( $Y$ ) dalam penggunaan produk Penghimpun Dana di Bank Aceh Syariah Cabang Tapaktuan hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai  $t$ -hitung  $>$   $t$ -tabel ( $8,292 > 0,1698$ ). Sosialisasi ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat ( $Y$ ) dalam penggunaan produk Penghimpun Dana di PT. Bank Aceh Syariah

Cabang Tapaktuan. Hal ini dibuktikan dengan  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  ( $3,516 > 0,1698$ ). Pengetahuan ( $X_1$ ) dan sosialisasi ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat ( $Y$ ) dalam penggunaan produk Penghimpun Dana di Bank Aceh Syariah Cabang Tapaktuan secara simultan hal ini dapat dibuktikan bahwa  $f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$  ( $102,997 > 2,36$ ).

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Ramadani (2018) yang berjudul “Analisis Pengaruh Pengetahuan, Sikap dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Bank BRI Syariah KCP Magelang)”. Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa Terdapat pengaruh positif dan signifikan pengetahuan ( $X_1$ ) terhadap keputusan nasabah ( $Y$ ) BRIS KCP Magelang dengan kontribusi 56,7%, nilai  $t\text{-hitung}$  sebesar 11,221 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Terdapat pengaruh positif dan signifikan sikap ( $X_2$ ) terhadap keputusan nasabah ( $Y$ ) BRI Syariah KCP Magelang dengan kontribusi 29,5%, nilai  $t\text{-hitung}$  sebesar 5,818 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Terdapat pengaruh positif dan signifikan lingkungan sosial ( $X_3$ ) terhadap keputusan nasabah ( $Y$ ) BRI Syariah KCP Magelang dengan kontribusi 20,9%, nilai  $t\text{-hitung}$  sebesar 4,322 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Pengetahuan ( $X_1$ ), sikap ( $X_2$ ) dan lingkungan sosial ( $X_3$ ) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah ( $Y$ ), hal ini dapat dibuktikan bahwa  $f\text{-hitung}$  sebesar 350,947 dan nilai signifikansi sebesar 0.000.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Riza, dkk (2021) yang berjudul “Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kepribadian, dan Reputasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Banda Aceh”. Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa Terdapat pengaruh antara pengetahuan ( $X_1$ ) terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah di Banda Aceh (Y) dengan nilai t-hitung  $>$  t-tabel ( $2,326 > 1,984$ ) dan tingkat signifikansi ( $0,022 < 0,05$ ). Terdapat pengaruh antara kepribadian ( $X_2$ ) terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah di Banda Aceh (Y) dengan nilai t-hitung  $>$  t-tabel ( $2,745 > 1,984$ ) dan tingkat signifikansi ( $0,007 < 0,05$ ). Terdapat pengaruh antara reputasi ( $X_3$ ) terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah di Banda Aceh (Y) dengan nilai t-hitung  $>$  t-tabel ( $3,367 > 1,984$ ) dan tingkat signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ). Terdapat pengaruh simultan (bersama-sama) antara pengetahuan, kepribadian dan reputasi terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah di Banda Aceh (Y) dengan nilai f-hitung  $>$  f-tabel yaitu ( $55,450 > 3,090$ ) dengan tingkat signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ).

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Murabahah Pada Bank BRI Syariah KCP Ngawi”. Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah (Y) dengan nilai t-hitung  $>$  t-tabel ( $12,657$

$> 1,987$ ) dan  $p\text{-value} < \alpha$  ( $0,000 < 0,05$ ). Terdapat pengaruh antara kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah ( $Y$ ) dengan nilai  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  ( $9,264 > 1,987$ ) dan  $p\text{-value} < \alpha$  ( $0,000 < 0,05$ ). Terdapat pengaruh simultan (bersama-sama) antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah ( $Y$ ) dengan nilai  $f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$  yaitu ( $105,314 > 3,100$ ) dengan tingkat signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ).

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Aisyah (2019) yang berjudul “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Mahasiswa Ekonomi Syariah Dan Perbankan Syariah Wilayah Kabupaten Bantul Yogyakarta)”. Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa Literasi Keuangan Syariah ( $X$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan produk perbankan syariah ( $Y$ ). Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil pengujian secara persial dengan diketahui nilai  $t\text{-hitung}$  sebesar 19.681 dengan nilai koefisien signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan ( $\alpha= 0.05$ ). Literasi Keuangan Syariah ( $X$ ) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk perbankan syariah ( $Y$ ) secara simultan hal ini dapat dibuktikan bahwa  $f\text{-hitung}$  sebesar 387,345 dan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Mutia (2020) yang berjudul “Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah

Masyarakat Perkebunan Terhadap Penggunaan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Bhakti, Kecamatan Bagan Sinembah)”. Hasil penelitian ini disimpulkan bahwa Literasi Keuangan Syariah (X) berpengaruh signifikan terhadap penggunaan produk bank syariah (Y) dengan ditunjukkan nilai t-hitung > t-tabel ( $11,688 > 1,662$ ) dan nilai signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ). Literasi Keuangan Syariah (X) berpengaruh signifikan terhadap penggunaan produk bank syariah (Y) secara simultan hal ini dapat dibuktikan bahwa f-hitung sebesar 136,612 dan nilai signifikansi sebesar 0,000.

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti (Tahun) dan Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Dari (2020), Pengaruh Pengetahuan dan Sosialisasi tentang Perbankan Syariah terhadap Keputusan Masyarakat dalam Penggunaan Produk Penghimpun Dana (Pada Bank Aceh Syariah Cabang Tapaktuan).	Pengetahuan ( $X_1$ ) dan Sosialisasi ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat penggunaan produk Penghimpun Dana. Dibuktikan dengan pengetahuan ( $X_1$ ) perolehan nilai t-hitung > t-tabel ( $8,292 > 0,1698$ ), dan Sosialisasi ( $X_2$ ) dengan nilai t-hitung > t-tabel ( $3,516 > 0,1698$ ). Pengetahuan ( $X_1$ ) dan sosialisasi ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat (Y) dalam penggunaan produk Penghimpun Dana secara simultan hal ini dapat dibuktikan bahwa f-hitung	Variabel $X_1$ : Pengetahuan Variabel Y : Keputusan Jenis Penelitian : Kuantitatif Jenis Data Penelitian : Data Primer Sampel Penelitian : Menggunakan Rumus Slovin	Variabel Penulis $X_2$ : Kualitas layanan Variabel Penulis $X_3$ : Literasi perbankan syariah Lokasi Penulis : Aceh Besar



**Tabel 2.2 Lanjutan**

No	Peneliti (Tahun) dan Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		> f-tabel (102,997 > 2,36).		
2	<p>Ramadani (2018), Analisis Pengaruh Pengetahuan, Sikap Dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Bank BRI Syariah KCP Magelang).</p>	<p>Terdapat pengaruh positif dan signifikan pengetahuan (X<sub>1</sub>), sikap (X<sub>2</sub>), dan lingkungan sosial (X<sub>3</sub>) terhadap keputusan nasabah (Y) BRIS KCP Magelang. Dengan pengetahuan (X<sub>1</sub>) perolehan nilai t-hitung 11,221 dan nilai signifikansi 0,000, sikap (X<sub>2</sub>) dengan nilai t-hitung 5,818 dan nilai signifikansi 0,000, dan lingkungan sosial (X<sub>3</sub>) dengan nilai t-hitung 4,322 dan nilai signifikansi 0,000. Pengetahuan (X<sub>1</sub>), sikap (X<sub>2</sub>) dan lingkungan sosial (X<sub>3</sub>) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y), hal ini dapat dibuktikan bahwa f-hitung 350,947 dan nilai signifikansi 0.000.</p>	<p>Variabel X<sub>1</sub>: Pengetahuan</p> <p>Variabel Y: Keputusan</p> <p>Jenis Penelitian: Kuantitatif</p>	<p>Variabel Penulis X<sub>2</sub>: Kualitas layanan</p> <p>Variabel Penulis X<sub>3</sub>: Literasi perbankan syariah</p> <p>Lokasi Penelitian sebelumnya: Magelang /Jawa Tengah</p> <p>Sedangkan Penulis: Aceh Besar.</p> <p>Sampel Penelitian sebelumnya: Menggunakan Rumus Unknown Population</p> <p>Sedangkan Penulis: Menggunakan Rumus Slovin</p>

**Tabel 2.2 Lanjutan**

No	Peneliti (Tahun) dan Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
3	Riza, dkk (2021), Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kepribadian, dan Reputasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Banda Aceh.	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan ( $X_1$ ), kepribadian ( $X_2$ ), dan reputasi ( $X_3$ ) terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah di Banda Aceh (Y). Dengan pengetahuan ( $X_1$ ) perolehan nilai t-hitung $>$ t-tabel ( $2,326 > 1,984$ ) dan tingkat signifikansi ( $0,022 < 0,05$ ), kepribadian ( $X_2$ ) dengan nilai t-hitung $>$ t-tabel ( $2,745 > 1,984$ ) dan tingkat signifikansi ( $0,007 < 0,05$ ), dan reputasi ( $X_3$ ) dengan nilai t-hitung $>$ t-tabel ( $3,367 > 1,984$ ) dan tingkat signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ). Terdapat pengaruh simultan (bersama-sama) antara pengetahuan, kepribadian dan reputasi terhadap keputusan nasabah memilih bank syariah di Banda Aceh (Y) dengan nilai f-hitung $>$ f-tabel yaitu ( $55,450 > 3,090$ ) dengan tingkat signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ).	Variabel $X_1$ : Pengetahuan Variabel Y: Keputusan Jenis Penelitian: Kuantitatif Sampel Penelitian: Menggunakan Rumus Slovin	Variabel Penulis $X_2$ : Kualitas layanan Variabel Penulis $X_3$ : Literasi perbankan syariah Lokasi Penelitian sebelumnya: Banda Aceh Sedangkan Penulis: Aceh Besar.
4	Kurniawati (2019), Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Murabahah Pada Bank BRI Syariah KCP Ngawi.	Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah (Y). Dengan kualitas pelayanan ( $X_1$ ) perolehan nilai t-hitung $>$ t-tabel ( $12,657 > 1,987$ ) dan p-value $<$ $\alpha$ ( $0,000 < 0,05$ ), dan kualitas produk ( $X_2$ ) nilai t-hitung $>$ t-tabel ( $9,264 > 1,987$ ) dan p-value $<$ $\alpha$ ( $0,000 < 0,05$ ). Terdapat pengaruh simultan	Variabel Y: Keputusan Jenis Penelitian: Kuantitatif Jenis Data Penelitian: Data Primer Sampel Penelitian: Menggunakan Rumus Slovin	Variabel Independen Penulis: Pengetahuan, Kualitas layanan, dan Literasi perbankan syariah Lokasi Penelitian sebelumnya: Ngawi / Jawa Timur Sedangkan

**Tabel 2.2 Lanjutan**

No	Peneliti (Tahun) dan Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		(bersama-sama) antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah (Y) dengan nilai f-hitung $>$ f-tabel yaitu ( $105,314 > 3,100$ ) dengan signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ).		Penulis: Aceh Besar
5	Aisyah (2019), Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Mahasiswa Ekonomi Syariah Dan Perbankan Syariah Wilayah Kabupaten Bantul Yogyakarta).	Literasi Keuangan Syariah (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan produk perbankan syariah (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil pengujian secara persial dengan diketahui nilai t-hitung 19.681 dengan nilai koefisien signifikansi sebesar 0.000. Literasi Keuangan Syariah (X) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan produk perbankan syariah (Y) secara simultan hal ini dapat dibuktikan bahwa f-hitung 387,345 dan nilai signifikansi sebesar 0,000.	Variabel Y: Keputusan  Jenis Penelitian: Kuantitatif  Jenis Data Penelitian: Data Primer	Variabel Independen Penulis: Pengetahuan, Kualitas layanan, dan Literasi perbankan syariah  Lokasi Penulis: Aceh Besar  Sampel Penelitian Sebelumnya : Menggunakan Rumus Purba  Sedangkan Penulis: Menggunakan Rumus Slovin
6	Mutia (2020), Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Masyarakat Perkebunan Terhadap	Literasi Keuangan Syariah (X) berpengaruh signifikan terhadap penggunaan produk bank syariah (Y) dengan ditunjukkan nilai t-hitung $>$ t-tabel ( $11,688 > 1,662$ ) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ . Literasi Keuangan	Variabel Y: Penggunaan Produk  Jenis Penelitian: Kuantitatif	Variabel Independen Penulis: Pengetahuan, Kualitas layanan, dan Literasi

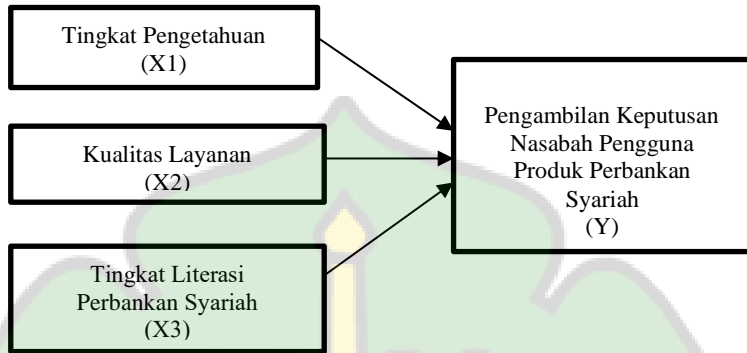
**Tabel 2.2 Lanjutan**

No	Peneliti (Tahun) dan Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Penggunaan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Di Kepenghuluan Bagan Bhakti, Kecamatan Bagan Sinembah).	Syariah (X) berpengaruh signifikan terhadap penggunaan produk bank syariah (Y) secara simultan hal ini dapat dibuktikan bahwa $f$ -hitung 136,612 dan nilai signifikansi 0,000.	Jenis Data Penelitian: Data Primer  Sampel Penelitian: Menggunakan Rumus Slovin	perbankan syariah  Lokasi Penulis: Aceh Besar

## 2.8 Kerangka Pemikiran

Menurut Kristanto (2018) kerangka berpikir merupakan sintesa dari berbagai teori dan hasil penelitian yang relevan menunjukkan lingkup satu variabel atau lebih yang diteliti, perbandingan nilai satu variabel atau lebih pada sampel atau waktu yang berbeda, hubungan dua variabel atau lebih, perbandingan pengaruh antar variabel pada sampel yang berbeda dan bentuk hubungan struktural. Dari penjelasan di atas menunjukkan bahwa terdapat tiga variabel bebas, yaitu tingkat pengetahuan, kualitas layanan, tingkat literasi perbankan syariah, dan variabel terikat yaitu, Pengambilan Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah. Penelitian ini secara sistematis dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Skema Kerangka Pemikiran**



Kerangka pemikiran di atas menjelaskan bahwa secara parsial tingkat pengetahuan mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan produk perbankan syariah, secara parsial kualitas layanan mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan produk perbankan syariah, secara parsial tingkat literasi perbankan syariah mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan produk perbankan syariah, dan secara simultan tingkat pengetahuan, kualitas layanan dan tingkat literasi perbankan syariah mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan produk perbankan syariah.

## **2.9 Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan dugaan atau jawaban sementara dimana jawaban tersebut diperoleh dari teori yang kemudian akan diteliti kebenarannya melalui penelitian dengan melakukan analisis dan

pengumpulan data. Berdasarkan kajian teori yang sudah ada, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran yang telah digambarkan pada poin sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh tingkat pengetahuan terhadap pengambilan keputusan masyarakat menggunakan produk Perbankan Syariah di Kabupaten Aceh Besar.
- H<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan masyarakat menggunakan produk Perbankan Syariah di Kabupaten Aceh Besar.
- H<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh tingkat literasi perbankan syariah terhadap pengambilan keputusan masyarakat menggunakan produk Perbankan Syariah di Kabupaten Aceh Besar.
- H<sub>4</sub>: Terdapat pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas pelayanan, dan tingkat literasi perbankan syariah secara bersama-sama terhadap pengambilan keputusan masyarakat menggunakan produk Perbankan Syariah di Kabupaten Aceh Besar.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini membahas tentang pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan tingkat literasi perbankan syariah terhadap pengambilan keputusan masyarakat menggunakan produk Perbankan Syariah sehingga dalam penelitian ini diperlukan pendekatan kuantitatif. Menurut Indrawan dan Yaniawati (2014) penelitian kuantitatif merupakan satu bentuk penelitian ilmiah yang mengkaji suatu permasalahan dari satu fenomena, serta melihat kemungkinan kaitan atau hubungan-hubungannya antar variabel dalam permasalahan yang ditetapkan. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif deskriptif, karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara variabel independen dan variabel dependen (Sugiyono, 2015).

#### **3.2 Jenis Data Penelitian**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer ialah suatu data yang didapat langsung dari subjek penelitian dengan adanya alat pengambilan atau pengukuran data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Data diperoleh dari responden melalui kuesioner yang akan dibagikan pada populasi penelitian yaitu masyarakat di Kabupaten Aceh Besar yang menggunakan produk perbankan syariah.

### **3.3 Lokasi Penelitian**

Lokasi Penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Adapun penelitian ini dilaksanakan di Aceh Besar melalui kuesioner yang disebarakan kepada masyarakat di Kabupaten Aceh Besar.

### **3.4 Populasi dan Sampel Penelitian**

Menurut KBBI Populasi merupakan seluruh jumlah orang atau pribadi yang mempunyai ciri-ciri yang sama, jumlah penghuni baik manusia maupun makhluk hidup lainnya pada satu satuan ruang tertentu, sekelompok orang, benda, atau hal yang menjadi sumber pengambilan sampel atau suatu kumpulan yang memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian (Roflin, 2021).

Menurut Sugiyono (2014:115), Populasi merupakan wilayah generasasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi target penelitian adalah masyarakat Kabupaten Aceh Besar yang menggunakan produk perbankan syariah.

Sampel merupakan sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi, atau dapat diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian. Sampel yang diambil adalah masyarakat yang menggunakan



produk perbankan syariah di Kabupaten Aceh Besar. Teknik yang digunakan adalah nonprobability sampling menggunakan metode *random sampling* yaitu, teknik pengambilan sampel dan dengan metode acak (Sugiyono, 2014:144). Pertimbangan dalam penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Aceh Besar yang menggunakan produk perbankan syariah. Kriteria-kriteria tertentu yang akan dijadikan sampel penelitian disini diantaranya, jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Berdasarkan sensus penduduk Badan Pusat Statistik Aceh Besar tahun 2020 jumlah penduduk adalah 405.535 jiwa. Maka dapat dikatakan bahwa jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu 405.535 orang (BPS, 2020). Untuk menentukan jumlah sampel dapat menggunakan Rumus *Slovin* sebagai berikut :

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

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel

$N$  = Jumlah Populasi

$e$  = Tingkat kesalahan sebesar 0,1 atau 10 %

Maka :

$$n = \frac{405,535}{1+405,535(0,1)^2}$$

$$n = 99,97 = 100$$

Hasil perhitungan sampel yang didapat dari rumus *Slovin* tersebut dengan besar populasi 405.535 orang adalah sebesar 99,97 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2013). Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan daftar pertanyaan atau pernyataan yang dikirimkan kepada responden, baik secara langsung atau tidak langsung (Usman & Akbar, 2009).

Kuesioner akan diberikan kepada sampel masyarakat di Kabupaten Aceh Besar yang sudah menggunakan produk perbankan syariah. Kuesioner terdapat 2 metode yaitu: online dan offline, online dilakukan dengan cara menyebarkan link kuesioner yang sudah dibuat menggunakan *google form*, sedangkan *offline* dengan cara menyebarkan secara langsung kuesioner hard copy koresponden.

### **3.6 Skala Pengukuran**

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan tolak ukur untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada pada alat ukur tersebut bila digunakan dalam

pengukuran akan menghasilkan data (Ramli, 2011). Berdasarkan pengertian tersebut, maka skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert.

Menurut Sugiyono (2012), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal sosial. Dalam menjawab skala likert ini, responden hanya memberi tanda, misalnya checklist atau tanda silang pada jawaban yang dipilih sesuai pernyataan. Kuesioner yang telah diisi responden perlu dilakukan penskoran. Skala pengukuran dalam penelitian dapat disajikan dalam Tabel 3.1.

**Tabel 3.1**  
**Pengukuran Skala Likert**

<b>Keterangan</b>	<b>Bobot</b>
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2012)

### **3.7 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian merupakan objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009: 38).

### **3.7.1 Variabel Independen (X)**

Variabel independen merupakan variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan dan timbulnya variabel dependen yang sering disebut variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel independen yaitu tingkat pengetahuan ( $X_1$ ), kualitas layanan ( $X_2$ ), tingkat literasi perbankan syariah ( $X_3$ ).

### **3.7.2 Variabel Dependen (Y)**

Variabel dependen merupakan variabel terikat. Variabel ini merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen yaitu pengambilan keputusan (Y).

### **3.8 Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional merupakan sebuah petunjuk yang menjelaskan kepada penulis mengenai bagaimana mengukur sebuah variabel secara konkret (Siregar, 2013). Dengan adanya definisi operasional penulis dapat lebih mudah menentukan metode untuk mengukur serta menentukan indikator dan dapat membantu untuk menentukan langkah-langkah yang tepat digunakan untuk mengukur sebuah variabel.

**Tabel 3.2**  
**Operasionalisasi Variabel**

No	Variabel	Konsep	Indikator
1	Pengetahuan (X <sub>1</sub> )	Informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait dengan produk dan jasa tersebut serta informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen. (Sunyoto, 2015)	1) Pengetahuan Produk. 2) Pengetahuan Penggunaan Produk 3) Pengetahuan Manfaat Produk (Engel, dkk 1995)
2	Kualitas Layanan (X <sub>2</sub> )	Penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh dan besarnya antara perbedaan harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi konsumen. (Zeithmal dalam lestari, 2013:26)	1) Keandalan (Reliability) 2) Daya Tangkap (Responsiveness) 3) Jaminan (Assurance) 4) Empati (Empathy) 5) Bukti Langsung (Tangibles) (Zeithmal, dkk 1990)
3	Literasi Perbankan Syariah (X <sub>3</sub> )	Sebagai pengetahuan dan pemahaman atas konsep dan resiko keuangan, keterampilan, motivasi serta keyakinan untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman yang dimilikinya tersebut dalam rangka membuat keputusan keuangan yang efektif, meningkatkan kesejahteraan keuangan individu, masyarakat, dan berpartisipasi dalam bidang ekonomi. (OECD, 2016)	1) Pengetahuan Umum Perbankan Syariah 2) Pengetahuan Tentang Bagi Hasil 3) Keyakinan Kesyariahan Bank Syariah (Kusumadewi, dkk 2019)

**Tabel 3.2 Lanjutan**

No	Variabel	Konsep	Indikator
4	Pengambilan Keputusan memilih produk (Y)	Suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu yang secara langsung akan terlibat mendapatkan dan menggunakan barang yang ditawarkan. Keputusan dapat didefinisikan sebagai tindakan terhadap pelaksanaan yang sangat menyimpang dari rencana semula. Pada dasarnya keputusan yang baik dapat membuat suatu perencanaan menjadi baik pula. (Nopitasari, 2017)	1) Pengenalan Kebutuhan Produk 2) Pencarian Informasi Produk 3) Evaluasi Alternatif Produk 4) Keputusan Penggunaan Produk 5) Perilaku Pasca Penggunaan Produk  (Kotler dan Armstrong, 2008)

### 3.9 Metode Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengurutkan dan mengorganisasikan data ke dalam pola, kategori dan suatu uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan hipotesis kerja seperti yang didasarkan oleh data (Saebani, 2017).

#### 3.9.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2012) dalam Mabyakto (2017) uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validasi tersebut menggunakan SPSS. Untuk menguji validitas dengan perbandingan r-hitung dan r-tabel, instrumen dikatakan valid jika  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$  dan jika  $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$  maka instrumen tersebut tidak valid.

### **3.9.2 Uji Reliabilitas**

Menurut Ghozali (2013: 47) reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan cara One Shot atau pengukuran sekali saja disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha  $> 0,60$ .

### **3.10 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui penyimpangan yang terjadi pada data yang digunakan untuk penelitian. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Dalam hal ini penulis menggunakan SPSS untuk pengolahan data.

#### **3.10.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas merupakan untuk mengetahui apakah data penelitian yang diperoleh berdistribusi normal atau mendekati normal, karena data yang baik adalah data yang menyerupai distribusi normal, uji distribusi normal merupakan syarat untuk semua uji statistik. Pengujian normalitas data menggunakan Test of

Normality Kolmogorov-Smirnov dalam program SPSS. Menurut Singgih Santoso (2012:293) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymptotic Significance), apabila nilai probabilitas  $> 0,1$  maka data dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, Jika probabilitas  $< 0,1$  maka data dinyatakan berdistribusi tidak normal. Dan melihat kurva normal P-Plot, suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal, dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.

### **3.10.2 Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independent variable). Model regresi yang baik itu seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (variabel bebas). Jika variabel-variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen sama dengan nol. Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai VIF masing-masing variabel independen, Jika nilai VIF  $< 10$  maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Jika nilai VIF  $> 10$  maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi. (Ghozali, 2011).



### 3.10.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dilakukan dengan uji Glejser untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terdapat persamaan atau perbedaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dengan ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot. Jika ada pola tertentu maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Tetapi jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali : 2009).

### 3.11 Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, kualitas layanan dan literasi perbankan syariah terhadap pengambilan keputusan masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah di kabupaten Aceh Besar, digunakan analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk mengestimasi nilai suatu variabel kriterium atau dependen (Y) dari nilai beberapa variabel prediktor atau independen ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ) adapun persamaannya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Masyarakat Muslim

$\alpha$  : Nilai Konstanta

b : Koefisien Regresi Variabel X

X<sub>1</sub> : Tingkat Pengetahuan

X<sub>2</sub> : Kualitas Layanan

X<sub>3</sub> : Tingkat Literasi Perbankan Syariah

e : error

### 3.12 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat). Hipotesis dikategorikan menjadi dua yaitu :

- 1) Hipotesis nol ( $H_0$ ) yaitu hipotesis yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya.
- 2) Hipotesis alternatif ( $H_a$ ) yaitu hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya.

#### 3.12.1 Uji Korelasi Parsial

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Untuk menguji koefisien garisnya dapat dilihat nilai t-hitung dan nilai signifikansinya pada taraf 0,1 (10%). Apabila t-

hitung  $>$  t-tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Apabila t-hitung  $<$  t-tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jika nilai sig.  $<$  0,1 maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, sebaliknya jika sig.  $>$  0,1 maka dapat disimpulkan variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

### **3.12.2 Uji Simultan (Uji F)**

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila f-hitung  $>$  f-tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Apabila f-hitung  $<$  f-tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jika nilai sig.  $<$  0,1 maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, sebaliknya jika sig.  $>$  0,1 maka dapat disimpulkan variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

### **3.12.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya untuk mengetahui besarnya persentase kontribusi pengetahuan, kualitas layanan dan literasi keuangan syariah terhadap pengambilan keputusan masyarakat dalam menggunakan produk perbankan syariah di kabupaten Aceh Besar. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Apabila nilai 1, garis regresi dapat menjelaskan 100% varian pada variabel Y. Sebaliknya apabila bernilai 0, model regresi tersebut tidak dapat menjelaskan variansi sedikitpun pada variabel Y.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Kabupaten Aceh Besar**

Kabupaten Aceh Besar adalah salah satu kabupaten di Provinsi Aceh, Indonesia. Sebelum dimekarkan pada akhir tahun 1970-an, ibu kota Kabupaten Aceh Besar adalah Kota Banda Aceh. Setelah Kota Banda Aceh berpisah menjadi kotamadya tersendiri, ibu kota kabupaten dipindahkan ke Jantho di Pegunungan Seulawah. Kabupaten Aceh Besar juga merupakan tempat kelahiran pahlawan nasional Cut Nyak Dhien yang berasal dari Lampadang. Pada waktu Aceh masih sebagai sebuah kerajaan, yang dimaksud dengan Aceh atau Kerajaan Aceh adalah wilayah yang sekarang dikenal dengan nama Kabupaten Aceh Besar ditambah dengan beberapa kenegerian atau daerah yang telah menjadi bagian dari Kabupaten Pidie. Selain itu, juga termasuk Pulau Weh (sekarang telah menjadi pemerintah kota Sabang), sebagian wilayah pemerintah kota Banda Aceh, dan beberapa kenegerian atau daerah dari wilayah Kabupaten Aceh Barat. Aceh Besar dalam istilah Aceh disebut Aceh Rayeuk (Madjid, 2013).

Sebelum dikeluarkannya Undang-Undang Darurat Nomor 7 Tahun 1956, Kabupaten Aceh Besar merupakan daerah yang terdiri dari tiga kawedanan, yaitu Kawedanan Seulimum, Kawedanan Lhoknga dan Kawedanan Sabang. Akhirnya dengan perjuangan yang panjang Kabupaten Aceh besar disahkan menjadi daerah

otonom melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1956 dengan ibu kotanya pada waktu itu adalah Banda Aceh dan juga merupakan wilayah hukum Kotamadya Banda Aceh. Sehubungan dengan tuntutan dan perkembangan daerah yang semakin maju dan berwawasan luas, Kota Banda Aceh sebagai ibu kota dianggap kurang efisien lagi, baik untuk masa kini maupun untuk masa yang akan datang. Usaha pemindahan ibu kota tersebut dari Kota Banda Aceh mulai dirintis sejak tahun 1969, lokasi awalnya dipilih Kecamatan Indrapuri yang jaraknya 25 km dari Kota Banda Aceh. Usaha pemindahan tersebut belum berhasil dan belum dapat dilaksanakan sebagaimana diharapkan (Ibrahim, 2008).

Kemudian pada tahun 1976 usaha perintisan pemindahan ibu kota untuk kedua kalinya mulai dilaksanakan lagi dengan memilih lokasi yang lain yaitu di Kecamatan Seulimeum tepatnya di kemukiman Janthoi yang jaraknya sekitar 52 km dari Kota Banda Aceh. Akhirnya usaha yang terakhir ini berhasil dengan ditandai dengan keluarnya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 1976 tentang Pemindahan Ibukota Kabupaten Daerah Tingkat II Aceh Besar dari wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Banda Aceh ke kemukiman Janthoi di Kecamatan Seulimeum, Wilayah Kabupaten Daerah Tingkat II Aceh Besar, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh tim Departemen Dalam Negeri Republik Indonesia dan Pemerintah Daerah yang bekerjasama dengan Konsultan PT. Markam Jaya yang ditinjau dari segala aspek dapat disimpulkan bahwa yang dianggap memenuhi syarat sebagai

ibukota Kabupaten Daerah Tingkat II Aceh Besar adalah Kemukiman Janthoi dengan nama Kota Jantho. Setelah ditetapkan Kota Jantho sebagai ibukota Kabupaten Daerah Tingkat II Aceh Besar yang baru, maka secara bertahap pemindahan ibukota terus dimulai, dan akhirnya secara serentak seluruh aktivitas perkantoran resmi dipindahkan dari Banda Aceh ke Kota Jantho pada tanggal 29 Agustus 1983, dan peresmiannya dilakukan oleh Bapak Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia pada masa itu, yaitu Bapak Soepardjo Rustam pada tanggal 3 Mei 1984. Kabupaten Aceh Besar memiliki 23 kecamatan (Madjid, 2013).

#### **4.1.2 Batas-Batas Kecamatan**

Adapun batas-batas kecamatannya adalah sebagai berikut:

Sebelah Utara : Selat Malaka, Kecamatan Pulo Aceh

Sebelah Selatan : Kecamatan Lhoknga

Sebelah Barat : Samudera Indonesia

Sebelah Timur : Kota Banda Aceh dan Kecamatan Darul

Imarah

#### **4.1.3 Visi dan Misi Kabupaten Aceh Besar**

Adapun visi dan misi kabupaten Aceh Besar adalah sebagai berikut:

##### **A. Visi**

Terwujudnya Aceh Besar yang maju, sejahtera dan bermartabat dalam syariah Islam.

## B. Misi

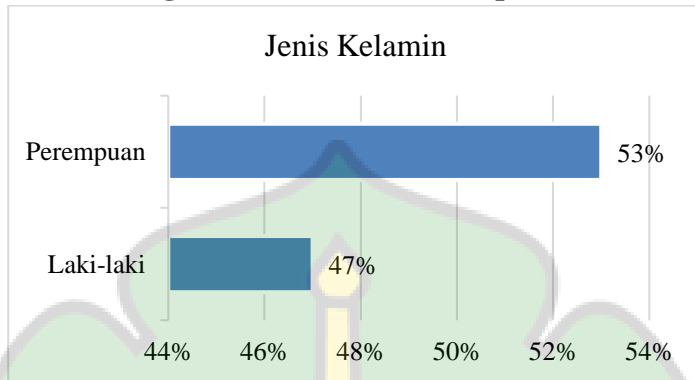
- 1) Meningkatkan pelaksanaan syariat Islam.
- 2) Meningkatkan sumber daya manusia dibidang pendidikan, bidang kesehatan dan bidang pemberdayaan komunitas.
- 3) Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik (good govermance) dan bersih (clean govermance).
- 4) Meningkatkan kualitas dan kuantitas infrastruktur disegala bidang.
- 5) Meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat yang berbasis mukim dan gampong.
- 6) Meningkatkan percepatan laju pembangunan masyarakat pesisir, terisolir dan tertinggal.

## **4.2 Karakteristik Responden Penelitian**

### **4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Dalam penelitian ini responden yang diambil adalah masyarakat di Kabupaten Aceh Besar. Adapun responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

**Gambar 4.1**  
**Diagram Jenis Kelamin Responden**



Sumber: Data Primer Diolah (2022)

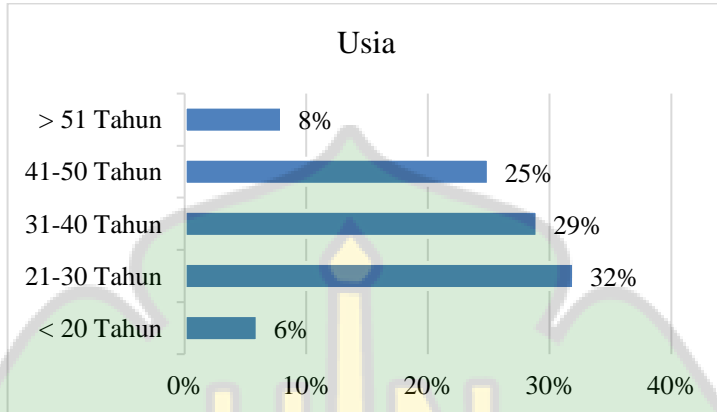
Berdasarkan gambar 4.1 terlihat bahwa hanya beda beberapa persentase saja antara laki-laki dengan perempuan. Responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 47% sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan adalah 53%.

#### **4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan umur responden berdasarkan 5 kategori yaitu < 20 tahun, 21-30 tahun, 31-40 tahun, 41-50 tahun dan > 50 tahun ke atas. Adapun responden berdasarkan usia dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



**Gambar 4.2**  
**Diagram Usia Responden**



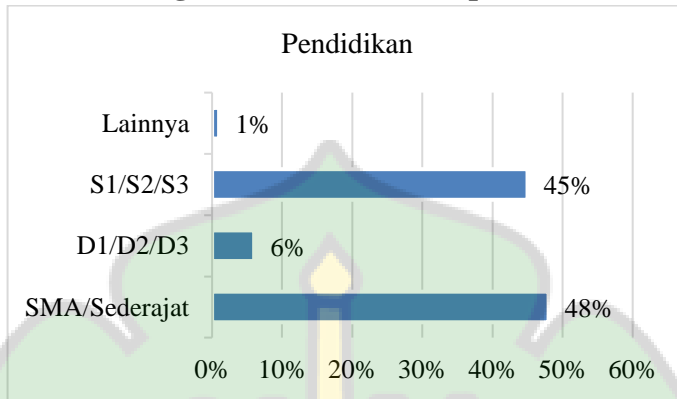
Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan usia responden pada diagram di atas, dapat dilihat bahwa responden yang mendominasi adalah responden yang berumur 21-30 tahun yaitu sebanyak 32%. Sedangkan yang paling sedikit adalah yang berumur 20 tahun ke bawah yaitu hanya 6%.

#### **4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat berdasarkan pendidikan responden yang meliputi: SMA/Sederajat, D1/D2/D3, S1/S2/S3 dan lainnya. Adapun responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

**Gambar 4.3**  
**Diagram Pendidikan Responden**



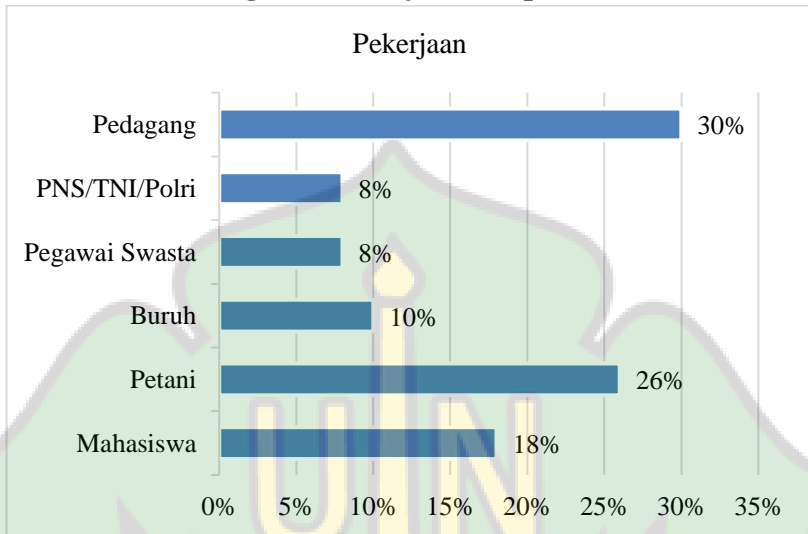
Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan pendidikan responden pada diagram di atas, dapat dilihat bahwa responden yang mendominasi adalah responden yang berpendidikan SMA/Sederajat yaitu sebanyak 48%. Sedangkan yang paling sedikit adalah yang berpendidikan Lainnya yaitu sebanyak 1%.

#### **4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Dalam penelitian ini, peneliti ingin melihat berdasarkan pekerjaan responden yang meliputi: Mahasiswa, Petani, Buruh, Pegawai Swasta, PNS/TNI/POLRI dan Lainnya. Adapun responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

**Gambar 4.4**  
**Diagram Pekerjaan Responden**



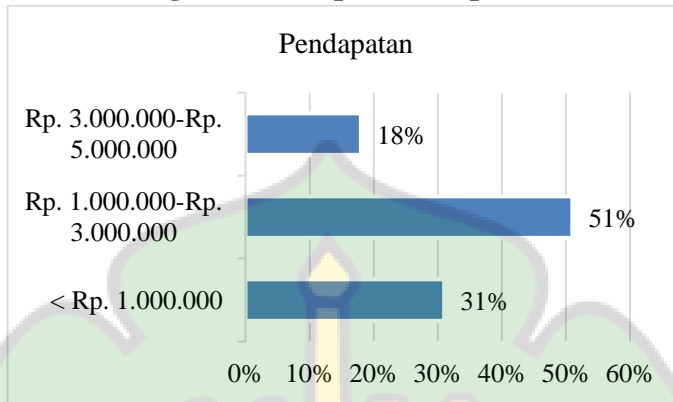
Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan pekerjaan responden pada diagram di atas, dapat dilihat bahwa responden yang mendominasi adalah responden yang pekerjaannya Pedagang yaitu sebanyak 30%. Sedangkan yang paling sedikit adalah yang pekerjaannya Pegawai Swasta dan PNS/TNI/POLRI yaitu hanya 8%.

#### **4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

Dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkan pendapatan responden berdasarkan 3 kategori yaitu < Rp. 1.000.000, Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000, dan Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000. Adapun responden berdasarkan pendapatan dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:

**Gambar 4.5**  
**Diagram Pendapatan Responden**



Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan pendapatan responden pada diagram di atas, dapat dilihat bahwa responden yang mendominasi adalah responden Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000 yaitu sebanyak 51%. Sedangkan yang paling sedikit adalah yang Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000 yaitu hanya 18%.

### **4.3 Analisis Data Hasil Penelitian**

#### **4.3.1 Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan antara r-hitung (pearson correlation) dengan r-tabel. Pernyataan atau instrumen dalam kuesioner baru dikatakan valid jika r-hitung > r-tabel. Hasil uji validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pengetahuan (X1)	X1.1	0,809	0,196	Valid
	X1.2	0,677		Valid
	X1.3	0,811		Valid
	X1.4	0,725		Valid
	X1.5	0,778		Valid
	X1.6	0,754		Valid
Kualitas Layanan (X2)	X2.1	0,731	0,196	Valid
	X2.2	0,797		Valid
	X2.3	0,766		Valid
	X2.4	0,847		Valid
	X2.5	0,724		Valid
	X2.6	0,758		Valid
	X2.7	0,764		Valid
	X2.8	0,744		Valid
	X2.9	0,729		Valid
	X2.10	0,707		Valid
Literasi Perbankan Syariah (X3)	X3.1	0,720	0,196	Valid
	X3.2	0,742		Valid
	X3.3	0,779		Valid
	X3.4	0,748		Valid
	X3.5	0,786		Valid
	X3.6	0,689		Valid
Pengambilan Keputusan memilih produk (Y)	Y1.1	0,690	0,196	Valid
	Y1.2	0,773		Valid
	Y1.3	0,616		Valid
	Y1.4	0,727		Valid
	Y1.5	0,790		Valid
	Y1.6	0,721		Valid
	Y1.7	0,693		Valid
	Y1.8	0,741		Valid
	Y1.9	0,660		Valid
	Y1.10	0,713		Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa setiap pernyataan dalam instrumen dan semua variabel nilai yang didapatkan dinyatakan valid. Hal ini dapat diketahui dengan membandingkan setiap nilai r-hitung (pearson correlation) dengan r-tabel, dan hasilnya menunjukkan bahwa r-hitung > r-tabel (0,165) sehingga hasilnya adalah valid.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berkaitan dengan keterandalan dan konsistensi suatu indikator. Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai coefficients cronbach's alpha > 0,60. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Minimal Cronbach Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
Pengetahuan (X <sub>1</sub> )	0,60	0,856	Reliabel
Kualitas Layanan (X <sub>2</sub> )		0,917	Reliabel
Literasi Perbankan Syariah (X <sub>3</sub> )		0,836	Reliabel
Pengambilan Keputusan (Y)		0,892	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Pada tabel 4.7 menjelaskan bahwa nilai cronbach alpha dari masing-masing variabel Pengetahuan ( $X_1$ ) yaitu sebesar 0,856, variabel Kualitas Layanan ( $X_2$ ) yaitu sebesar 0,917, variabel Literasi Perbankan Syariah ( $X_3$ ) yaitu sebesar 0,836, dan variabel Pengambilan Keputusan ( $Y$ ) sebesar 0,892. Hal ini menunjukkan bahwa nilai cronbach alpha masing-masing variabel  $> 0,60$ . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa instrumen atau pernyataan yang digunakan sebagai indikator dari variabel penelitian merupakan alat ukur yang reliabel atau handal.

#### **4.4 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui penyimpangan yang terjadi pada data yang digunakan untuk penelitian. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Dalam hal ini penulis menggunakan SPSS untuk pengolahan data.

##### **4.4.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan dengan uji statistik One Sample Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi (Sig.)  $> 0,1$  maka data penelitian berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig.)  $< 0,1$  maka data penelitian tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.63742731
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.065
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

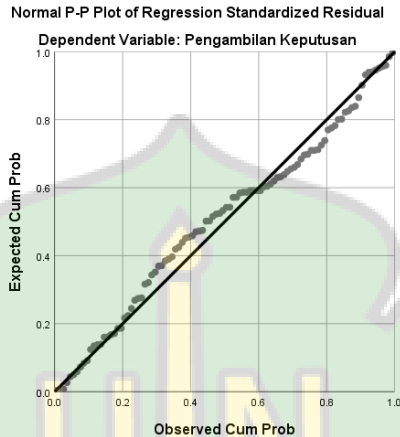
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.8 uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar  $0,200 > 0,1$ , sehingga disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.



**Gambar 4.6**  
**Normal PP-PLOT**



Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Pada gambar normal plot (Gambar 4.6) terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dengan melihat tampilan gambar normal plot dapat disimpulkan bahwa gambar normal plot memberikan pola distribusi normal.

#### 4.4.2 Uji Multikolinearitas

Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas dengan Tolerance dan VIF. Jika nilai VIF  $< 10,00$  maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Jika nilai VIF  $> 10,00$  maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi. Berdasarkan hasil penelitian uji multikolinieritas menunjukkan hasil pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pengetahuan ( $X_1$ )	0,307	3,262
	Kualitas Layanan ( $X_2$ )	0,317	3,151
	Literasi Perbankan Syariah ( $X_3$ )	0,314	3,187

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan (Y)

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Pada tabel 4.9 dapat di lihat hasil uji multikolinearitas ini, dapat dilakukan dengan cara melihat nilai Tolerance dan VIF. Berdasarkan tabel output "Coefficients" pada bagian "Collinearity Statistics" diketahui nilai Tolerance untuk variabel Pengetahuan ( $X_1$ ) sebesar 0,307 dan variabel Kualitas Layanan ( $X_2$ ) sebesar 0,317 serta variabel Literasi Perbankan Syariah ( $X_3$ ) sebesar 0,314 lebih besar dari 0,10.

Sementara, nilai VIF untuk variabel Pengetahuan ( $X_1$ ) sebesar 3,262 dan variabel Kualitas Layanan ( $X_2$ ) sebesar 3,151 serta variabel Literasi Perbankan Syariah ( $X_3$ ) sebesar 3,187 lebih kecil dari 10,00 oleh karena itu dapat di simpulkan bahwa ketiga variabel independen yaitu Pengetahuan, Kualitas Layanan dan Literasi Perbankan Syariah tidak mempunyai multikolinieritas.

#### 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji Glejser yaitu uji dengan cara melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu

pengamatan kepengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadinya heteroskedastisitas dan melihat grafik scatterplot, jika dalam grafik scatterplot penyebaran data tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu maka kesimpulannya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun hasil dari uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Tabel 4.10 sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

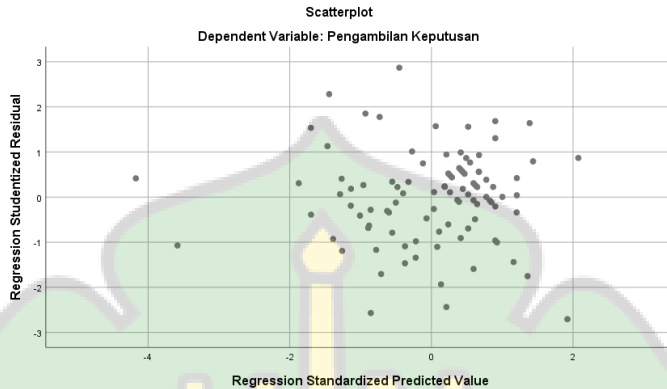
Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.249	1.307		1.721	.088
	Pengetahuan	.008	.084	.017	.091	.928
	Kualitas Layanan	-.064	.055	-.209	-1.166	.247
	Literasi Perbankan Syariah	.086	.095	.163	.900	.370

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.10 uji heteroskedastisitas diperoleh nilai sig untuk variabel pengetahuan  $0,928 > 0,1$ , variabel kualitas layanan  $0,247 > 0,1$ , dan variabel literasi perbankan syariah  $0,370 > 0,1$ , sehingga disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Gambar 4.7**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan Gambar 4.7 dapat dilihat bahwa dalam grafik scatterplot terjadi penyebaran data yang tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **4.5 Analisis Regresi Linier Berganda**

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan analisis regresi sederhana. Analisis ini dilakukan untuk melihat seberapa besar pengaruh yang diberikan Pengetahuan, Kualitas Layanan dan Literasi Perbankan Syariah terhadap keputusan menggunakan produk Perbankan Syariah. Adapun hasil analisis regresi sederhana dengan bantuan SPSS, seperti terlihat pada Tabel 4.10 sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Analisis Regresi Linier Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	
1	(Constant)	5.938	2.014	.004
	Pengetahuan	.334	.129	.011
	Kualitas Layanan	.227	.084	.008
	Literasi Perbankan Syariah	.680	.147	.000

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Tabel "Unstandardized Coefficients B" memberikan informasi tentang persamaan regresi yaitu seberapa besar variabel Pengetahuan ( $X_1$ ), variabel Kualitas Layanan ( $X_2$ ), dan variabel Literasi Perbankan Syariah ( $X_3$ ) memprediksi terhadap variabel Pengambilan Keputusan ( $Y$ ). Adapun rumus persamaan regresi dalam analisis atau penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 5,938 + 0,334 (X_1) + 0,227 (X_2) + 0,680 (X_3) + e$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda diatas dapat diartikan bahwa:

1. Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 5,938 menyatakan bahwa tanpa adanya variabel pengetahuan, kualitas layanan dan literasi perbankan syariah, maka rata-rata pengambilan keputusan masyarakat menggunakan produk perbankan syariah mengalami peningkatan sebesar 5,938.

2. Koefisien regresi  $X_1$ , yang diperoleh dari nilai ( $\beta_1$ ) yaitu sebesar 0,334 bernilai positif. Yang artinya apabila variabel Pengetahuan mengalami kenaikan satu, maka akan meningkatkan Pengambilan Keputusan masyarakat menggunakan produk Perbankan Syariah sebesar 33,4%.
3. Koefisien regresi  $X_2$ , yang diperoleh dari nilai ( $\beta_2$ ) yaitu sebesar 0,227 bernilai positif. Yang artinya apabila variabel Kualitas Layanan mengalami kenaikan satu, maka akan meningkatkan Pengambilan Keputusan masyarakat menggunakan produk Perbankan Syariah sebesar 22,7%.
4. Koefisien regresi  $X_3$ , yang diperoleh dari nilai ( $\beta_3$ ) yaitu sebesar 0,680 bernilai positif. Yang artinya apabila variabel Literasi Perbankan Syariah mengalami kenaikan satu, maka akan meningkatkan Pengambilan Keputusan masyarakat menggunakan produk Perbankan Syariah sebesar 68,0%.

#### **4.6 Uji Hipotesis**

Uji hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen, untuk melihat diterima atau tidaknya hipotesis yang diajukan.

##### **4.6.1 Uji Korelasi Parsial (Uji t)**

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terkait. Membandingkan nilai statistik atau t-

hitung dengan titik kritis menurut tabel atau t-tabel. Hasil perhitungan (t-test) atau t-hitung ini selanjutnya dibandingkan dengan t-tabel dengan menggunakan tingkat kesalahan 0,1 (10%). Dalam penelitian ini uji t dilakukan dengan melihat langsung pada hasil perhitungan SPSS. Adapun hasil t-hitung dapat dilihat pada Tabel 4.12 sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Korelasi Parsial (Uji T)**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.938	2.014		2.948	.004
	Pengetahuan	.334	.129	.244	2.593	.011
	Kualitas Layanan	.227	.084	.250	2.699	.008
	Literasi Perbankan Syariah	.680	.147	.432	4.633	.000

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan nilai t-hitung pada tabel 4.12 maka dapat dilakukan kaidah pengujiannya dengan nilai t-tabel,  $\alpha = 0,1$  dan  $n = 100$ , uji satu pihak  $dk = n - k - 1 / dk = 100 - 3 - 1 = 96$ , sehingga diperoleh nilai t-tabel = 1,660 dan hasilnya dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengetahuan ( $X_1$ ) Nilai t-hitung variabel Pengetahuan ( $X_1$ ) sebesar 2,593 dengan nilai t-tabel 1,660 menunjukkan bahwa t-hitung > t-tabel (2,593 > 1,660), dengan nilai signifikan sebesar 0,011, Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,1 (0,011 < 0,1). Maka  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, sehingga

dapat diartikan bahwa variabel Pengetahuan ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Pengambilan Keputusan ( $Y$ ).

2. Kualitas Layanan ( $X_2$ ) Nilai t-hitung variabel Kualitas Layanan ( $X_2$ ) sebesar 2,699 dengan nilai t-tabel 1,660 menunjukkan bahwa  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  ( $2,699 > 1,660$ ), dengan nilai signifikan sebesar 0,008, Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,1 ( $0,008 < 0,1$ ). Maka  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima, sehingga dapat diartikan bahwa variabel Kualitas Layanan ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Pengambilan Keputusan ( $Y$ ).
3. Literasi Perbankan Syariah ( $X_3$ ) Nilai t-hitung variabel Literasi Perbankan Syariah ( $X_3$ ) sebesar 4,633 dengan nilai t-tabel 1,660 menunjukkan bahwa  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  ( $4,633 > 1,660$ ), dengan nilai signifikan sebesar 0,000, Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,1 ( $0,000 < 0,1$ ). Maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima, sehingga dapat diartikan bahwa variabel Literasi Perbankan Syariah ( $X_3$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Pengambilan Keputusan ( $Y$ ).

#### **4.6.2 Uji Simultan (Uji F)**

Uji F dilakukan untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan ketentuan apabila  $f\text{-hitung} > f\text{-tabel}$  maka



variabel dinyatakan berpengaruh, dan apabila  $\text{sig} < 0,1$  maka variabel bebas secara bersama-sama dinyatakan berpengaruh terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini diketahui jumlah sampel (N) 100 dan jumlah keseluruhan variabel (k) adalah 4 sehingga diperoleh,  $\text{df (pembilang)} = 4-1= 3$ ,  $\text{df (penyebut)} = 100-4= 96$ . Nilai f-hitung akan diperoleh dengan menggunakan bantuan SPSS, kemudian akan di bandingkan dengan f-tabel pada taraf signifikan 10% atau 0,1 yaitu 2,14. Sehingga diperoleh hasil pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1944.104	3	648.035	90.339	.000 <sup>b</sup>
	Residual	688.646	96	7.173		
	Total	2632.750	99			

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

b. Predictors: (Constant), Literasi Perbankan Syariah, Kualitas Layanan, Pengetahuan

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Dari tabel 4.13 di atas dapat di lihat hasil dari f-hitung pada kolom f yakni sebesar 90,339 dengan tingkat signifikan = 0,000 lebih besar dari nilai f-tabel yakni 2,14 dengan taraf signifikan 10% atau 0,1 atau dengan kata lain f-hitung > f-tabel ( $90,339 > 2,14$ ). Berdasarkan kriteria pengujian hipotesis jika f-hitung > f-tabel dan tingkat signifikannya ( $0,000 < 0,1$ ), menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (pengetahuan, kualitas layanan dan literasi

perbankan syariah secara simultan signifikan terhadap variabel dependen (pengambilan keputusan).

#### 4.6.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji determinasi atau uji  $R^2$  digunakan untuk menunjukkan seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Adapun hasil perhitungan  $R^2$  pada SPSS adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 <sup>a</sup>	.738	.730	2.678

a. Predictors: (Constant), Literasi Perbankan Syariah, Kualitas Layanan, Pengetahuan

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.13 hasil perolehan  $R^2$  (R Square) yakni sebesar 0,738. Berdasarkan data yang diperoleh dapat diketahui bahwa variabel independen (Pengetahuan, Kualitas Layanan dan Literasi Perbankan Syariah) bervariasi sebesar 73,8% terhadap variabel dependen (Pengambilan Keputusan). Berdasarkan kriteria

pengujian hipotesis jika hasil mendekati angka 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sedangkan sisanya 26,2% dapat di jelaskan oleh variabel-variabel yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

## **4.7 Pembahasan**

### **4.7.1 Pengaruh Tingkat Pengetahuan Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah**

Berdasarkan hasil statistik dengan menggunakan SPSS pada pengujian hipotesis secara parsial (t), menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk Perbankan Syariah, maka  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima. Hal ini dapat di buktikan dengan nilai t-hitung sebesar 2,593 dengan nilai t-tabel 1,660 menunjukkan bahwa t-hitung > t-tabel ( $2,593 > 1,660$ ), dengan nilai signifikan sebesar 0,011. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,1 ( $0,011 < 0,1$ ).

Pengetahuan merupakan suatu faktor yang sangat penting dan berguna dalam mempengaruhi pengambilan keputusan menggunakan produk Perbankan Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan masyarakat di Kabupaten Aceh Besar dalam penggunaan produk Perbankan Syariah di tentukan dengan pengetahuan masyarakat itu sendiri, tentunya pengetahuan akan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat.

Hasil penelitian ini di dukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadani (2018) yang menyatakan bahwa

pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk Bank BRI Syariah KCP Magelang. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Dari (2020) yang menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam penggunaan produk Penghimpunan Dana di Bank Aceh Syariah Cabang Tapaktuan. Selanjutnya penelitian Riza, dkk (2021) yang menyatakan bahwa pengetahuan mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan bank syariah.

#### **4.7.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah**

Berdasarkan hasil statistik dengan menggunakan SPSS pada pengujian hipotesis secara parsial (t), menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk Perbankan Syariah, maka  $H_{02}$  ditolak dan  $H_{a2}$  diterima. Hal ini dapat di buktikan dengan nilai t-hitung sebesar 2,699 dengan nilai t-tabel 1,660 menunjukkan bahwa t-hitung > t-tabel ( $2,699 > 1,660$ ), dengan nilai signifikan sebesar 0,008. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,1 ( $0,008 < 0,1$ ).

Kualitas pelayanan merupakan suatu faktor yang sangat penting dan berguna dalam mempengaruhi pengambilan keputusan masyarakat di Kabupaten Aceh Besar menggunakan produk Perbankan Syariah. Hal ini disebabkan kualitas dalam pelayanan sangat berkaitan dengan kepuasan nasabah yang mana nasabah

yang puas akan memberikan loyalitasnya kepada bank dan memberitahu masyarakat luas yang akhirnya akan menambah nasabah baru dengan melakukan pengambilan keputusan menggunakan produk Perbankan Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi atau baik kualitas pelayanan maka pengambilan keputusan masyarakat di Kabupaten Aceh Besar menggunakan produk Perbankan Syariah juga semakin tinggi atau meningkat, sebaliknya jika kualitas pelayanan buruk maka keputusan nasabah menabung juga akan rendah atau menurun.

Hasil penelitian ini di dukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati (2019) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan nasabah dalam pembiayaan murabahah pada BRI Syariah KCP Ngawi. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Daulay (2021) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk perbankan syariah.

#### **4.7.3 Pengaruh Tingkat Literasi Perbankan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah**

Berdasarkan hasil statistik dengan menggunakan SPSS pada pengujian hipotesis secara parsial (t), menunjukkan bahwa literasi perbankan syariah berpengaruh terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk Perbankan Syariah, maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima. Hal ini dapat di buktikan dengan nilai t-hitung

sebesar 4,633 dengan nilai t-tabel 1,660 menunjukkan bahwa  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  ( $4,633 > 1,660$ ), dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,1 ( $0,000 < 0,1$ ).

Literasi perbankan syariah merupakan suatu faktor yang sangat penting dan berguna dalam mempengaruhi pengambilan keputusan menggunakan produk Perbankan Syariah. Literasi perbankan syariah juga dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk menggunakan pengetahuan keterampilan, keuangan, dan sikap dalam mengelola sumber daya keuangan menurut ajaran islam. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi perbankan syariah pada masyarakat di Kabupaten Aceh Besar maka akan semakin tinggi pula minat dalam memilih penggunaan produk-produk bank syariah, yang sistem dari perbankan syariah sesuai dengan prinsip syariah.

Hasil penelitian ini di dukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Tabrani (2020) yang menyatakan bahwa literasi perbankan syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah pembiayaan Bank Syariah di Kabupaten Aceh Tamiang. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Syahira (2022) yang menyatakan bahwa literasi Bank Syariah berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah pada generasi Z di Jakarta.

#### **4.7.4 Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Tingkat Literasi Perbankan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah**

Berdasarkan hasil olahan statistik pada pengujian hipotesis secara simultan ( $f$ ), menunjukkan bahwa  $f$ -hitung sebesar 90,339 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih besar dari pada nilai  $f$ -tabel yakni 2,14 dengan taraf signifikan 10% atau 0,1 atau dengan kata lain  $f$ -hitung  $>$   $f$ -tabel ( $90,339 > 2,14$ ), dan tingkat signifikannya ( $0,000 < 0,1$ ). Sehingga pengetahuan, kualitas layanan, dan literasi perbankan syariah berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk Perbankan Syariah, maka  $H_{04}$  ditolak dan  $H_{a4}$  diterima.

Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ) juga menunjukkan bahwa koefisien  $R^2$  sebesar 0,738 artinya 73,8% variabel independen (Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Literasi Perbankan Syariah) mempengaruhi pengambilan keputusan menggunakan produk Perbankan Syariah pada masyarakat di Kabupaten Aceh Besar. Sedangkan sisanya 26,2% dapat di jelaskan oleh variabel-variabel yang tidak di teliti dalam penelitian ini yaitu variabel Sosialisasi tentang Perbankan Syariah (Dari, 2020), Sikap dan Lingkungan Sosial (Ramadani, 2018), Kualitas Produk (Kurniawati, 2019), Religiusitas (Rahmawati dan Hamdan, 2021), Kepribadian dan Reputasi (Riza, dkk 2021).

Hasil penelitian ini Perbankan Syariah harus lebih giat dalam memberikan informasi lembaga Perbankan Syariah, baik pengetahuan, kualitas layanan, dan literasi perbankan syariah kepada masyarakat melalui produk yang bisa diterima masyarakat luas, agar masyarakat lebih yakin untuk menjadi nasabah Perbankan Syariah.





## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk Perbankan Syariah pada masyarakat di Kabupaten Aceh Besar.
2. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk Perbankan Syariah pada masyarakat di Kabupaten Aceh Besar.
3. Literasi Perbankan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk Perbankan Syariah pada masyarakat di Kabupaten Aceh Besar.
4. Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Literasi Perbankan Syariah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk Perbankan Syariah pada masyarakat di Kabupaten Aceh Besar.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas maka peneliti ingin mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Teoritis
  - a. Kepada peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini untuk menambah wawasan tentang pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan tingkat literasi perbankan syariah terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk perbankan syariah.
  - b. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya, dapat menambah informasi dan disarankan untuk menambah variabel independen lain yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan menggunakan produk perbankan syariah.
2. Bagi Praktis
  - a. Kepada masyarakat, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tambahan yang berkenaan dengan tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan literasi perbankan syariah terhadap pengambilan keputusan menggunakan produk perbankan syariah, serta hendaknya memberi pemahaman kepada masyarakat, agar masyarakat mengetahui tentang perbankan syariah beserta produknya.
  - b. Kepada perbankan syariah, diharapkan dapat menjadi salah satu informasi dan solusi agar dapat meningkatkan

pengetahuan, kualitas layanan, dan literasi perbankan syariah bagi perkembangan usahanya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, A. (2000). *Asas-Asas Hukum Muamalat*. Yogyakarta: UII Pers.
- Aisyah, S. W. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Mahasiswa Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah Wilayah Kabupaten Bantul Yogyakarta), *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam* 2(1), 473-485.
- Al-Arif, M. N. R. (2012). *Lembaga Keuangan Syariah: Suatu Kajian Teoretis Praktis*. Bandung: Pustaka Setia.
- Antonio. (2001). *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Gema Insani Press. Jakarta.
- Antonio. (2009). *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Gema Insani Press. Jakarta.
- Azwar. (2017). Indeks Of Syariah Financial Inclusion in Indonesia. *Jurnal Buletin Ekonomi Moneter Perbankan (BEMP)*, 20(1), 99-126.
- Dahlia, Muna. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Dosen Universitas Islam Negeri Ar-Raniry), *Skripsi tidak dipublikasi*. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Dari, Jesi Wulan. (2020). Pengaruh Pengetahuan dan Sosialisasi Tentang Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Penggunaan Produk Penghimpunan Dana (Pada Bank Aceh Syariah Cabang Tapaktuan), *Skripsi tidak dipublikasi*. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

- Darmawan, Deni. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya Offset.
- Daulay, A. R. (2021). Pengaruh Etika Pemasaran Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Perbankan Syariah. *Skripsi*. Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan.
- Djuwita, D & Ayus A. Y. (2018). Tingkat Literasi Keuangan Syariah Di Kalangan UMKM dan Dampaknya Terhadap Perkembangan Usaha, *Al-Amwal*, 107-112.
- Roflin, E. I. A. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran*. Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management.
- Engel, J., Blackwell, D., & Miniard, P. (1995). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Fraczek, B. K. (2015). Financial literacy and its influence on young customers' decision factors. *Journal of Innovation Management* 3(1), 62-84.
- Mabyakto, Galang. (2017). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Madjid, D. (2013). *Catatan Pinggir Sejarah Aceh: Perdagangan, Diplomasi dan Perjuangan Rakyat*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Ghozali, Imam. (2009). *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2011). *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 19*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 21*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hadinda, Rahmawati Deylla. (2019). Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hasan, N. I (2014). *Perbankan Syariah*, Jakarta: Cetakan Jilid 1.
- Hasanah, Fitri. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, dan Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Masyarakat Muslim Menggunakan Produk Perbankan Syariah Di Daerah KAB. Mandailing Natal. *Skripsi*. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Hayyininun, Wafa. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta, *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Herdianti, Ika. F & Satri, U. (2017). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Syariah Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Mahasiswa Menjadi Nasabah Pada Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Mahasiswa Non Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Hung, e. a. (2009). *Defining and Measuring Financial Literacy*. Rand Labor and Population Working Paper Series.
- Ibrahim, M. (2008). *Sejarah Daerah Istimewa Aceh*. Universitas Michigan: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.

- Imaniyati, N. S. (2011). Asas dan Jenis Akad Dalam Hukum Ekonomi Syariah: Implementasinya Pada Usaha Bank Syariah. *MIMBAR: Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 27(2), 151-156.
- Indrawan, R. & Yaniawati R. P. (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Ismail. (2014). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana, Prenada Media Group.
- Ismanto. (2018). Literasi Masyarakat dan Dampaknya terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah. *Jurnal HUMAN FALAH*, 5(1).
- Isnurhadi. (2013). Kajian Tingkat Literasi Masyarakat Terhadap Perbankan Syariah (Studi Kasus: Masyarakat Kota Palembang). *Palembang: Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya*.
- Kanuk, dan Schiffman. (2010). *Consumer behavior, the behavior that consumer display in searching for, purchasing, using, evaluating, and disposing of product and services that they expect will satisfy their needs. Tenth Edition. Pearson Education. New York*.
- Karim, A. (2013). *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kurniawati, Rini. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Murabahah Pada Bank BRI Syariah KCP Ngawi, *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo.

- Kusumadewi, R., Yusuf, A. A dan Wartoyo. (2019). *Literasi Keuangan Syariah di Kalangan Pondok Pesantren*. Cirebon: CV Elsi Pro.
- Komite Nasional Kebijakan Corporate Governance. (2004). *Pedoman Good Corporate Governance Perbankan Indonesia*. Januari. *KBBI V*.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, dan Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kristanto, Andri. (2018). *Perencanaan Sistem Informasi dan Aplikasinya (Edisi Revisi)*. Yogyakarta: Gava Media.
- Lestari, A. D. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Semarang Pattimura). *Skripsi*. Semarang: IAIN Walisongo.
- Lupiyoadi, R & A, Hamdani. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mastura, Zainatun. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT.Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh), *Skripsi tidak dipublikasi*. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Muhson, Ali. (2015). *Pedoman Penelitian Aplikasi Komputer Lanjut. Diktat*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Noor, Juliansyah. (2013). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.



- Nopitasari, Eka. (2017). Pengaruh Lokasi, Produk, Reputasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa IAIN Surakarta Menggunakan Bank Syariah. *Skripsi*. Surakarta: IAIN Surakarta.
- OJK, Survei Nasional Literasi Keuangan. (2013). Otoritas Jasa Keuangan. Retrieved from ojk.go.id: [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id).
- Panghayo, N. A. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pemilihan Layanan Keuangan Syariah. *al-uqud: Journal of Islamic Economics*, 152-167.
- Peter, P dan Olson, J. (1999). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Rabbani, S. (2012). Analisis Pemahaman Nasabah terhadap Kesyarifan Bank BNI Syariah. *Thesis*: Universitas Gadjah Mada.
- Rahmawati, A. & Hamdan, A. (2021). Analisis Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Dan Religiusitas Terhadap Minat Penggunaan Produk-Produk Bank Syariah. *International Conference On Education Management and Sharia Economics*, 2(1), 378-397.
- Ramadani, Hikmah. (2018). Analisis Pengaruh Pengetahuan, Sikap Dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah (Studi Kasus Bank BRI Syariah KCP Magelang). *Skripsi*. Salatiga: IAIN Salatiga.
- Ramli, Kamrianti. (2011). Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.  
<http://kamriantiramli.wordpress.com/2011/05/16/skala-pengukuran-dan-instrumen-penelitian>.
- Republik Indonesia. (2008). Undang-undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.

- Riza, A., Hakim, L., dan Eliana, E. (2021). Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kepribadian, dan Reputasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Banda Aceh. *Jurnal EMT KITA*, 5(1), 19-30. <https://doi.org/10.35870/emt.v5i1.324>.
- Rodoni, A. & Hamid, A. (2008). *Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Zikrul Hakim.
- Saebani, B. A. (2017). *Pedoman Aplikasi Metode Penelitian dalam Penyusunan Karya Ilmiah, Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Samsudin, Ahmad. (2017). Analisis Minat Masyarakat Terhadap Produk Perbankan Syariah Di Kabupaten Tangerang. *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Sardiana. (2016). The Impact Of Literacy To Shariah Financial Service Preferences. *Journal UINJKT*, 43-62.
- Shobah, Nurus. (2017). Analisis Literasi Keuangan Syariah Terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah Sebagai Upaya Meningkatkan Sharia Financial Inclusion (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya), *Skripsi*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Sholihah, Ummi. (2016). Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Margin Keuntungan Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan *Murabahah* (Studi Kasus pada BMT Karima Karangpandan) *Skripsi*. Surakarta: IAIN Surakarta.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana.
- Sudarsono, H. (2008). *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah; Deskripsi Dan Ilustrasi*. Ekonisia FE UII.

- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Alfabeta
- Sunyoto, Danang. (2012). *Analisis Validitas & Asumsi Klasik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS
- Syahira, Sekar. (2022). Pengaruh Literasi Bank Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Pada Generasi Z Di Jakarta. *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Tabrani. (2020). Tingkat Literasi Perbankan Syariah Nasabah Pembiayaan Bank Syariah Di Kabupaten Aceh Tamiang Provinsi Aceh, *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran, Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andis.
- Utomo, T. P. (2014). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis*.
- Umar, H. (2003). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Usman, H & Akbar P. S. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Wibowo, E. & Widodo, U. H. (2005). Kedudukan Nasabah Terhadap Bank Dalam Hubungannya Dengan Penerapan Metode Bagi Hasil Di Bank Syariah: *Suatu Tinjauan Hukum*. Ghalia Indonesia.
- Wiroso, (2005). *Penghimpunan Dana dan Hasil Distribusi Usaha Bank Syariah*. Jakarta.
- Yulianto, Agus. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Atau Layanan Keuangan Syariah, *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Yustika, Syarifah. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Pemahaman Masyarakat Dalam Bertransaksi Di Bank Syariah (Studi Di Kecamatan Pulau Banyak Barat), *Skripsi tidak dipublikasi* Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

## Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.  
Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir skripsi saya yang berjudul **"Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Tingkat Literasi Perbankan Syariah Terhadap Pengambilan Keputusan Menggunakan Produk Perbankan Syariah (Studi Empiris Dari Masyarakat Di Kabupaten Aceh Besar)"**

Maka saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Miftahul Jannah  
NIM : 180603228  
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah  
Perguruan Tinggi: UIN Ar-Raniry

Bermaksud untuk memohon kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi kuesioner ini untuk membantu peneliti dalam mengumpulkan data sebagai bahan penelitian. Data yang didapat hanya akan digunakan untuk penelitian dan dijaga kerahasiaan jawaban saudara/i berikan. Atas kesediaan dan partisipasi saudara/i untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Banda Aceh, 2022

Miftahul Jannah

## 1. Identitas Responden

- Nama :
- Alamat :
- Umur :  < 20 Tahun       21-30 Tahun  
 31-40 Tahun       41-50 Tahun  
 > 51 Tahun
- Jenis Kelamin :  Laki-laki       Perempuan
- Pekerjaan :  Mahasiswa       Petani  
 Buruh       Pegawai Swasta  
 PNS/TNI/Polri       Pedagang
- Pendidikan :  SMA/Sederajat       D1/D2/D3  
 S1/S2/S3       Lainnya
- Pendapatan Perbulan :  < Rp. 1.000.000  
 Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000  
 Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000

## 2. Petunjuk Pengisian Angket

1. Isilah identitas Anda secara lengkap dan benar
2. Bacalah setiap pernyataan dengan cermat
3. Pilihlah salah satu alternatif jawaban yang menurut Anda paling sesuai dengan keadaan yang dialami dengan memberikan tanda check list (√) pada kolom jawaban yang disediakan.
4. Berikut adalah keterangan alternatif jawaban:  
STS : Sangat Tidak Setuju  
TS : Tidak Setuju  
KS : Kurang Setuju  
S : Setuju  
SS : Sangat Setuju

### 3. Kuesioner Angket Pengetahuan

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
<b>Pengetahuan Produk</b>						
1	Saya mengetahui salah satu produk Bank Syariah					
2	Saya mengetahui produk Bank Syariah bebas riba					
<b>Pengetahuan Penggunaan Produk</b>						
3	Saya mengetahui alur administrasi untuk menggunakan produk Bank Syariah					
4	Saya mengetahui berapa biaya administrasi untuk mendaftar menggunakan produk Bank Syariah					
<b>Pengetahuan Manfaat Produk</b>						
5	Saya mendapatkan kemudahan transaksi dengan menggunakan produk Bank Syariah					
6	Dengan menggunakan produk Bank Syariah, uang saya tersimpan dengan baik dan aman					

### Angket Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
<b>Keandalan (Reliability)</b>						
1	Saya menilai karyawan Bank Syariah paham tentang produk yang ada					
2	Saya menilai kegiatan administrasi untuk menggunakan produk pada Bank Syariah cepat					
<b>Daya Tangkap (Responsiveness)</b>						
3	Saya menilai karyawan memahami keinginan dan kesulitan nasabah untuk menggunakan produk Bank Syariah					
4	Saya menilai karyawan bank syariah selalu siap dalam memenuhi kebutuhan produk					

	yang diinginkan nasabah					
<b>Jaminan (Assurance)</b>						
5	Saya menilai produk yang diberikan oleh Bank Syariah sudah memadai					
6	Saya menilai karyawan memberikan jaminan kepada nasabah apabila ada keluhan menggunakan produk Bank Syariah					
<b>Emphaty</b>						
7	Saya menilai karyawan Bank Syariah selalu memberikan informasi tentang produk dengan jelas					
8	Saya menilai pelayanan produk yang diberikan karyawan Bank Syariah tidak memandang status sosial nasabah					
<b>Bukti Langsung (Tangibles)</b>						
9	Saya menilai karyawan selalu berkomunikasi dengan baik untuk menggunakan produk Bank Syariah					
10	Saya menilai karyawan selalu melayani dengan sopan dan ramah untuk menggunakan produk Bank Syariah					

### Angket Literasi Perbankan Syariah

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
<b>Pengetahuan Umum Perbankan Syariah</b>						
1	Saya mengetahui keunggulan produk Bank Syariah					
2	Pengetahuan mengenai produk Bank Syariah membuat saya berminat untuk menjadi nasabah					
<b>Pengetahuan Tentang Bagi Hasil</b>						
3	Saya mengetahui bahwa produk Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil untuk membagikan keuntungan					
4	Menurut saya sistem bagi hasil					



	pada produk Bank Syariah lebih adil					
<b>Keyakinan Kesyariahan Bank Syariah</b>						
5	Saya percaya produk-produk yang terdapat di Bank Syariah sudah sesuai dengan ketentuan Syariah					
6	Saya lebih percaya menggunakan produk Bank Syariah dibandingkan dengan produk Bank Konvensional					

### Angket Pengambilan Keputusan Konsumen

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
<b>Pengenalan Kebutuhan Produk</b>						
1	Menggunakan produk Bank Syariah karena sesuai dengan kebutuhan saya					
2	Menggunakan produk Bank Syariah karena sesuai dengan prinsip hidup saya					
<b>Pencarian Informasi Produk</b>						
3	Saya menggunakan produk Bank Syariah karena rekomendasi dari orang tua/saudara/teman					
4	Saya menggunakan produk Bank Syariah karena melihat iklan					
<b>Evaluasi Alternatif Produk</b>						
5	Bank Syariah memberikan solusi/alternatif atas kebutuhan saya					
6	Produk Bank Syariah mampu memenuhi kebutuhan saya terkait pengelolaan dana					
<b>Keputusan Penggunaan Produk</b>						
7	Bank Syariah mampu memberikan pilihan produk yang sesuai dengan keadaan keuangan saya					
8	Saya menggunakan produk Bank Syariah karena memiliki kemudahan metode pembayaran					
<b>Perilaku Pasca Penggunaan Produk</b>						
9	Saya merasa puas menggunakan					

	produk Bank Syariah					
10	Saya akan terus menggunakan produk Bank Syariah					

## Lampiran 2 Jawaban Responden

NO	Jenis Kelamin (K1)	Usia (K2)	Pekerjaan (K3)	Pendidikan (K4)	Pendapatan (K5)
1	1	3	2	1	1
2	2	2	1	1	1
3	2	2	1	1	1
4	2	2	6	3	1
5	1	2	1	3	1
6	1	2	1	3	2
7	2	2	4	2	2
8	2	2	6	3	1
9	1	2	2	3	1
10	2	3	2	3	1
11	1	2	6	3	1
12	2	3	2	1	1
13	1	2	1	1	1
14	1	1	1	1	1
15	1	2	1	3	1
16	1	4	4	3	2
17	1	2	1	1	2
18	1	2	6	1	2
19	1	2	4	1	3
20	1	2	6	3	2
21	1	4	2	1	2
22	1	2	1	1	2
23	2	2	3	1	1
24	1	3	2	1	1
25	1	3	3	3	1
26	2	4	6	3	2
27	1	3	4	3	2
28	2	4	6	1	2
29	2	3	5	3	2
30	1	2	6	3	2
31	2	5	5	3	3
32	2	4	2	3	1
33	2	2	6	3	1
34	1	2	2	1	2
35	1	4	3	4	2
36	1	1	1	3	2
37	2	3	2	1	2
38	1	1	6	1	2

39	2	5	6	3	2
40	1	3	2	3	2
41	2	3	2	3	2
42	2	3	4	2	2
43	2	4	6	2	2
44	2	3	3	3	2
45	1	3	6	3	2
46	1	3	5	1	3
47	2	2	5	3	3
48	2	2	3	1	2
49	2	3	6	1	2
50	1	4	3	1	2
51	2	4	4	3	2
52	1	4	2	1	2
53	1	2	1	2	1
54	1	3	5	1	3
55	2	3	2	3	2
56	2	5	6	3	2
57	2	3	3	1	2
58	1	3	6	3	2
59	2	4	4	1	2
60	2	4	2	1	1
61	1	3	6	3	3
62	2	3	3	1	2
63	1	4	6	3	3
64	1	3	2	1	2
65	2	3	6	3	3
66	2	4	3	1	2
67	2	4	2	1	2
68	1	5	6	3	3
69	2	3	6	1	2
70	2	4	6	1	2
71	2	3	2	1	2
72	2	3	2	1	1
73	1	4	4	1	3
74	2	5	2	1	2
75	2	4	2	3	2
76	2	3	6	3	3
77	1	4	6	1	3
78	1	3	2	1	2
79	2	1	1	3	1
80	2	4	2	2	2
81	1	4	2	2	2
82	2	5	2	1	1
83	1	4	5	3	3
84	1	3	6	1	3
85	2	1	1	1	1

86	2	2	1	1	1
87	2	5	6	3	3
88	1	4	6	1	3
89	2	2	1	1	1
90	2	4	2	1	2
91	1	1	1	1	1
92	2	2	1	1	1
93	1	2	3	3	2
94	1	2	5	3	2
95	1	4	2	1	2
96	2	5	5	3	3
97	1	2	6	3	1
98	2	2	6	3	3
99	2	2	6	3	1
100	2	2	1	3	1

NO	Pengetahuan (X1)					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
1	4	4	4	4	4	4
2	5	5	4	3	5	4
3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	4	5
7	4	4	4	5	4	5
8	5	3	5	4	4	4
9	5	5	4	4	3	5
10	4	4	4	5	5	4
11	4	1	5	4	4	2
12	5	4	4	4	4	4
13	4	3	4	4	3	4
14	2	2	2	2	2	2
15	4	4	3	5	5	3
16	3	3	3	3	3	3
17	4	5	4	4	3	5
18	4	4	4	4	5	5
19	5	4	4	4	4	4
20	5	5	3	1	5	5
21	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	5	5
23	4	4	4	4	4	4
24	4	3	3	4	2	2
25	5	4	4	4	4	5
26	4	3	4	3	4	4
27	5	4	5	5	5	4
28	4	4	4	4	4	5
29	4	5	4	4	4	5

30	4	4	4	5	5	5
31	4	4	4	4	5	5
32	5	4	4	4	5	5
33	4	4	4	4	5	5
34	2	4	2	1	1	1
35	4	4	4	4	4	4
36	5	4	4	4	4	4
37	4	4	4	3	4	4
38	4	4	4	4	4	4
39	2	1	4	2	4	4
40	2	3	2	2	3	3
41	4	4	4	5	4	4
42	4	2	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	3
45	4	5	4	4	4	5
46	4	4	4	4	4	5
47	4	4	4	4	4	5
48	4	4	3	4	4	5
49	4	5	4	4	4	5
50	4	4	4	4	4	5
51	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	5
53	5	5	5	4	5	5
54	4	4	4	4	4	5
55	4	5	4	4	4	4
56	4	5	4	4	5	5
57	4	4	4	4	4	4
58	4	5	4	4	5	5
59	4	4	4	4	4	5
60	5	4	5	4	5	5
61	5	3	5	5	5	4
62	5	3	4	5	5	5
63	4	4	4	5	3	4
64	5	5	5	5	4	5
65	4	4	4	4	4	4
66	5	4	4	4	4	4
67	5	5	5	5	5	5
68	4	4	4	4	4	5
69	4	5	4	4	4	5
70	5	4	3	4	4	4
71	5	5	5	4	4	5
72	4	5	4	4	5	5
73	5	4	4	5	5	5
74	5	4	4	5	5	5
75	4	4	4	4	4	4
76	5	5	5	5	5	5

77	2	2	3	4	4	4
78	4	3	3	4	2	2
79	4	4	4	4	4	4
80	4	4	3	4	4	4
81	5	5	5	5	5	5
82	2	3	3	2	3	4
83	4	3	3	4	3	4
84	3	3	2	3	3	4
85	4	3	2	3	4	4
86	3	3	2	3	2	3
87	3	2	3	3	3	4
88	2	3	2	4	3	4
89	4	3	3	3	2	4
90	3	4	2	3	4	4
91	2	4	3	2	3	4
92	4	5	3	3	4	4
93	4	4	3	4	3	3
94	5	4	3	4	3	4
95	2	3	3	4	4	3
96	4	4	3	4	3	4
97	4	5	4	4	3	4
98	4	3	3	4	3	4
99	4	3	3	4	4	4
100	5	4	4	4	4	4

NO	Kualitas Layanan (X2)									
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10
1	4	5	3	4	3	4	3	5	4	4
2	2	3	4	4	3	4	4	4	4	5
3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5
6	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5
7	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
8	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
9	5	4	5	5	4	5	5	2	3	4
10	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
11	4	4	2	3	4	2	3	3	3	2
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4
14	3	2	2	2	3	1	2	2	2	1
15	2	2	4	3	3	3	3	3	4	3
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4
18	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	5	4	4	5	4	3	5	4	5	5

21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	3	2	2	4	2	3	2	2	3	4
25	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5
26	5	4	4	5	3	5	4	4	4	5
27	3	3	1	3	4	4	3	5	4	4
28	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
30	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
31	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5
32	5	4	5	5	4	3	4	5	5	5
33	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4
41	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
42	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
44	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
47	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
48	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5
49	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5
50	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5
51	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
52	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5
53	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
56	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
57	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
58	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
59	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
60	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5
61	3	3	3	4	3	4	4	3	5	5
62	5	4	5	2	4	2	4	4	5	5
63	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4
64	4	4	3	4	3	4	4	4	5	5
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
67	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5

68	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
69	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5
70	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5
71	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
73	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
74	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
75	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
76	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
77	4	4	4	2	2	2	5	3	4	3
78	2	2	2	2	4	2	4	2	2	4
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
82	4	3	2	3	2	3	2	3	4	4
83	4	3	2	3	2	3	2	4	4	4
84	4	3	3	3	3	2	4	3	4	5
85	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4
86	3	2	3	2	2	3	4	3	4	4
87	3	3	2	3	3	2	3	3	5	5
88	4	3	2	3	4	3	4	4	4	4
89	4	3	4	4	3	4	3	4	4	5
90	3	4	2	3	3	3	4	3	4	4
91	4	4	3	4	2	3	3	4	3	3
92	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4
93	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4
94	4	3	2	3	4	3	4	4	4	5
95	3	3	4	3	3	2	5	4	4	5
96	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4
97	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4
98	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4
99	4	4	3	4	4	3	5	4	5	5
100	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4

NO	Literasi Perbankan Syariah (X3)					
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6
1	4	4	4	4	4	4
2	3	4	5	5	4	5
3	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
6	4	5	5	5	5	4
7	4	4	4	4	4	4
8	3	4	3	3	3	4
9	4	5	4	5	5	4
10	4	4	5	3	4	3
11	3	3	3	4	2	2



12	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	3	3	5
14	2	2	2	2	2	2
15	3	3	4	5	3	5
16	3	3	3	3	3	3
17	4	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4
20	4	5	5	5	5	5
21	4	4	3	3	3	4
22	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4
25	5	4	4	4	5	4
26	3	4	4	4	4	4
27	4	3	3	3	3	1
28	3	4	5	4	4	4
29	4	4	5	4	4	4
30	5	5	4	4	5	5
31	4	4	5	4	4	4
32	4	5	3	4	3	5
33	5	5	4	4	4	4
34	2	1	1	3	2	3
35	4	4	4	4	4	4
36	4	3	3	3	3	4
37	4	4	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4
39	3	3	3	3	3	3
40	2	2	3	3	3	3
41	4	4	4	4	4	4
42	4	1	4	3	4	4
43	4	4	4	3	3	3
44	4	4	3	3	3	4
45	4	4	5	5	4	4
46	4	4	4	5	4	4
47	4	4	5	5	4	4
48	4	4	5	4	4	3
49	4	4	5	4	4	4
50	4	4	5	4	4	4
51	4	4	4	5	4	4
52	4	4	5	4	4	4
53	4	4	4	4	4	4
54	4	4	5	5	4	4
55	4	4	5	5	4	4
56	4	4	5	5	4	4
57	4	3	5	5	4	4
58	4	3	5	5	4	4

59	4	3	5	5	4	4
60	4	4	5	5	4	4
61	5	4	4	4	3	5
62	3	4	5	4	4	4
63	4	5	5	4	4	3
64	4	4	5	5	4	4
65	4	4	4	4	4	4
66	4	5	5	5	4	4
67	5	5	5	5	4	4
68	4	4	5	4	4	4
69	4	5	5	4	4	4
70	4	4	5	4	4	4
71	5	5	5	5	4	4
72	4	5	5	5	4	4
73	5	5	5	5	4	4
74	4	5	5	4	4	4
75	4	5	5	4	4	4
76	4	5	5	5	4	4
77	4	4	2	4	5	3
78	2	4	4	4	4	3
79	3	3	4	4	4	4
80	3	3	4	4	4	3
81	5	5	5	5	5	5
82	3	4	4	4	3	2
83	3	4	4	3	3	2
84	3	4	4	4	4	3
85	3	4	4	4	3	2
86	3	4	4	4	3	3
87	2	3	4	4	3	4
88	2	4	4	4	3	3
89	4	4	5	4	3	2
90	4	4	4	4	3	3
91	4	4	5	4	3	4
92	4	4	4	3	4	2
93	3	4	4	3	3	3
94	4	4	3	5	3	2
95	3	4	4	4	2	3
96	4	4	4	4	3	3
97	4	4	4	4	3	3
98	4	4	3	4	3	2
99	4	4	4	3	3	4
100	4	4	5	4	3	4

NO	Pengambilan Keputusan (Y)									
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10
1	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3
2	5	4	5	4	4	4	3	4	5	5
3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4
4	3	4	5	3	4	3	3	4	5	4
5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4
6	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
7	3	4	3	3	4	4	4	3	4	5
8	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5
9	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5
10	4	4	2	2	4	4	4	3	4	5
11	4	4	3	3	3	4	3	3	5	3
12	4	4	4	3	3	4	5	5	5	4
13	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3
14	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
15	4	4	3	3	4	3	3	4	4	5
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	4	4	3	3	4	5	3	3	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	3	3	3	4	5	4	5	4	5
21	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5
22	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
25	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5
26	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4
27	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3
28	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5
29	5	4	4	3	4	4	5	4	4	5
30	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
31	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4
32	5	5	5	3	4	3	4	4	5	5
33	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
34	3	1	3	3	1	2	3	3	1	1
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3
37	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	2	3	2	3	3	3	4	4	3	3
40	4	3	5	1	3	3	3	3	3	3
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
44	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5

46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
47	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
49	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
50	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
51	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5
55	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
56	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
57	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
58	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
59	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4
60	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5
61	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
62	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5
63	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
64	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5
67	5	3	3	4	3	4	3	5	5	5
68	4	4	4	3	5	3	5	4	4	3
69	5	3	4	4	4	4	3	4	4	5
70	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
71	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5
74	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
75	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
76	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
77	4	2	4	2	1	4	1	4	2	4
78	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	4	4	3	2	4	4	3	4	5	4
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
82	4	4	3	3	2	3	4	3	4	5
83	4	4	2	2	3	4	3	4	4	4
84	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4
85	4	3	4	3	3	2	4	3	3	4
86	3	3	4	3	2	2	3	3	3	4
87	4	3	4	2	3	2	4	3	4	4
88	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4
89	4	3	4	3	3	2	4	3	4	5
90	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4
91	3	4	3	3	4	3	4	3	3	5
92	4	3	4	3	2	3	4	3	4	4

93	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4
94	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5
95	4	4	3	3	2	3	4	3	3	4
96	4	3	4	3	4	2	4	3	3	4
97	4	3	4	3	2	3	4	3	4	4
98	3	3	4	3	2	3	4	3	4	5
99	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4
100	4	3	4	2	3	2	4	3	4	4



### Lampiran 3 Karakteristik Responden

#### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	47	47.0	47.0	47.0
	Perempuan	53	53.0	53.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20 Tahun	6	6.0	6.0	6.0
	21-30 Tahun	32	32.0	32.0	38.0
	31-40 Tahun	29	29.0	29.0	67.0
	41-50 Tahun	25	25.0	25.0	92.0
	>51 Tahun	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SEDERAJAT	48	48.0	48.0	48.0
	D1/D2/D3	6	6.0	6.0	54.0
	S1/S2/S3	45	45.0	45.0	99.0
	Lainnya	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	18	18.0	18.0	18.0
	Petani	26	26.0	26.0	44.0
	Buruh	10	10.0	10.0	54.0
	Pegawai Swasta	8	8.0	8.0	62.0
	PNS/TNI/POLRI	8	8.0	8.0	70.0
	Pedagang	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 1.000.000	31	31.0	31.0	31.0
	Rp 1.000.000-Rp 3.000.000	51	51.0	51.0	82.0
	Rp 3.000.000-Rp 5.000.000	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Lampiran 4 Uji Validitas

### Pengetahuan (X1)

#### Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	Total
X1_1	Pearson Correlation	1	.501**	.659**	.578**	.526**	.461**	.809**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	99	100	100	100	100
X1_2	Pearson Correlation	.501**	1	.374**	.287**	.352**	.517**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.004	.000	.000	.000
	N	100	100	99	100	100	100	100
X1_3	Pearson Correlation	.659**	.374**	1	.596**	.607**	.506**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
X1_4	Pearson Correlation	.578**	.287**	.596**	1	.468**	.381**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	99	100	100	100	100
X1_5	Pearson Correlation	.526**	.352**	.607**	.468**	1	.645**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	99	100	100	100	100
X1_6	Pearson Correlation	.461**	.517**	.506**	.381**	.645**	1	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	99	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.809**	.677**	.811**	.725**	.778**	.754**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	99	100	100	100	100

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

### Kualitas Layanan (X2)

#### Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6
X2_1	Pearson Correlation	1	.627**	.554**	.657**	.451**	.461**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	99	100	100
X2_2	Pearson Correlation	.627**	1	.627**	.647**	.572**	.571**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	99	100	100
X2_3	Pearson Correlation	.554**	.627**	1	.659**	.535**	.555**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	99	100	100
X2_4	Pearson Correlation	.657**	.647**	.659**	1	.718**	.586**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99
X2_5	Pearson Correlation	.461**	.571**	.555**	.586**	.501**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	99	100	100

X2_6	Pearson Correlation	.451**	.572**	.535**	.718**	1	.501**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	99	100	100
X2_7	Pearson Correlation	.500**	.589**	.603**	.516**	.455**	.574**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	99	100	100
X2_8	Pearson Correlation	.533**	.593**	.442**	.560**	.517**	.492**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	99	100	100
X2_9	Pearson Correlation	.473**	.454**	.442**	.541**	.466**	.380**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	99	100	100
X2_10	Pearson Correlation	.405**	.389**	.406**	.538**	.491**	.380**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	99	100	100
Total	Pearson Correlation	.731**	.797**	.766**	.847**	.758**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	99	100	100

		X2_7	X2_8	X2_9	X2_10	Total
X2_1	Pearson Correlation	.500**	.533**	.473**	.405**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2_2	Pearson Correlation	.589**	.593**	.454**	.389**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2_3	Pearson Correlation	.603**	.442**	.442**	.406**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2_4	Pearson Correlation	.516**	.560**	.541**	.538**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
X2_5	Pearson Correlation	.574**	.492**	.380**	.380**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2_6	Pearson Correlation	.455**	.517**	.466**	.491**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2_7	Pearson Correlation	1	.444**	.533**	.542**	.764**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2_8	Pearson Correlation	.444**	1	.583**	.522**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2_9	Pearson Correlation	.533**	.583**	1	.708**	.729**



	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2_10	Pearson Correlation	.542**	.522**	.708**	1	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.764**	.744**	.729**	.707**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

### Literasi Perbankan Syariah (X3) Correlations

		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	Total
X3_1	Pearson Correlation	1	.548**	.408**	.375**	.515**	.406**	.720**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3_2	Pearson Correlation	.548**	1	.515**	.457**	.478**	.315**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3_3	Pearson Correlation	.408**	.515**	1	.598**	.520**	.396**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3_4	Pearson Correlation	.375**	.457**	.598**	1	.528**	.408**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3_5	Pearson Correlation	.515**	.478**	.520**	.528**	1	.508**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3_6	Pearson Correlation	.406**	.315**	.396**	.408**	.508**	1	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.720**	.742**	.779**	.748**	.786**	.689**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

### Pengambilan Keputusan (Y)

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y1	Pearson Correlation	1	.459**	.531**	.372**	.419**	.428**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.459**	1	.368**	.429**	.694**	.575**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.531**	.368**	1	.456**	.397**	.230**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.021
	N	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.372**	.429**	.456**	1	.556**	.513**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.419**	.694**	.397**	.556**	1	.561**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.428**	.575**	.230*	.513**	.561**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.021	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	.393**	.464**	.400**	.513**	.538**	.357**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	.416**	.478**	.342**	.553**	.558**	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	.412**	.540**	.276**	.334**	.460**	.412**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y10	Pearson Correlation	.527**	.511**	.398**	.414**	.411**	.426**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.690**	.773**	.616**	.727**	.790**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

		Y7	Y8	Y9	Y10	Total
Y1	Pearson Correlation	.393**	.416**	.412**	.527**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.464**	.478**	.540**	.511**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.400**	.342**	.276**	.398**	.616**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.513**	.553**	.334**	.414**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.538**	.558**	.460**	.411**	.790**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.357**	.634**	.412**	.426**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	1	.452**	.331**	.452**	.693**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	.452**	1	.456**	.420**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	.331**	.456**	1	.510**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y10	Pearson Correlation	.452**	.420**	.510**	1	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.693**	.741**	.660**	.713**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



## Lampiran 5 Uji Reliabilitas

### Pengetahuan (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	6

### Kualitas Layanan (X2)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.917	10

### Literasi Perbankan Syariah (X3)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.836	6

### Pengambilan Keputusan (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.892	10

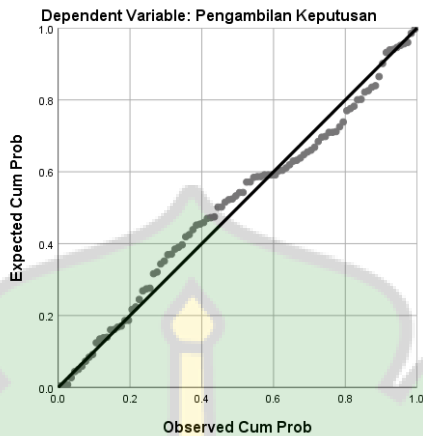
## Lampiran 6 Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.63742731
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.065
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



## Lampiran 7 Uji Multikolinearitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.938	2.014		2.948	.004		
	Pengetahuan	.334	.129	.244	2.593	.011	.307	3.262
	Kualitas Layanan	.227	.084	.250	2.699	.008	.317	3.151
	Literasi Perbankan Syariah	.680	.147	.432	4.633	.000	.314	3.187

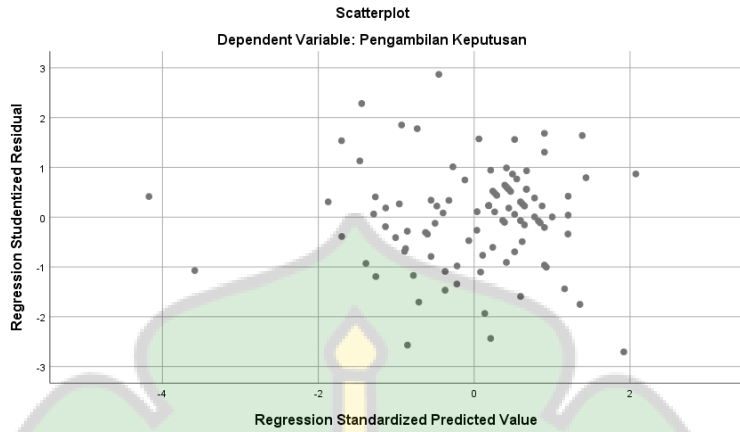
a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

## Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.249	1.307		1.721	.088
	Pengetahuan	.008	.084	.017	.091	.928
	Kualitas Layanan	-.064	.055	-.209	-1.166	.247
	Literasi Perbankan Syariah	.086	.095	.163	.900	.370

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan



### Lampiran 9 Uji Korelasi Parsial (Uji t)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.938	2.014		2.948	.004
	Pengetahuan	.334	.129	.244	2.593	.011
	Kualitas Layanan	.227	.084	.250	2.699	.008
	Literasi Perbankan Syariah	.680	.147	.432	4.633	.000

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

### Lampiran 10 Uji Simultan (Uji F)

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1944.104	3	648.035	90.339	.000 <sup>b</sup>
	Residual	688.646	96	7.173		
	Total	2632.750	99			

a. Dependent Variable: Pengambilan Keputusan

b. Predictors: (Constant), Literasi Perbankan Syariah, Kualitas Layanan, Pengetahuan

## Lampiran 11 Uji Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.859 <sup>a</sup>	.738	.730	2.678

a. Predictors: (Constant), Literasi Perbankan Syariah, Kualitas Layanan, Pengetahuan

## Lampiran 12 Tabel r

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402

22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280



55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430

88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

**Lampiran 13 Tabel t**

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048

19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948

58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731

97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

### Lampiran 14 Tabel F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10								
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)							
	1	2	3	4	5	6	7	8
1	39.86	49.50	53.59	55.83	57.24	58.20	58.91	59.44
2	8.53	9.00	9.16	9.24	9.29	9.33	9.35	9.37
3	5.54	5.46	5.39	5.34	5.31	5.28	5.27	5.25
4	4.54	4.32	4.19	4.11	4.05	4.01	3.98	3.95
5	4.06	3.78	3.62	3.52	3.45	3.40	3.37	3.34
6	3.78	3.46	3.29	3.18	3.11	3.05	3.01	2.98
7	3.59	3.26	3.07	2.96	2.88	2.83	2.78	2.75
8	3.46	3.11	2.92	2.81	2.73	2.67	2.62	2.59
9	3.36	3.01	2.81	2.69	2.61	2.55	2.51	2.47
10	3.29	2.92	2.73	2.61	2.52	2.46	2.41	2.38
11	3.23	2.86	2.66	2.54	2.45	2.39	2.34	2.30
12	3.18	2.81	2.61	2.48	2.39	2.33	2.28	2.24
13	3.14	2.76	2.56	2.43	2.35	2.28	2.23	2.20
14	3.10	2.73	2.52	2.39	2.31	2.24	2.19	2.15
15	3.07	2.70	2.49	2.36	2.27	2.21	2.16	2.12
16	3.05	2.67	2.46	2.33	2.24	2.18	2.13	2.09
17	3.03	2.64	2.44	2.31	2.22	2.15	2.10	2.06
18	3.01	2.62	2.42	2.29	2.20	2.13	2.08	2.04
19	2.99	2.61	2.40	2.27	2.18	2.11	2.06	2.02
20	2.97	2.59	2.38	2.25	2.16	2.09	2.04	2.00
21	2.96	2.57	2.36	2.23	2.14	2.08	2.02	1.98
22	2.95	2.56	2.35	2.22	2.13	2.06	2.01	1.97
23	2.94	2.55	2.34	2.21	2.11	2.05	1.99	1.95
24	2.93	2.54	2.33	2.19	2.10	2.04	1.98	1.94
25	2.92	2.53	2.32	2.18	2.09	2.02	1.97	1.93

26	2.91	2.52	2.31	2.17	2.08	2.01	1.96	1.92
27	2.90	2.51	2.30	2.17	2.07	2.00	1.95	1.91
28	2.89	2.50	2.29	2.16	2.06	2.00	1.94	1.90
29	2.89	2.50	2.28	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89
30	2.88	2.49	2.28	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88
31	2.87	2.48	2.27	2.14	2.04	1.97	1.92	1.88
32	2.87	2.48	2.26	2.13	2.04	1.97	1.91	1.87
33	2.86	2.47	2.26	2.12	2.03	1.96	1.91	1.86
34	2.86	2.47	2.25	2.12	2.02	1.96	1.90	1.86
35	2.85	2.46	2.25	2.11	2.02	1.95	1.90	1.85
36	2.85	2.46	2.24	2.11	2.01	1.94	1.89	1.85
37	2.85	2.45	2.24	2.10	2.01	1.94	1.89	1.84
38	2.84	2.45	2.23	2.10	2.01	1.94	1.88	1.84
39	2.84	2.44	2.23	2.09	2.00	1.93	1.88	1.83
40	2.84	2.44	2.23	2.09	2.00	1.93	1.87	1.83
41	2.83	2.44	2.22	2.09	1.99	1.92	1.87	1.82
42	2.83	2.43	2.22	2.08	1.99	1.92	1.86	1.82
43	2.83	2.43	2.22	2.08	1.99	1.92	1.86	1.82
44	2.82	2.43	2.21	2.08	1.98	1.91	1.86	1.81
45	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81
46	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81
47	2.82	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80
48	2.81	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80
49	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80
50	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80
51	2.81	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79
52	2.80	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79
53	2.80	2.41	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79
54	2.80	2.40	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79
55	2.80	2.40	2.19	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78
56	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78
57	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.82	1.78
58	2.79	2.40	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78
59	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78
60	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.87	1.82	1.77
61	2.79	2.39	2.18	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77
62	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77
63	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.81	1.77
64	2.79	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77
65	2.78	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77
66	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77
67	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.86	1.81	1.76

<b>68</b>	2.78	2.38	2.17	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76
<b>69</b>	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76
<b>70</b>	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76
<b>71</b>	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76
<b>72</b>	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76
<b>73</b>	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76
<b>74</b>	2.77	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.75
<b>75</b>	2.77	2.37	2.16	2.02	1.93	1.85	1.80	1.75
<b>76</b>	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75
<b>77</b>	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75
<b>78</b>	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75
<b>79</b>	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75
<b>80</b>	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75
<b>81</b>	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75
<b>82</b>	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75
<b>83</b>	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75
<b>84</b>	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.74
<b>85</b>	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74
<b>86</b>	2.76	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74
<b>87</b>	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74
<b>88</b>	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74
<b>89</b>	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74
<b>90</b>	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74
<b>91</b>	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74
<b>92</b>	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74
<b>93</b>	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74
<b>94</b>	2.76	2.36	2.14	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74
<b>95</b>	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.74
<b>96</b>	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.74
<b>97</b>	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.73
<b>98</b>	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.84	1.78	1.73
<b>99</b>	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73
<b>100</b>	2.76	2.36	2.14	2.00	1.91	1.83	1.78	1.73