



**PENGARUH PENGETAHUAN, SIKAP DAN *SHARIA*
COMPLIANCE TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH
PERBANKAN SYARIAH DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Oleh :

Erwina Berlian Febrianti
NIM 190810102095

**PROGAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2023**



**PENGARUH PENGETAHUAN, SIKAP DAN *SHARIA*
COMPLIANCE TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH
PERBANKAN SYARIAH DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember

Oleh :

Erwina Berlian Febrianti
NIM 190810102095

**PROGAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JEMBER
2023**

SURAT PERNYATAAN

Nama : Erwina Berlian Febrianti

NIM : 190810102095

Jurusan : Ekonomi Syariah

Konsentrasi : Manajemen Bisnis Syariah

Judul : Pengaruh Pengetahuan, Sikap dan *Sharia Compliance* Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah di Kabupaten Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya paksaan dan tekanan dari pihak manapun serta bersedia mendapatkan sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan yang saya buat ini tidak benar

Jember, 10 Juni 2023
Yang Menyatakan,



Erwina Berlian Febrianti
190810102095

TANDA PERSETUJUAN

Nama : Erwina Berlian Febrianti
NIM : 190810102095
Jurusan : Ekonomi Syariah
Konsentrasi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul : Pengaruh Pengetahuan, Sikap, dan *Sharia Compliance*
Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah di
Kabupaten Jember
Disetujui :

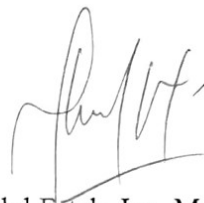
Dosen Pembimbing I



Dr. Deasy Wulandari, S.E., M.Si.

NIP. 197309082000032001

Dosen Pembimbing II



Abdul Fatah, Lc., M.SEI

NIP. 760019005

Mengetahui,
Koordinator Program Studi S1 Ekonomi Syariah



Dr. Zainuri, M.Si.

NIP. 196403251989021001

PENGESAHAN

**PENGARUH PENGETAHUAN, SIKAP, DAN *SHARIA COMPLIANCE*
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PERBANKAN SYARIAH DI
KABUPATEN JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Erwina Berlian Febrianti

NIM : 190810102095

Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal:


21 Juni 2023

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

SUSUNAN TIM PENGUJI

**Ketua : Dr. Novi Puspitasari, S.E., M.M.
CRA, CSF, CMA**

NIP. 198012062005012001

(..........)

**Anggota : Dr. H. Moh. Adenan, MM, CRA,
CSF, CPHCM**

NIP. 196610311992031001

(..........)



Mengetahui/Menyetujui,
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Dekan,



Prof. Dr. Isti Fadah, M.Si.
NIP. 196610201990022001

(..........)

PERSEMBAHAN

Puji syukur dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur yang mendalam, skripsi ini sebagai bentuk tanggungjawab, bakti serta ungkapan terimakasih, dengan segala ketulusan dan keikhlasan karya tulis ini saya persembahkan kepada:

1. Kepada keluarga tercinta saya, terutama orang tua saya Bapak Dwiyono dan Ibu Ermina, yang selalu memberikan dukungan, cinta, dan doa-doa yang tak pernah berhenti. Terima kasih atas dedikasi dan pengorbanan yang tak terhingga dalam mendukung perjalanan akademik saya.
2. Ketiga kakak tercinta saya Erwina Kumala Sari, Erwina Dwi Febriani dan Erwina Intan Tri Aprilia. Terimakasih atas dukungan moril dan materiil, semangat serta doa yang diberikan.
3. Terima kasih tak terhingga kepada Ibu Dr. Deasy Wulandari S.E., M. Si. dan Bapak Abdul Fatah Lc., M. SEI. sebagai dosen pembimbing yang luar biasa. Saya ingin mengungkapkan rasa terima kasih yang mendalam atas kesabaran, bimbingan, dan arahan yang Bapak dan Ibu berikan selama penulisan skripsi ini. Semoga bimbingan dan pengajaran yang berharga dari Bapak dan Ibu terus memberikan manfaat dan membimbing saya dalam perjalanan hidup saya.
4. Saya juga ingin berterima kasih kepada Universitas Jember, yang telah memberikan kesempatan dan sumber daya untuk menyelesaikan penelitian ini. Kontribusi yang diberikan sangat berarti bagi kelancaran dan keberhasilan penulisan skripsi ini.
5. Kepada seluruh keluarga besar Ekonomi Syariah 2019 yang telah yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan kerjasama dalam menghadapi berbagai tantangan selama masa perkuliahan. Perjalanan ini takkan terasa sempurna tanpa kehadiran kalian.
6. *Shoutout to myself. For showing up every day, doing the ovrk, healing depply and designing this life. I'm so proud of.*

MOTTO

“Ilmu itu lebih baik daripada harta. Ilmu menjaga engkau dan engkau menjaga harta. Ilmu itu penghukum dan harta terhukum. Harta itu kurang apabila dibelanjakan, tapi ilmu bertambah bila dibelanjakan.”

(Ali bin Abi Tahlib)

“Esensi dari ilmu adalah untuk mengetahui apa itu ibadah dan ketaatan.”

(Imam Ghazali)

SKRIPSI

**PENGARUH PENGETAHUAN, SIKAP DAN SHARIA COMPLIANCE
TERHADAP KEPUTUSAN MEMILIH PERBANKAN SYARIAH DI
KABUPATEN JEMBER**

Oleh

Erwina Berlian Febrianti

NIM 190810102095

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Deasy Wulandari S.E., M. Si.

Dosen Pembimbing Anggota : Abdul Fatah Lc., M. SEI.

RINGKASAN

Pengaruh Pengetahuan, Sikap, Dan Sharia Compliance Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah Di Kabupaten Jember; Erwina Berlian Febrianti; 2023; 97 Halaman; Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang signifikan, yang terbukti dengan munculnya berbagai bank syariah di Indonesia. Bahkan, beberapa bank konvensional juga telah menghadirkan cabang-cabang yang beroperasi sebagai bank syariah. Namun dalam kenyataannya, seperti dalam studi penelitian yang dilakukan oleh Khanza Fairuz dkk. pada tahun 2022 yang menemukan bahwa jumlah kepemilikan rekening bank syariah di Indonesia sangat kecil. Oleh karena itu, kajian terhadap kekuatan keputusan pemilihan bank syariah sangat penting dilakukan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh pengetahuan, sikap, dan *sharia compliance* terhadap keputusan memilih perbankan syariah di Kabupaten Jember. Rancangan penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank syariah di Kabupaten Jember dan pengambilan sampel pada penelitian menggunakan teknik *non-probability* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga ditentukan sejumlah 150 responden dengan kriteria responden merupakan nasabah aktif dengan jangka waktu minimal satu bulan. Penelitian ini menggunakan data jenis kuantitatif, sumber data pada penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dari jawaban kuesioner yang telah diisi oleh responden disebarkan melalui google form kepada nasabah bank syariah di Kabupaten Jember.

Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih pada bank syariah di Kabupaten Jember. Sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih pada bank syariah di Kabupaten Jember. *Sharia Compliance* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih pada bank syariah di Kabupaten Jember.

Kata Kunci: Pengetahuan, Sikap, *Sharia Compliance*, Keputusan Memilih

SUMMARY

The Influence of Knowledge, Attitudes and Sharia Compliance on the Decision to Choose Sharia Banking in Jember Regency; Erwina Berlian Febrianti; 2023; 97 Pages; Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Business, University of Jember.

The development of Islamic banking in Indonesia is currently experiencing significant growth, as evidenced by the emergence of various Islamic banks in Indonesia. Several conventional banks have also presented branches that operate as Islamic banks. But in reality, a research study conducted by Khanza Fairuz et al. in 2022 found that the number of Islamic bank account holders in Indonesia is very small. Therefore, it is very important to study the decision strength of selecting Islamic banks.

This study aims to analyze and determine the effect of knowledge, attitudes, and Sharia compliance on the decision to choose Sharia banking in Jember Regency. The research design used is explanatory research. The population in this study were customers of Islamic banks in Jember Regency and the sample was taken using a non-probability technique using a purposive sampling technique so that a total of 150 respondents were determined with the criteria of the respondent being an active customer with a minimum period of one month. This study uses quantitative data, the data source in this study uses primary data obtained from answers to questionnaires that have been filled out by respondents and distributed via Google form to customers of Islamic banks in Jember Regency. The data analysis method in this study used multiple linear regression with the IBM SPSS Statistics application.

The results of the research conducted show that knowledge has no significant effect on the decision to choose an Islamic bank in Jember Regency. Attitude has a significant effect on the decision to choose an Islamic bank in Jember Regency. Sharia Compliance has a significant influence on the decision to choose an Islamic bank in Jember Regency.

Keyword: Knowledge, Attitudes, Sharia Compliance, Decision to Choose

PRAKATA

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. atas segala rahmat yang telah dilimpahkan, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Sikap, Dan Sharia Compliance Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah Di Kabupaten Jember”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Saya sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih sangat banyak kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan kemampuan yang saya miliki sebagai penulis. Dalam penyusunan skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak oleh karena itu saya sebagai penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- a. Prof. Dr. Isti Fadah, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
- b. Dr. Zainuri, M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
- c. Dr. Deasy Wulandari, S.E.,M.Si. selaku Dosen Pembimbing Utama dan Bapak Abdul Fatah Lc. M. SEI. selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah sabar membimbing, meluangkan waktunya, memberikan dorongan semangat, pengarahan, motivasi, dan saran sehingga Skripsi ini mampu terselesaikan.
- d. Dr. Novi Puspitasari, S.E., M.M, CRA, CSF, CMA dan Dr. H. Moh. Adenan, MM, CRA, CSF, CPHCM selaku Dosen Penguji yang telah memberikan masukan dan bimbingan yang sangat berguna untuk memperbaiki penyusunan Skripsi ini.
- e. Abdul Fatah Lc. M. SEI. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan selama proses belajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

- f. Seluruh Dosen dan Karyawan Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Penulis

10 Juli 2023

DAFTAR ISI

COVER	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
TANDA PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
PERSEMBAHAN.....	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PEMBIMBINGAN.....	viii
RINGKASAN	ix
SUMMARY	x
PRAKATA.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Grand Teori.....	10
2.1.1 Perilaku Konsumen	10
2.2 Keputusan Memilih	11
2.2.1 Pengertian Keputusan.....	11
2.2.2 Indikator Keputusan	12
2.3 Perbankan Syariah	12
2.4 Pengetahuan	15
2.4.1 Pengertian Pengetahuan	15
2.4.2 Indikator Pengetahuan.....	15
2.5 Sikap.....	16

2.5.1	Pengertian Sikap.....	16
2.5.2	Indikator Sikap	17
2.6	<i>Sharia Compliance</i>.....	18
2.6.1	Pengertian <i>Sharia Compliance</i>	18
2.6.2	Indikator <i>Sharia Compliance</i>	19
2.7	Penelitian Terdahulu	22
2.8	Kerangka Konseptual Penelitian.....	28
2.9	Perumusan Hipotesis	29
2.9.1	Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan Memilih.....	29
2.9.2	Pengaruh Sikap terhadap Keputusan Memilih	29
2.9.3	Pengaruh <i>Sharia Compliance</i> terhadap Keputusan Memilih	30
BAB 3.	METODE PENELITIAN	32
3.1	Rancangan Penelitian	32
3.2	Populasi dan Sampel.....	32
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	33
3.4	Identifikasi Variabel	34
3.4.1	Variabel Dependen.....	34
3.4.2	Variabel Independen	34
3.5	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	34
3.5.1	Definisi Operasional Variabel.....	34
3.5.2	Skala Pengukuran.....	37
3.6	Metode Analisis Data	38
3.6.1	Uji Instrumen.....	38
3.6.2	Statistik Deskriptif.....	39
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	39
3.6.4	Uji Hipotesis.....	40
3.7	Kerangka Pemecahan Masalah	42
BAB 4.	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1	Hasil Penelitian.....	43
4.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	43
4.2	Uji Instrumen	55

4.2.1	Uji Validitas	55
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	56
4.3	Hasi Analisis Data	56
4.3.1	Uji Normalitas Model.....	56
4.3.2	Analisis Regresi Linier Berganda	57
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	58
4.3.4	Uji Hipotesis.....	59
4.4	Pembahasan.....	60
4.4.1	Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Memilih pada Bank Syariah 61	
4.4.2	Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Memilih pada Bank Syariah ..	63
4.4.3	Pengaruh <i>Sharia Compliance</i> Terhadap Keputusan Memilih Pada Bank Syariah	65
4.5	Keterbatasan Penelitian	67
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....		68
5.1	Kesimpulan	68
5.2	Saran	68
DAFTAR PUSTAKA		70
LAMPIRAN.....		74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian	28
Gambar 3. 1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	42

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan	45
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah Bank Syariah.....	46
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	47
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Variabel Pengetahuan	51
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Variabel Sikap	52
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Variabel Sharia Compliance.....	53
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Memilih	54
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas Model.....	57
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinieritas	58
Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedestisitas	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 2. Hasil Statistik Deskriptif	78
Lampiran 3. Uji Intrumen	85
Lampiran 4. Uji Normalitas Model.....	87
Lampiran 5. Uji Regresi Linier Berganda.....	87
Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik	88
Lampiran 7. Rekapitulasi Jawaban Responden.....	88

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia senantiasa memberikan usaha dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Maka dari itu kerjasama dan dukungan dari sesama manusia dianggap sangat penting, sehingga terjadi interaksi dan pembagian tugas dalam berbagai bidang usaha. Ketika manusia berinteraksi satu sama lain, terjadi pertukaran barang dan jasa melalui proses jual beli. Pada awalnya, pertukaran dilakukan melalui sistem barter, namun kemudian berkembang menjadi penggunaan uang sebagai alat tukar yang sah. Uang mempunyai peran yang sangat krusial sebagai alat tukar, sehingga tidak dapat dijauhkan dari berbagai aspek kehidupan manusia.

Untuk mempercepat peredaran uang, didirikan lembaga keuangan yang disebut bank. Bank adalah lembaga keuangan yang usaha utamanya adalah pemberian kredit dan jasa dalam pembayaran dan peredaran uang. Terdapat dua jenis bank dengan modus operasi yang berbeda, yaitu bank konvensional dan bank syariah, yang merupakan lembaga keuangan yang bergerak di bidang komersial dan mencari keuntungan. Namun, ada perbedaan penting antara kedua sistem lembaga keuangan tersebut.

Menurut UU Perbankan No. 7 Tahun 1992 (diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998), disebutkan bahwa sistem perbankan Indonesia terdiri dari dua jenis yaitu bank umum dan bank perkreditan rakyat. Kedua jenis bank ini beroperasi secara tradisional atau syariah. Keberadaan bank syariah di Indonesia sangat penting untuk memenuhi kebutuhan masyarakat muslim. Potensi pengembangan perbankan syariah di Indonesia sepertinya akan sangat besar mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah umat Islam.

Bank konvensional masih menggunakan sistem suku bunga yang termasuk riba, yang ilegal dalam Islam. Oleh karena itu, bank syariah atau biasa disebut bank syariah mulai didirikan lembaga keuangan dengan menggunakan prinsip bagi hasil yang halal secara hukum. Sebagaimana dijelaskan dalam UU Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008, bank syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah. Menurut Firmansyah (2019), keberadaan lembaga perbankan syariah ini dapat berkomitmen terhadap terciptanya keadilan dan

kesejahteraan hidup manusia (*al-falah*). Keadilan memiliki arti yakni mencapai keseimbangan dalam segala hal sehingga tidak ada kezaliman antara orang yang ingin mendapatkan hasil yang lebih besar dengan menggunakan metode yang tidak sah atau tidak benar.

Keberadaan bank syariah menjadi faktor peningkat perkembangan ekonomi negara, terutama di negara-negara berkembang sebagai contoh Indonesia. Tujuan dan tugas perbankan syariah dilihat dari aspek perekonomian adalah menciptakan adanya unsur makmur dalam ekonomi secara umum, kesempatan kerja penuh dan pertumbuhan ekonomi yang optimal, pemerataan sosial dan ekonomi dalam masyarakat dan distribusi pendapatan dan kekayaan yang adil, stabilitas nilai moneter, mobilisasi, dan berinvestasi dalam tabungan yang dapat menghasilkan pengembalian yang adil. (Sudarsono, 2003).

Perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia saat ini sangat pesat, yang terlihat dari peningkatan jumlah bank syariah yang muncul di Indonesia. Bahkan beberapa bank konvensional telah memperluas jangkauannya dengan membuka cabang bank syariah. Pemahaman masyarakat Indonesia terhadap penggunaan layanan perbankan syariah juga semakin bertambah, karena mereka percaya bahwa prinsip bagi hasil yang digunakan menghindar adanya kerugian yang timbul bagi nasabah atau bank itu sendiri, dan bank syariah lebih berfokus pada kemaslahatan. Hal ini diharapkan dapat memberikan kepercayaan dan ketenangan kepada masyarakat. Berdasarkan situasi tersebut, persaingan di antara bank-bank menjadi semakin ketat, sehingga bank-bank perlu memiliki strategi yang efektif untuk menarik minat nasabah agar menabung di bank syariah. Berikut data perkembangan kantor bank syariah di Indonesia :

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Jaringan Kantor Perbankan Syariah

Indikator	April 2022	Januari 2023
Bank Umum Syariah (BUS)		
Jumlah Bank	12	13
Jumlah Kantor	1.813	1.998
Unit Usaha Syariah (UUS)		
Jumlah UUS	20	20
Jumlah Kantor	440	453
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)		
Jumlah BPRS	165	169
Jumlah Kantor	495	499

Sumber : Statistik Perbankan Syariah OJK April 2022 dan Januari 2023.

Melihat perkembangan pertumbuhan kantor Bank Syariah pada tabel 1.1, masih juga bermunculan tantangan dan permasalahan bagi dunia perbankan syariah. Menurut sumber jumlah bank bertambah satu berasal adanya PT. Bank Aladin Syariah, Tbk. yang mulai beroperasi. Meskipun seharusnya perbankan syariah yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariah dapat menarik minat masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, kenyataannya sering terjadi perbedaan interpretasi dalam pemahaman antara kalangan internal agama Islam dan masyarakat pada umumnya. Hal ini terungkap dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Khanza Fairuz (2022), yang menemukan bahwa jumlah pemilik rekening bank syariah di Indonesia masih sangat rendah. Penelitian ini melibatkan sampel dari takmir masjid di Indonesia sebagai subjek penelitian, mengingat masjid merupakan wakil dari komunitas Muslim. Oleh karena itu, situasi ini menimbulkan kekhawatiran terkait pengaruh perbankan syariah terhadap masyarakat umum.

Seperti yang diungkapkan dalam penelitian Alamatus (2018), tujuan pendirian bank syariah adalah untuk mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip syariah dalam transaksi. Namun, dalam kenyataannya,

masyarakat hanya memiliki pengetahuan yang terbatas bahwa bank syariah tidak menggunakan sistem bunga. Berdasarkan penelitian Bank Indonesia pada tahun 2000 yang dikutip oleh Firmansyah (2019), persepsi umum masyarakat terhadap bank syariah terkait dengan skema bagi hasil dan karakteristik bank yang berlandaskan syariah. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengetahuan konsumen tentang bank syariah masih terbatas dan belum relevan karena hanya terfokus pada aspek bank syariah itu sendiri. Masyarakat atau konsumen belum sepenuhnya mengetahui produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah.

Pengetahuan konsumen adalah beberapa informasi yang akan ditampilkan untuk konsumen yang memaparkan berbagai jenis produk atau jasa. Pemahaman konsumen dianggap penting karena apa yang harus dibeli, di mana membeli, kapan harus membeli dan berapa banyak yang harus dibeli akan bergantung pada pengetahuan konsumen dalam mempengaruhi keputusan untuk memilih suatu produk atau jasa. Pengetahuan tentang informasi perbankan konsumen syariah akan berdampak pada perilaku konsumen. Perilaku ini terjadi saat masyarakat memiliki pengetahuan, mengenali, mengevaluasi, dan memilih produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan mereka (Yuliawan, 2011).

Proses pengambilan keputusan konsumen, terjadi integrasi informasi dan evaluasi tindakan alternatif untuk memilih satu opsi. Proses integrasi ini merupakan pilihan kognitif yang mengarah pada perilaku tertentu. Sebelum mengambil keputusan, konsumen perlu memiliki informasi yang cukup untuk membuat pilihan. Sistem kognitif manusia mencakup tiga elemen penting, yaitu pengetahuan, makna, dan kepercayaan. Konsumen memiliki tingkat pengetahuan produk yang berbeda, yang digunakan untuk menginterpretasikan informasi baru dan akhirnya mengambil keputusan. Tingkat pengetahuan terbentuk ketika konsumen menggabungkan konsep-konsep dengan maknanya sendiri (proses penjumlahan) dan mengembangkan kategori pengetahuan yang lebih abstrak dan luas (Peter dan Olson, 2013).

Aspek agama memainkan peran yang sangat diperhatikan dalam membentuk keyakinan, sikap serta pengetahuan seseorang, karena ajaran agama memberikan panduan tentang apa yang dilarang dan diperbolehkan. Temuan

penelitian Awan dan Azhar (2017) mendukung hal ini, menunjukkan bahwa agama mempunyai pengaruh yang krusial dalam membentuk keyakinan, sikap, dan pengetahuan dalam pengambilan keputusan konsumsi. Sikap konsumen mencerminkan perasaan konsumen terhadap suatu produk, apakah mereka menyukainya atau tidak, dan juga mencerminkan kepercayaan mereka terhadap fitur dan manfaat yang ditawarkan oleh produk tersebut (Sumarwan, 2011). Studi empiris juga menunjukkan adanya hubungan positif antara pengetahuan dan sikap terhadap perilaku pengambilan keputusan di perbankan syariah (Andriani, 2008).

Sikap juga memiliki dampak pada individu saat mengevaluasi objek yang menarik dan relevan. Sikap merupakan evaluasi menyeluruh yang memungkinkan individu untuk merespons dengan cara positif atau negatif terhadap objek yang dievaluasi (Peter dan Olson, 2013). Dalam konteks pemilihan produk, sikap memainkan peran penting dalam memungkinkan individu memilih produk yang diharapkan memberikan hasil positif atau negatif. Pengalaman langsung yang dimiliki oleh konsumen saat mencoba dan mengevaluasi produk dapat mempengaruhi sikap mereka terhadap produk tersebut. Idealnya, jika konsumen memiliki pengetahuan yang luas, mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik dan merespons dengan keyakinan atau memilih produk tertentu.

Perbankan syariah masih menghadapi beberapa tantangan, salah satunya adalah pandangan bahwa lembaga keuangan syariah hanya merupakan lembaga keuangan konvensional yang diberi label syariah. Tantangan lain yang dihadapi oleh lembaga keuangan syariah adalah bagaimana menonjolkan karakteristiknya sebagai lembaga keuangan yang secara langsung mengembangkan sektor riil sesuai dengan prinsip syariah. Salah satu elemen kunci dalam pengembangan perbankan syariah adalah kepatuhan syariah atau *sharia compliance*. Kepatuhan syariah merupakan pilar utama yang membedakan bank syariah dengan bank konvensional. Menurut Arifin, seperti yang dikutip dalam buku Adrian Sutedi (Sutedi, 2009), kepatuhan syariah adalah penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah, dan tradisi dalam transaksi keuangan, perbankan, dan bisnis terkait lainnya. *Sharia Compliance* merupakan persyaratan mutlak yang harus dipenuhi oleh

lembaga keuangan, terutama bank syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah. (Gampito, 2017)

Dalam perspektif masyarakat, terutama para pengguna jasa perbankan syariah, kepatuhan terhadap prinsip-prinsip hukum syariah merupakan inti dari integritas dan kredibilitas bank syariah. Kepercayaan dan keyakinan utama masyarakat terhadap perbankan syariah terletak pada pematuhan terhadap prinsip syariah dalam setiap transaksi atau akad yang dilakukan. Tanpa mempertimbangkan prinsip-prinsip syariah dalam setiap transaksi, masyarakat akan kehilangan keistimewaan yang mereka cari dalam perbankan syariah, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk tetap menggunakan layanan perbankan syariah atau tidak. Dengan kata lain, ketidakpatuhan terhadap prinsip-prinsip hukum syariah akan berdampak negatif pada citra bank syariah dan dapat menimbulkan dampak buruk pada nasabahnya. (Gampito, 2017).

Studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa *sharia compliance* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih perbankan syariah, sebagaimana penelitian Zamroni (2016) yang berjudul Pengaruh *Marketing Mix* dan *Syaria Compliance* terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah di Kudus menyimpulkan bahwa *sharia compliance* dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Selanjutnya penelitian yang dilakukan Irawan & Sudewi (2021) dengan judul Pengaruh *Sharia Compliance* terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada Baitul Maal Mat Tamwil (BMT) dengan hasil penelitian bahwa *syariah compliance* mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah pada BMT Assyafi'iyah.

Pengawasan *sharia compliance* sangat penting dalam memastikan penerapan prinsip-prinsip syariah di lembaga perbankan yang diperankan oleh Dewan Pengawas Syariah. Pokok-pokok survei Bank Indonesia menyebutkan bahwa beberapa nasabah yang menggunakan layanan perbankan syariah cenderung berhenti menjadi nasabah antara lain karena keraguan atau konsistensi penerapan syariah. Nasabah sering mempertanyakan kepatuhan dan kesesuaian bank syariah terhadap prinsip syariah. dan ini juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah (Gampito, 2017).

Berdasarkan data sensus penduduk tahun 2022 Kabupaten Jember mempunyai penduduk sebesar 2.581.486 jiwa, dengan penduduk muslim sejumlah 2.549.874 dan non muslim sebesar 31.612, dengan besarnya jumlah masyarakat beragama Islam seharusnya masyarakat lebih memutuskan untuk bergabung dan menjadi nasabah pada bank syariah yang ada di Kabupaten Jember. Terdapat beberapa perbankan syariah yang sudah beroperasi dan tersebar di beberapa kecamatan di Kabupaten Jember. Berikut beberapa bank syariah yang tersebar di Kabupaten Jember sesuai dengan fenomena langsung di lapangan yang telah dilihat oleh peneliti, yaitu :

1. Kecamatan Kaliwates
 - a. Bank Jatim Syariah terletak di Jl. Gajah Mada No.278
 - b. Bank Sinarmas Syariah Diponegoro terletak di Jl. Diponegoro No.100, Tembaan
 - c. Bank Mega Syariah terletak di Jl. Hayam Wuruk No.71
 - d. Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kaliwates terletak di Jl. Gajah Mada No.33
2. Kecamatan Patrang
 - a. Bank Muamalat KC Jember terletak di Jl. PB Sudirman No.35, Pagah, Jemberlor
 - b. Bank Syariah Indonesia KC Jember Sudirman terletak di Jl. PB Sudirman No.41-43, Pagah, Jemberlor, Kec. Patrang
3. Kecamatan Sumbersari
 - a. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Kas Universitas Muhammadiyah terletak di Jl. Karimata No.49, Gumuk Kerang
 - b. Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu Universitas Jember terletak di Jl. Kalimantan No.60, Krajan Timur

Penjelasan di atas merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk mengambil keputusan dalam memilih bank syariah. Oleh karena itu, penelitian ini mencoba menggunakan bukti-bukti yang ada mengenai pengaruh pengetahuan, sikap dan *sharia compliance* terhadap keputusan memilih perbankan syariah. Dalam penelitian ini penduduk Kecamatan Kaliwates,

Kecamatan Patrang dan Kecamatan Sumbersari menjadi sasaran penelitian ini, dikarenakan agar mempresentatifkan masyarakat yang merupakan nasabah perbankan syariah di Kabupaten Jember.

1.2 Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah dibahas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih perbankan syariah di Kabupaten Jember?
2. Apakah sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih perbankan syariah di Kabupaten Jember?
3. Apakah *sharia compliance* berpengaruh signifikan keputusan memilih perbankan syariah di Kabupaten Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan pengetahuan terhadap keputusan memilih perbankan syariah di Kecamatan Sumbersari Jember.
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan sikap terhadap keputusan memilih perbankan syariah di Kecamatan Sumbersari Jember.
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan *syaria compliance* di Kecamatan Sumbersari Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan dan pengalaman bagi peneliti dan mampu mengaplikasikan teori yang telah diperoleh dengan fenomena di lapang.

2. Bagi Perbankan Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak-pihak yang memerlukan terutama di bidang perbankan syariah dan dapat dijadikan sumber pengambilan keputusan serta kebijakan dalam ruang lingkup kawasan tersebut.

3. Bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Grand Teori

2.1.1 Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2009), perilaku konsumen adalah ilmu yang mempelajari bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan memperoleh barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen adalah sebagai berikut:

- 1) Faktor Budaya: melibatkan cara individu mencari, memilih, dan mengonsumsi produk secara mendalam dan konsisten melalui pengaruh budaya, sub-budaya, dan kelas sosial.
- 2) Faktor Sosial: terbentuk oleh lingkungan sekitar yang mempengaruhi perilaku konsumen, termasuk melalui pengaruh kelompok referensi, keluarga, peran, dan status sosial.
- 3) Faktor Pribadi: melibatkan karakteristik individu atau organisasi yang mempengaruhi keputusan pembelian, seperti usia, tahap hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, kepribadian, konsep diri, dan gaya hidup.
- 4) Faktor Psikologis: mempengaruhi perilaku konsumen melalui faktor-faktor seperti motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap yang dimiliki individu.

Dengan kata lain, faktor-faktor ini saling berinteraksi dan mempengaruhi perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Perilaku konsumen melibatkan faktor-faktor yang mendasari dan mendorong konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Tahap keputusan pembelian, seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2009), adalah saat konsumen mengembangkan preferensi dan memilih di antara beberapa merek yang paling diminati, serta membentuk perilaku konsumen untuk melakukan pembelian produk tersebut. Menurut Mranani dan Lastianti (2019), sebelum melakukan pembelian, konsumen akan mengidentifikasi beberapa alternatif sebagai pilihan dan mempertimbangkan apakah akan membeli atau tidak membeli suatu produk.

Jika konsumen kemudian memutuskan untuk melakukan pembelian, hal tersebut merupakan hasil dari pengambilan keputusan pembelian konsumen.

Menurut Budiarto dan Pancaningrum (2019), keputusan pembelian adalah tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam proses pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian produk yang ditawarkan oleh penjual. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan hasil dari proses pengambilan keputusan oleh konsumen, di mana konsumen tersebut dengan sungguh-sungguh memutuskan untuk membeli suatu produk guna memenuhi kebutuhannya.

2.2 Keputusan Memilih

2.2.1 Pengertian Keputusan

Keputusan merupakan suatu proses yang melibatkan pendekatan dalam menyelesaikan masalah, yang terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, pengambilan keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian yang dilakukan oleh konsumen (Ismail, 2011). Menurut pandangan Geoge R. Terry yang dikutip oleh Ja'far (2014), keputusan adalah pemilihan perilaku tertentu dari dua atau lebih alternatif yang tersedia.

Menurut Engel (2010), proses pengambilan keputusan adalah upaya seseorang untuk secara bijaksana dan rasional menyelesaikan masalah yang ada demi memenuhi kebutuhannya. Menurut Davis (2004), keputusan merupakan solusi yang diberikan untuk memecahkan masalah yang dihadapi. Hal ini berkaitan dengan memberikan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan mengenai apa yang harus dilakukan dan bagaimana melaksanakannya dalam konteks perencanaan. Keputusan dibuat untuk menghadapi masalah yang muncul sehubungan dengan rencana yang telah ditetapkan sebelumnya.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian keputusan memilih adalah suatu tindakan dalam menyelesaikan masalah melalui proses dari pengenalan masalah, mencari informasi di antara alternatif perilaku tertentu secara bijaksana dan rasional dilakukan oleh seseorang untuk memenuhi kebutuhannya agar dapat menghadapi masalah-masalah yang terjadi terhadap rencana apa yang sudah ditetapkan sebelumnya.

2.2.2 Indikator Keputusan

Dalam proses pengambilan keputusan pembelian, konsumen memiliki kemampuan untuk memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka, seperti yang disampaikan oleh Kartikasari et al. (2018). Azizah dan Azizah (2021) mengidentifikasi beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengenali keputusan pembelian konsumen sebagai berikut:

- 1) Tahap pengenalan masalah melibatkan kesadaran konsumen terhadap adanya masalah atau kebutuhan yang harus diatasi atau dipenuhi.
- 2) Pada tahap pencarian informasi, konsumen melakukan upaya untuk mencari informasi mengenai berbagai pilihan produk atau jasa yang tersedia.
- 3) Evaluasi alternatif melibatkan proses penilaian konsumen terhadap manfaat dan nilai dari setiap alternatif produk atau jasa yang dipertimbangkan.
- 4) Keputusan pembelian adalah tahap di mana konsumen memilih satu alternatif dan melakukan transaksi pembelian.
- 5) Pasca setelah pembelian, konsumen akan menunjukkan perilaku pasca pembelian yang dapat mencakup kepuasan terhadap produk atau jasa yang dibeli, serta keputusan untuk melakukan pembelian berulang atau menjadi pelanggan setia.

2.3 Perbankan Syariah

Menurut Undang-Undang Bank Syariah No. 21 tahun 2008, perbankan syariah mencakup segala hal yang terkait dengan bank syariah dan unit usahanya, termasuk lembaga itu sendiri, kegiatan usahanya, dan mekanisme operasionalnya. Bank syariah adalah jenis bank yang melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Bank syariah terbagi menjadi bank umum syariah (BUS), unit usaha syariah (UUS), dan pembiayaan rakyat syariah (BPRS) (Ismail, 2011:29). Menurut Agustin (2021), bank syariah secara umum dapat didefinisikan sebagai lembaga keuangan yang menyediakan layanan penyimpanan, pembiayaan, dan jasa lalu lintas pembayaran. Bank syariah beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, yang mengacu pada ketentuan yang terdapat dalam Al-Quran dan Hadits.

Bank Syariah adalah sebuah lembaga dan penyedia layanan keuangan yang beroperasi berdasarkan etika dan sistem nilai Islam. Prinsip utamanya adalah bank syariah tidak menggunakan bunga (riba), menghindari kegiatan spekulatif yang nonproduktif seperti perjudian (maysir), menghindari ketidakjelasan dan keraguan (gharar), serta berpegang pada prinsip keadilan. Bank Syariah hanya membiayai kegiatan usaha yang dianggap halal menurut prinsip-prinsip Islam.

Operasional perbankan syariah memiliki beberapa prinsip dasar yang dapat diketahui, yaitu:

a. Prinsip titipan atau simpanan (*Al-Wadiah*)

Al-wadiah adalah bentuk simpanan yang ditempatkan oleh nasabah di bank syariah dan dapat digunakan atau tidak digunakan sesuai dengan perjanjian dan ketentuan yang berlaku. Menurut Ismail (2011), terdapat dua jenis *al-wadiah*, yaitu *wadiah yad amanah* dan *wadiah yad dhamanah*. Landasan syariah dalam prinsip *Al-Wadiah* terdapat dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 283:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهٌ مَّقْبُوضَةٌ فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُمْ
بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ
يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

Artinya: Jika kamu dalam perjalanan, sedangkan kamu tidak mendapatkan seorang pencatat, hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Akan tetapi, jika sebagian kamu memercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena siapa yang menyembunyikannya, sesungguhnya hatinya berdosa. Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.

b. Prinsip bagi hasil (Profit Sharing)

Dalam prinsip bagi hasil, terdapat dua pihak yang terlibat, yaitu *shahibul mal* (pemilik dana) dan *mudharib* (pengelola dana). *Shahibul mal* adalah nasabah bank syariah yang memiliki kelebihan dana, lalu dana tersebut diserahkan kepada *mudharib*, yaitu bank syariah, untuk diproses dan digunakan sebagai usaha. Hasil usaha tersebut kemudian dibagi antara nasabah dan bank syariah berdasarkan nisbah yang telah disepakati, sesuai dengan perolehan hasil dari usaha tersebut. Prinsip bagi hasil ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu *al-mudharabah* dan *al-musyarakah*.

Menurut Hadits Qudsi diriwayatkan oleh Abu Hurairah bahwa Rasulullah SAW telah bersabda: “*Allah SWT telah berkata: saya menyertai dua pihak yang sedang berkongsi selama salah satu dari keduanya tidak mengkhianati yang lain, seandainya berkhianat maka saya keluar dari penyertaan tersebut.*” (HR. Abu Daud)”.

c. Prinsip jual beli

Pemahaman prinsip jual beli, bank sebagai agen melakukan pembelian terlebih dahulu terhadap barang yang dibutuhkan oleh nasabah dengan harga yang telah ditambahkan dengan margin atau keuntungan. Prinsip bagi hasil dalam jual beli dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu *al-mudharabah*, *salam*, dan *istisna*.

Menurut Shalih bin Suaib R.A. bahwa Rasulullah SAW bersabda: “*Tiga hal yang didalamnya terdapat keberkatan: jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah) dan mencampur adukkan dengan tepung untuk keperluan rumah bukan untuk dijual.*” (HR. Ibnu Majah)

d. Prinsip sewa (*Al-ijarah*)

Prinsip sewa-menyewa (*al-ijarah*) adalah perjanjian kontrak sewa antara penyewa dan pemilik aset. Pada prinsip ini, penyewa membayar biaya sewa kepada pemilik aset dan pemilik aset menerima ujah dari penyewa. Aset yang disewakan harus dikembalikan sesuai kesepakatan antara kedua belah pihak.

e. Prinsip jasa

Prinsip jasa melibatkan berbagai layanan non-pembiayaan yang disediakan oleh bank kepada nasabah. Prinsip ini mencakup berbagai produk seperti *wakalah*, *kafalah*, *hiwalah*, *ujr*, *sharf*, *qardh*, *rahn*, dan lain-lain..

2.4 Pengetahuan

2.4.1 Pengertian Pengetahuan

Menurut terjemahan dari Philip Kotler yang disusun oleh Hendra Teguh, Ronny A. Rusli, dan Benjamin Mola (2011), pengetahuan dapat diartikan sebagai perubahan perilaku seseorang yang terjadi akibat pengalaman. Menurut Yasin, Zarlis, dan Nasution (2022), pengetahuan dapat dijelaskan sebagai pemahaman atau ilmu yang diperoleh seseorang berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh individu tersebut.

Pengetahuan mencakup segala hal yang terdapat dalam pikiran seseorang setelah mengalami pengalaman yang melibatkan pengindraan terhadap suatu objek tertentu. Proses pengindraan ini melibatkan panca indera manusia, yaitu penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan perabaan. Mayoritas pengetahuan manusia diperoleh melalui penggunaan mata dan telinga sebagai alat indra utama (Nasir dkk., 2016).

Pengetahuan dapat dijelaskan sebagai kumpulan informasi yang dimiliki atau segala hal yang terkait dengan suatu subjek. Pengetahuan adalah hasil dari pengalaman yang mengubah perilaku individu, sebagaimana diungkapkan oleh Hendra Teguh, Ronny A. Rusli, dan Benjamin Mola (2011).

Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa pengetahuan merupakan segala sesuatu informasi dan data yang diperoleh berdasarkan hasil dari penelitian setelah dilakukan pengindraan terhadap suatu objek tertentu, lalu setelah paham maka timbul berbagai ide untuk melakukan penelitian terhadap objek yang telah diketahui yang nantinya juga akan dilakukan evaluasi atas apa yang sudah didapatkan.

2.4.2 Indikator Pengetahuan

Menurut Peter dan Olson pengetahuan dapat dikategorikan menjadi dapat tiga, yaitu pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk, pengetahuan

tentang manfaat produk dan pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan produk bagi konsumen (Firmansyah, 2018). Variabel pengetahuan ini akan menggunakan indikator-indikator dari Sumarwan (2011) yang dapat mengukur tingkat pengetahuan seorang konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Pengetahuan produk adalah kumpulan informasi yang meliputi aspek-aspek seperti jenis produk, merek, istilah yang terkait dengan produk, atribut atau fitur produk, harga produk, serta keyakinan atau kepercayaan terhadap produk tersebut.
- b. Pengetahuan pembelian mencakup pemahaman tentang berbagai aspek yang terkait dengan proses pembelian, seperti pengetahuan mengenai toko, lokasi produk di dalam toko, serta penempatan produk yang sesungguhnya di dalam toko tersebut.
- c. Pengetahuan pemakaian berkaitan dengan pemahaman tentang cara menggunakan atau mengonsumsi suatu produk, dan menyadari manfaat yang dapat diperoleh setelah produk tersebut digunakan oleh konsumen.

2.5 Sikap

2.5.1 Pengertian Sikap

Sikap merujuk pada kesiapan dan keadaan seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau perilaku. Sikap juga mencakup keyakinan-keyakinan individu mengenai objek atau situasi tertentu yang relatif stabil, yang menjadi dasar bagi individu untuk merespons dalam cara tertentu. Sikap memainkan peran penting dalam menentukan perilaku manusia, di mana respon sikap selalu terkait dengan perasaan suka atau tidak suka terhadap sesuatu (Jahja, 2011). Dalam konteks perbedaan individu seperti pengalaman, latar belakang, pendidikan, dan kecerdasan, respon yang muncul terhadap suatu objek akan berbeda di antara individu yang berbeda pula..

Menurut Spencer seperti yang dikutip dalam Sunyoto (2014), sikap mencerminkan status mental seseorang dan perhatian terhadap sikap berasal dari perbedaan individu. Sikap melibatkan interaksi manusia dengan objek tertentu, namun tidak melibatkan hubungan yang saling terkait antara objek satu dengan objek lainnya. Schiffman dkk. (2008) menyatakan bahwa sikap adalah

kecenderungan yang dipelajari untuk berperilaku secara positif atau negatif terhadap suatu objek. Dengan demikian, sikap dapat diartikan sebagai kecenderungan individu untuk memberikan respons terhadap suatu objek atau kelompok objek yang dipengaruhi oleh keterlibatan individu dengan objek tersebut. Sumarwan (2011:165) menjelaskan bahwa sikap konsumen adalah faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan (belief) dan perilaku (behavior).

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian sikap adalah suatu keadaan atau tingkah laku yang memberikan respon maupun tanggapan terhadap objek didasari keyakinan-keyakinan seseorang mengenai objek atau situasi yang relatif.

2.5.2 Indikator Sikap

Menurut Sunyoto (2014) sikap konsumen adalah kecenderungan yang dipelajari untuk memberikan respons terhadap penawaran produk, baik dalam situasi yang menguntungkan maupun tidak menguntungkan, secara konsisten.. Sikap melibatkan tiga komponen yang saling berhubungan antara lain:

- 1) Komponen Kognitif pada sikap meliputi pengetahuan, kepercayaan, dan pemikiran yang berhubungan dengan objek yang bersangkutan. Sebagai contoh, jika seorang konsumen diminta untuk mengekspresikan sikapnya terhadap Bank Syariah A, konsumen tersebut akan menunjukkan sikap tertentu, baik itu positif atau negatif, tergantung pada informasi, pengetahuan, dan pengalaman yang dimiliki terkait dengan bank syariah tersebut.
- 2) Komponen Afektif dalam sikap mencakup dimensi emosional yang terkait dengan objek. Objek tersebut dapat dirasakan sebagai menyenangkan atau tidak menyenangkan secara emosional. Perasaan konsumen terhadap objek sikap sangat dipengaruhi oleh faktor kognitif, seperti pengetahuan dan informasi yang dimiliki mengenai objek tersebut. Sebagai contoh, seorang konsumen dapat merasa sangat senang terhadap Bank Syariah karena memiliki pengetahuan dan informasi yang semuanya positif mengenai bank syariah tersebut.

- 3) Komponen Konatif dalam sikap melibatkan perilaku atau tindakan yang melibatkan kecenderungan untuk bertindak terhadap objek yang bersangkutan. Komponen ini tidak melibatkan perilaku yang sebenarnya, tetapi lebih merupakan keinginan atau niat untuk melakukan suatu tindakan. Dalam penelitian pemasaran, komponen konatif sering diukur melalui intensi untuk membeli, intensi untuk memilih merek, atau intensi terkait dengan perilaku pembelian lainnya.

2.6 Sharia Compliance

2.6.1 Pengertian *Sharia Compliance*

Sharia compliance merupakan seberapa taat sistem bank terhadap prinsip-prinsip syariah. Bank syariah adalah suatu kelembagaan keuangan yang berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, yang berarti bank tersebut mentaati ketentuan-ketentuan syariah Islam terkait dengan tata cara bermuamalat secara Islami (Antonio, 2001). Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 13/2/PBI/2011 tentang Pelaksanaan Fungsi Kepatuhan Bank Umum, kepatuhan mengacu pada nilai, perilaku, dan tindakan yang mendorong tercapainya patuh yang terpenuhi terhadap ketentuan Bank Indonesia dan peraturan undang-undang yang berlaku, lalu begitupun juga prinsip syariah bagi bank umum syariah dan unit usaha syariah. Oleh karena itu, *syaria compliance* merupakan komponen penting dalam konteks ini (Zamroni & Wahibur, 2016).

Menurut Nurhisam (2016), *syaria compliance* atau kepatuhan syariah memiliki peran yang sangat penting dalam industri keuangan syariah, baik dalam aspek manajemen maupun fungsional. Hal ini didukung oleh adanya Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang telah dibentuk dan diwajibkan pada setiap lembaga keuangan syariah, khususnya bank, untuk mengawasi pelaksanaan prinsip-prinsip Islam dalam operasional mereka. Kepatuhan syariah merupakan syarat yang harus dipenuhi oleh lembaga keuangan syariah agar dapat menjalankan operasionalnya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang berlaku. Dalam perspektif masyarakat, terutama nasabah layanan bank syariah, *syaria compliance* diharapkan memiliki integritas dan kredibilitas yang sebanding dengan bank syariah itu sendiri (Gampito, 2017).

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian *sharia compliance* adalah bentuk ketaatan yang harus dipenuhi bagi industri keuangan syariah yang merupakan komponen penting berdasarkan kajian Islam yang berlaku dimana dalam hal tersebut sangat didukung karena sudah dibentuknya Dewan Pengawas Syariah (DPS) dan diwajibkannya Dewan Pengawas Syariah (DPS) dalam hal mengawasi.

2.6.2 Indikator *Sharia Compliance*

Beberapa kegiatan operasional pada lembaga keuangan syariah harus mentaati prinsip-prinsip syariah, berikut indikator kepatuhan syariah dalam operasional perbankan syariah (Yarmunida, 2018):

a. Tidak Ada Riba dalam Transaksi Bank

Secara etimologi dan terminologi, riba (riba *nasiah*) merujuk pada tambahan atau kelebihan yang dibayarkan dalam transaksi utang-piutang (Tho'in, 2016). Secara umum, riba dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu riba utang-piutang dan riba jual beli. Bagian pertama dibagi menjadi riba *qardh* dan riba *jahiliyyah*. Riba *qardh* merujuk pada nilai yang berlebih secara tertentu yang disyaratkan kepada pihak yang berhutang. Sedangkan riba *jahiliyyah* merujuk pada utang yang dibayarkan melebihi jumlah pinjaman pokok, karena peminjam tidak dapat membayar sesuai tenggang waktu yang sudah disepakati.

Dalam bagian kedua, riba jual beli dapat dibagi menjadi riba *fadh*l dan riba *nasiah*. Riba *fadh*l terjadi ketika terjadi pertukaran barang sejenis, tetapi dengan total yang berlebih karena salah satu pihak mensyaratkan demikian. Riba *nasiah* terjadi ketika terdapat penundaan diserahkannya jenis barang *ribawi* yang ditukar dengan jenis barang *ribawi* lainnya. Riba *nasiah* terjadi ketika terdapat perbedaan, perubahan, atau penambahan antara barang yang diserahkan saat ini dengan yang akan diserahkan di kemudian hari.

Dalam hal ini lembaga keuangan syariah tidak menggunakan bunga sehingga bebas riba dalam transaksinya. seperti yang terdapat pada firman Allah pada surah Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
 مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ
 الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ
 وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ه

Artinya: Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhannya (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya

Berdasarkan ayat ini, para ulama Indonesia mendirikan bank bebas bunga berdasarkan ayat ini karena Allah telah menyatakan bahwa riba adalah haram dan jual beli adalah halal. Selain itu, Allah juga melarang memakan harta orang lain dengan cara yang tidak benar (Zaroni, 2016).

b. Terhindar dari *Bai Al-'Inah*

Dalam penjelasan yang dikutip dari Oni Sahroni (2007), *ba'i al-'inah* dapat dibedakan dari perspektif pembeli dan penjual. Dalam perspektif pembeli, *ba'i al-'inah* terjadi ketika mereka membeli suatu barang secara tunai sesuai kesepakatan, dengan tujuan untuk menjualnya kembali kepada penjual awal dengan harga yang lebih rendah. Sedangkan dari perspektif penjual, *ba'i al-'inah* terjadi ketika mereka menjual barang secara tunai dengan kesepakatan bahwa mereka akan membeli kembali barang tersebut dari pembeli dengan harga yang lebih rendah.

c. Terhindar dari *Gharar*

Menurut para ulama *fiqh*, *gharar* adalah suatu sifat yang menyebabkan ketidakpastian terhadap beberapa elemen penting dalam transaksi. Dengan kata

lain, gharar diartikan sebagai adanya ketidakpastian terkait dengan kualitas, kuantitas, harga, dan waktu penyerahan barang yang menjadi objek transaksi. Hal ini dapat berdampak merugikan bagi kedua belah pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut.

Dalam Islam, transaksi harus berdasarkan pada prinsip kesetaraan antara kedua belah pihak, di mana keduanya harus memiliki informasi yang sama. Hal ini bertujuan untuk menghindari terjadinya salah satu pihak yang merasa dirugikan karena adanya informasi yang disembunyikan atau tidak diketahui. Dengan kata lain, prinsip ini menekankan pentingnya transparansi dan saling memberikan informasi yang relevan dalam sebuah transaksi untuk mencegah adanya ketidakadilan atau penipuan.

d. Terhindar dari *Maisir*

Dalam bahasa Arab, *maisir* juga dikenal dengan sebutan qimar yang memiliki makna perjudian. *Maisir* merujuk pada transaksi yang bergantung pada kondisi yang tidak menentu atau didasarkan pada faktor keberuntungan. Secara sederhana, maisir dapat diartikan sebagai permainan di mana salah satu pihak akan menderita kerugian yang ditanggung oleh orang lain akibat permainan tersebut. Dalam setiap permainan atau pertandingan, harus dihindari situasi di mana satu pihak menanggung beban yang ditimpakan pada pihak lainnya (*zero sum game*). Keharaman *maisir* berdasarkan QS. Al-Maidah ayat 90 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ
عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ .

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, sesungguhnya minuman keras, berjudi, (berkorban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan anak panah adalah perbuatan keji (dan) termasuk perbuatan setan. Maka, jauhilah (perbuatan-perbuatan) itu agar kamu beruntung.

Dalam dunia perbankan syariah, transaksi yang memiliki nilai mengandung maisir adalah jual beli valuta asing dan perdagangan di pasar modal. Panduan

operasional untuk transaksi jual beli mata uang telah diatur dalam fatwa DSN-MUI Nomor 28/DSNMUI/III/2002, sedangkan pedoman umum penerapan prinsip syariah di pasar modal terdapat dalam fatwa DSN-MUI No. 40/DSN-MUI/X/2003 dan Fatwa DSN-MUI Nomor 80/DSNMUI/III/2011. (Miti Yarmunida, 2018).

2.7 Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan penjelasan mengenai persamaan dan perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan penelitian ini yaitu :

1. Handayani (2022)

Penelitian yang dilakukan Handayani berjudul “Pengaruh Pengetahuan dan Sikap terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah dengan Faktor Religiusitas sebagai *Moderating Variable*”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku memilih bank syariah dengan, sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku memilih bank syariah.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel independen yaitu pengetahuan dan sikap. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel dependen yaitu meneliti tentang perilaku memilih bank syariah dan terdapat variabel yang memoderasi yaitu faktor religiusitasnya sedangkan dalam penelitian ini variabel dependennya adalah meneliti keputusan dalam memilih bank syariah tanpa variabel moderasi.

2. Riza dkk. (2019)

Penelitian yang dilakukan Riza berjudul “Analisis Pengaruh Pengetahuan, Kepribadian, dan Reputasi terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Banda Aceh”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel bebas seperti pengetahuan, kepribadian dan reputasi berpengaruh terhadap variabel terikat yakni keputusan nasabah memilih bank syariah di kota Banda Aceh.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel independen yaitu pengetahuan dan variabel dependen yaitu keputusan memilih

bank syariah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah bahwa penelitian sekarang tidak meneliti pengaruh dari kepribadian dan reputasi.

3. Firmansyah (2019)

Penelitian yang dilakukan Firmansyah berjudul “Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan menjadi Nasabah Perbankan Syariah”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan pengetahuan Nasabah berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BNI Syariah KC Surabaya.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel independen yaitu pengetahuan dan variabel dependen yaitu keputusan memilih bank syariah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah bahwa penelitian sekarang tidak meneliti tentang pengaruh dari kualitas pelayanan. Kemudian yang membedakan dari penelitian sekarang adalah terletak pada objek yang diteliti penelitian terdahulu adalah karyawan Bank BNI Syariah KC Surabaya sedangkan penelitian sekarang adalah masyarakat sebagai nasabah di Kecamatan Sumpalsari.

4. Apriyanti (2021)

Penelitian yang dilakukan Apriyanti berjudul “Analisis Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah”. Hasil membuktikan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam memilih bank Islam. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Motivasi variabel berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah. Variabel agama memiliki berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah, sedangkan variabel sikap tidak berpengaruh signifikan mempengaruhi nasabah dalam memilih bank syariah

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel independen yaitu pengetahuan dan sikap dan variabel dependen yaitu keputusan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah bahwa penelitian ini

tidak meneliti pengaruh dari kualitas produk, promosi, motivasi serta agama terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank syariah.

5. Wardana (2016)

Penelitian yang dilakukan Pasi berjudul “Pengaruh Pertimbangan, Pengetahuan, Sikap Nasabah terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Bank Syariah di Kota Denpasar”. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan pelanggan berpengaruh secara signifikan dengan sikap pelanggan, pengetahuan pelanggan namun tidak berdampak positif signifikan terhadap keputusan pelanggan. Variabel sikap pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel independen yaitu pengetahuan dan variabel dependen yaitu keputusan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu menempatkan sikap sebagai variabel intervening.

6. Irawan & Sudewi (2021)

Penelitian yang dilakukan Irawan & Sudewi berjudul “Pengaruh *Sharia Compliance* terhadap Keputusan menjadi Nasabah pada Baitul Maal Mat Tamwil (BMT)”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *marketing-mix* syariah dan *syariah compliance* mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah pada BMT Assyafi'iyah.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel independen yaitu *sharia compliance* dan variabel dependen yaitu keputusan. Kemudian yang membedakan dari penelitian sekarang adalah terletak pada subjek yang diteliti penelitian terdahulu adalah pada Baitul Maal Mat Tamwil (BMT) sedangkan penelitian sekarang adalah perbankan syariah.

7. Zamroni (2016)

Penelitian yang dilakukan Zamroni berjudul “Pengaruh *Marketing Mix* dan *Syariah Compliance* terhadap Keputusan Nasabah memilih Bank Umum Syariah Di Kudus”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan *marketing mix* yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi dan *syariah compliance* secara signifikan mempengaruhi keputusan nasabah memilih bank umum syariah di Kudus.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel independen yaitu *sharia compliance* dan variabel dependen yaitu keputusan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah bahwa penelitian sekarang tidak meneliti tentang pengaruh dari *marketing mix*.

8. Prastiwi (2018)

Penelitian yang dilakukan Prastiwi berjudul “Pengaruh Persepsi Anggota pada *Sharia Compliance*, Komitmen Agama dan Atribut Produk Islam Terhadap *Customer’s Trust* yang Berdampak pada Keputusan Menggunakan Jasa Lembaga Keuangan Syariah (Studi Pada Bmt Amanah Ummah Sukoharjo)”. Hasil uji hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh persepsi anggota pada *sharia compliance*, komitmen agama dan atribut produk Islam masing-masing berpengaruh secara signifikan dan terhadap keputusan menggunakan jasa lembaga keuangan syariah.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel independen yaitu *sharia compliance* dan variabel dependen yaitu keputusan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah bahwa penelitian sekarang tidak meneliti pengaruh dari komitmen agama dan atribut produk Islam terhadap *Customer’s Trust*. Kemudian perbedaan penelitian ini adalah terletak pada objek yang diteliti. Penelitian terdahulu adalah hanya mengambil objek pada anggota Bmt Amanah Ummah Sukoharjo sedangkan penelitian sekarang adalah masyarakat di Kecamatan Summersari.

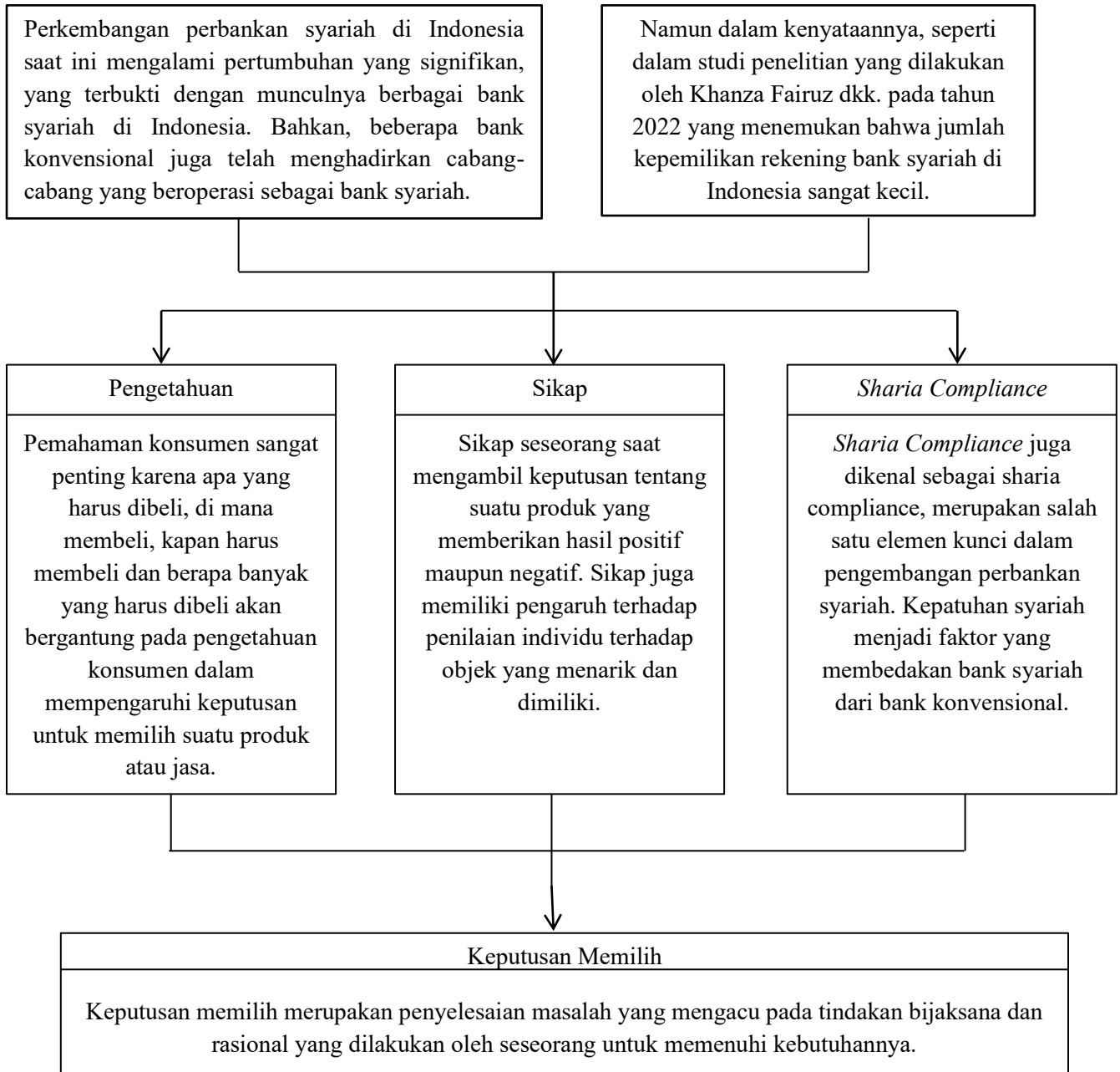
Terdapat beberapa ulasan penelitian terdahulu yang telah dilakukan yang dapat digunakan sebagian acuan yaitu

Tabel 2. 1 Penyajian Rangkuman Penelitian Sebelumnya

No	Nama Penelitian	Variabel-Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil
1	Handayani, dkk (2022)	Pengetahuan, Sikap, Perilaku Memilih Bank Syariah, dan Religiusitas	Analisis Regresi Linear Berganda	Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku memilih bank syariah dengan, sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku memilih bank syariah
2	Riza dkk. (2019)	Pengetahuan, Kepribadian, Reputasi dan Keputusan Memilih	Analisis Regresi Linear Berganda	Semua variabel bebas seperti pengetahuan, kepribadian dan reputasi berpengaruh terhadap variabel terikat yakni keputusan nasabah memilih bank syariah
3	Firmansyah (2019)	Pengetahuan, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Menjadi Nasabah	Analisis Regresi Berganda	Pengetahuan Nasabah (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BNI Syariah KC Surabaya.
4	Apriyanti (2021)	Pengetahuan, Kualitas Produk, Promosi, Motivasi, Agama, Sikap, dan Keputusan Nasabah Dalam Memilih	Analisis Regresi Berganda	Hasil membuktikan bahwa variabel Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam memilih bank Islam. sedangkan variabel sikap tidak berpengaruh signifikan mempengaruhi nasabah dalam memilih bank syariah. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan pelanggan berpengaruh secara signifikan dengan sikap pelanggan, pengetahuan pelanggan namun tidak berdampak positif signifikan terhadap keputusan pelanggan. Variabel sikap
5	Wardana (2016)	Pengetahuan, Sikap, dan Keputusan Nasabah Memilih	Regresi Berganda Linier	

No	Nama Penelitian	Variabel-Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil
6	Irawan & Sudewi (2021)	<i>Syariah Compliance</i> dan Keputusan Menjadi Nasabah	Analisis Linier Regresi Sederhana	<p>pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan</p> <p>Berdasarkan hasil analisis data yang menunjukkan bahwa <i>marketing-mix syariah</i> dan <i>syariah compliance</i> mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah pada BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional di Kecamatan Gading Rejo Kabupaten Pringsewu.</p> <p>Berdasarkan Uji F dihasilkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, ($11.689 > 2.290$) yang berarti marketing mix yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi dan <i>syariah compliance</i> secara signifikan mempengaruhi keputusan nasabah memilih bank umum syariah di Kudus.</p>
7	Zamroni (2016)	Marketing Mix, <i>Syariah Compliance</i> dan Keputusan Nasabah Memilih	Analisis Regresi Berganda	<p>Hasil uji hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh persepsi anggota pada <i>sharia compliance</i>, komitmen agama dan atribut produk Islam masing-masing berpengaruh secara signifikan dan terhadap keputusan menggunakan jasa lembaga keuangan syariah.</p>
8	Prastiwi (2018)	Persepsi Anggota, <i>Sharia Compliance</i> , Komitmen Agama, Atribut Produk Islam, <i>Customer's Trust</i> , dan Keputusan	Analisis Regresi Berganda	<p>Hasil uji hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh persepsi anggota pada <i>sharia compliance</i>, komitmen agama dan atribut produk Islam masing-masing berpengaruh secara signifikan dan terhadap keputusan menggunakan jasa lembaga keuangan syariah.</p>

2.8 Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian

2.9 Perumusan Hipotesis

Berdasarkan penjelasan kerangka konseptual, maka hipotesis penelitian yang diajukan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

2.9.1 Pengaruh Pengetahuan terhadap Keputusan Memilih

Pengetahuan adalah segala hal yang ada dalam pikiran seseorang setelah mengalami pengindraan terhadap suatu objek. Pengindraan ini melibatkan penggunaan pancaindra manusia seperti penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa, dan raba (Nasir dkk., 2016). Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui indera penglihatan dan pendengaran. Pengetahuan konsumen mencakup informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai produk dan jasa, serta informasi yang berkaitan dengan perannya sebagai konsumen. Memahami pengetahuan konsumen sangat penting karena pengetahuan tersebut akan berpengaruh pada keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen (Handayani dkk., 2022).

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Riza dkk. (2019) dan Firmansyah (2019) yang menghasilkan bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan. terhadap keputusan memilih. Dalam penelitian Handayani dkk. (2022) juga membuktikan dengan hasil penelitian pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku memilih bank syariah. Selanjutnya dalam penelitian Apriyanti (2021) menunjukkan hasil membuktikan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam memilih bank Islam. H1: Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih.

2.9.2 Pengaruh Sikap terhadap Keputusan Memilih

Agama memiliki peranan yang penting dalam membentuk kepercayaan, sikap dan pengetahuan seseorang, karena dalam ajaran agama diajarkan hal-hal yang dilarang untuk dilakukan dan hal-hal apa saja yang dibolehkan untuk dilakukan. Hal ini sejalan dengan penelitian Awan dan Azhar sebagaimana dikutip Ivany Rachmawati bahwa agama berperan penting dalam membentuk

kepercayaan, sikap dan pengetahuan seseorang dimana hal tersebut akan memiliki dampak pada keputusan konsumen (Rachmawati, 2017).

Menurut Schiffman dkk. (2008) sikap adalah kecenderungan yang dipelajari dalam berperilaku dengan cara yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu obyek tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sikap adalah kecenderungan memberikan tanggapan pada suatu objek atau sekelompok objek yang dipengaruhi oleh keterlibatan konsumen dalam objek tersebut. Menurut Sumarwan (2011) sikap konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan (belief) dan perilaku (behavior).

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardana (2016) yang menghasilkan bahwa sikap berpengaruh terhadap keputusan memilih. Dalam penelitian Handayani dkk. (2022) juga membuktikan dengan hasil penelitian sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku memilih bank syariah. Selanjutnya dalam penelitian Handayani, dkk. (2022) menunjukkan hasil penelitian bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku memilih bank syariah.

H2: Sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih

2.9.3 Pengaruh *Sharia Compliance* terhadap Keputusan Memilih

Sharia compliance adalah bentuk ketaatan yang harus dipenuhi bagi industri keuangan syariah yang merupakan komponen penting berdasarkan kajian Islam yang berlaku. Amanah dan keyakinan utama masyarakat terhadap perbankan syariah adalah mengikuti prinsip syariah dalam setiap transaksi atau akad. Tanpa memperhatikan prinsip syariah dalam setiap transaksi, masyarakat akan kehilangan keistimewaan terhadap perbankan yang mereka cari, sehingga hal ini mempengaruhi keputusan mereka untuk tetap menggunakan layanan perbankan syariah atau tidak. Dengan kata lain, ketidakpatuhan terhadap hukum syariah berdampak negatif pada citra bank syariah dan dapat menimbulkan dampak buruk oleh nasabahnya (Gampito, 2017).

Berdasarkan hasil penelitian oleh Dedi Irawan dan Sudewi (2021) dengan judul Pengaruh *Syaria Compliance* terhadap Keputusan menjadi Nasabah

menyatakan bahwa *syaria compliance* memiliki pengaruh yang cukup kuat. Hasil penelitian tersebut juga diperkuat dengan adanya hasil penelitian dari Prastiwi (2018) dengan judul pengaruh *marketing mix* dan *syariah compliance* terhadap keputusan nasabah memilih bank umum syariah (studi kasus pada Generasi Milenial Yogyakarta) bahwa *syaria compliance* secara positif berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih bank umum syariah. Selanjutnya dalam penelitian Zamroni (2016) menunjukkan hasil penelitian bahwa *syaria compliance* secara signifikan mempengaruhi keputusan nasabah memilih bank umum syariah di Kudus. Berdasarkan penelitian tersebut, maka hipotesis yang ada:

H3: *Sharia Compliance* berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan, Sikap, dan *Sharia Compliance* terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah di Kecamatan Summersari Jember. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Menurut Sugiyono (2017), *explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Alasan utama peneliti ini menggunakan metode penelitian *explanatory* ialah untuk menguji hipotesis yang diajukan, maka diharapkan dari penelitian ini dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antara variabel bebas dan terikat yang ada di dalam hipotesis.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan bentuk penelitian survei. Paradigma kuantitatif atau penelitian kuantitatif menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Indriantoro dan Supomo, 2014). Menurut Siregar (2011), mendefinisikan bahwa penelitian survei merupakan penelitian dengan tidak melakukan perubahan (tidak ada perlakuan khusus) terhadap variabel-variabel yang diteliti. Setelah selesai disusun, instrumen survei tersebut kemudian dikomunikasikan kepada responden untuk mendapatkan respon.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi ialah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga (Masri dan Sofian, 1989), sedangkan menurut Indrianto dan Supomo (2014) populasi yaitu sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank syariah di Kecamatan Summersari Jember.

Besarnya populasi tidak memungkinkan untuk dipelajari secara keseluruhan, maka dari itu sampel yang digunakan perlu *representative* atau mewakili. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan

nonprobability sampling dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018) *Non probability* sampling merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi saat akan dipilih sebagai sampel. Sedangkan teknik *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2018) adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Digunakan teknik tersebut dikarenakan peneliti tidak dapat mengakses data resmi nasabah bank syariah dari pihak bank sehingga teknik pengambilan sampel ini dengan menetapkan dan mengajukan syarat-syarat tertentu agar suatu sampel dapat dipilih untuk mengisi kuesioner penelitian. Kriteria-kriteria yang ditetapkan antara lain :

- a. Responden sudah menjadi nasabah bank syariah di tujuh bank syariah dari tiga kecamatan di Kabupaten Jember sesuai dengan fenomena langsung di lapangan yang telah dilihat oleh peneliti
- b. Responden merupakan nasabah aktif atau nasabah yang masih melakukan kegiatan transaksi dengan bank syariah di tujuh bank syariah dari tiga kecamatan di Kabupaten Jember sesuai dengan fenomena langsung di lapangan yang telah dilihat oleh peneliti dengan jangka waktu minimal satu bulan.

Menurut Hair et al (2017) jumlah minimum sampel yang sebaiknya dipakai yaitu 10 kali dari jumlah seluruh indikator. Secara umum ukuran sampel yang lebih dari 100 lebih baik, akan tetapi ukuran sampel yang lebih kecil dari 100 dapat diterima, tergantung dari latar belakang penelitian (Hair et al: 2018). Menurut Sugiyono (2017) pada analisis *multivariate*, paling sedikit jumlah anggota sampel yaitu 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Pada penelitian ini memiliki 15 item indikator pernyataan, maka ukuran sampel yang dibutuhkan sejumlah $15 \times 10 = 150$ sampel yang merupakan nasabah bank syariah di Kabupaten Jember.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data jenis data kuantitatif. Data tersebut berbentuk angka yang diperoleh dari kuisioner jawaban responden penelitian, kemudian data tersebut diolah menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika.

3.4 Identifikasi Variabel

Variabel penelitian merujuk pada atribut, sifat, atau nilai yang ada pada individu, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian digunakan untuk mengambil kesimpulan (Sugiyono, 2012). Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dua variabel, yaitu :

3.4.1 Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2012), variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel Dependen pada penelitian ini adalah keputusan memilih yang dinotasikan dengan Y.

3.4.2 Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2012), variabel independen sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam Bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel Independen pada penelitian ini adalah pengetahuan yang dinotasikan dengan X1, sikap yang dinotasikan X2 dan *sharia compliance* yang dinotasikan dengan X3.

3.5 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

3.5.1 Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini memerlukan definisi operasional yang dimasukkan untuk memberikan gambaran agar tidak menimbulkan salah pengertian di dalam interpretasinya. Definisi operasional juga bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas terhadap permasalahan dan data yang digunakan. Definisi operasional

variabel yang berkaitan dengan proses analisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Variabel Dependen

Keputusan memilih adalah suatu langkah untuk menemukan solusi terhadap suatu masalah dengan cara mengenali masalah tersebut, mencari informasi mengenai berbagai pilihan tindakan yang tersedia, dan kemudian melakukan pemilihan perilaku yang tepat dan rasional untuk memenuhi kebutuhan individu. Hal ini bertujuan agar dapat mengatasi hambatan atau kendala yang mungkin muncul terhadap rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Menurut (Azizah dan Azizah, 2021) keputusan pembelian konsumen diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

- 1) Tahap pengenalan masalah melibatkan kesadaran konsumen terhadap adanya masalah atau kebutuhan yang harus diatasi atau dipenuhi.
- 2) Pada tahap pencarian informasi, konsumen melakukan upaya untuk mencari informasi mengenai berbagai pilihan produk atau jasa yang tersedia.
- 3) Evaluasi alternatif melibatkan proses penilaian konsumen terhadap manfaat dan nilai dari setiap alternatif produk atau jasa yang dipertimbangkan.
- 4) Keputusan pembelian adalah tahap di mana konsumen memilih satu alternatif dan melakukan transaksi pembelian.
- 5) Pasca setelah pembelian, konsumen akan menunjukkan perilaku pasca pembelian yang dapat mencakup kepuasan terhadap produk atau jasa yang dibeli, serta keputusan untuk melakukan pembelian berulang atau menjadi pelanggan setia.

b. Variabel Independen

Variabel bebas adalah variabel yang berpengaruh dan mempengaruhi variabel terikat yang bernetasi. Dalam penelitian ini variabel bebas yang akan digunakan meliputi :

1) Variabel Pengetahuan (X1)

Pengetahuan adalah hasil dari pengindraan terhadap suatu objek yang melibatkan penerimaan informasi dan data. Setelah memperoleh pengetahuan, muncul ide-ide baru untuk melakukan penelitian lebih lanjut terhadap objek yang

telah diketahui. Selanjutnya, pengetahuan tersebut dievaluasi untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam. Variabel pengetahuan ini akan menggunakan indikator-indikator dari Sumarwan (2011) yang dapat mengukur tingkat pengetahuan seorang konsumen adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan Produk adalah kumpulan informasi yang meliputi aspek-aspek seperti jenis produk, merek, istilah yang terkait dengan produk, atribut atau fitur produk, harga produk, serta keyakinan atau kepercayaan terhadap produk tersebut.
2. Pengetahuan Pembelian mencakup pemahaman tentang berbagai aspek yang terkait dengan proses pembelian, seperti pengetahuan mengenai toko, lokasi produk di dalam toko, serta penempatan produk yang sesungguhnya di dalam toko tersebut.
3. Pengetahuan Pemakaian berkaitan dengan pemahaman tentang cara menggunakan atau mengonsumsi suatu produk, dan menyadari manfaat yang dapat diperoleh setelah produk tersebut digunakan oleh konsumen.

2) Variabel Sikap (X2)

Sikap adalah suatu keadaan atau tingkah laku yang memberikan espon maupun tanggapan terhadap objek didasari keyakinan-keyakinan seseorang mengenai objek atau situasi yang relatif. Sikap melibatkan tiga komponen yang saling berhubungan antara lain:

1. Komponen Kognitif pada sikap meliputi pengetahuan, kepercayaan, dan pemikiran yang berhubungan dengan objek yang bersangkutan.
2. Komponen Afektif dalam sikap mencakup dimensi emosional yang terkait dengan objek. Objek tersebut dapat dirasakan sebagai menyenangkan atau tidak menyenangkan secara emosional. Perasaan konsumen terhadap objek sikap sangat dipengaruhi oleh faktor kognitif, seperti pengetahuan dan informasi yang dimiliki mengenai objek tersebut.
3. Komponen Konatif dalam sikap melibatkan perilaku atau tindakan yang melibatkan kecenderungan untuk bertindak terhadap objek yang bersangkutan. Komponen ini tidak melibatkan perilaku yang sebenarnya, tetapi lebih merupakan keinginan atau niat untuk melakukan suatu tindakan.

3) Variabel *Sharia Compliance* (X3)

Sharia compliance adalah bentuk ketaatan yang harus dipenuhi bagi industri keuangan syariah yang merupakan komponen penting berdasarkan kajian Islam yang berlaku. Pengukuran variabel *sharia compliance* dalam hal ini menggunakan indikator dari (Miti Yarmunida, 2018), yaitu:

a. Tidak Ada Riba dalam Transaksi Bank

Secara etimologi dan terminologi riba (riba nasiah) adalah tambahan/kelebihan bayar dalam transaksi utang piutang (Tho'in, 2016).

b. Terhindar dari *Bai Al-'Inah*

Dalam penjelasan yang dikutip dari Oni Sahroni (2007), dalam perspektif pembeli, *ba'i al-'inah* terjadi ketika mereka membeli suatu barang secara tunai sesuai kesepakatan, dengan tujuan untuk menjualnya kembali kepada penjual awal dengan harga yang lebih rendah. Sedangkan dari perspektif penjual, *ba'i al-'inah* terjadi ketika mereka menjual barang secara tunai dengan kesepakatan bahwa mereka akan membeli kembali barang tersebut dari pembeli dengan harga yang lebih rendah..

c. Terhindar dari Gharar

Gharar adalah kondisi secara tidak pasti terhadap objek transaksi, termasuk ketidakpastian mengenai kualitas, kuantitas, harga, dan waktu penyerahan barang. Keberadaan gharar dalam transaksi dapat merugikan pihak yang terlibat.

d. Terhindar dari Maisir

Maisir merujuk pada permainan atau aktivitas yang melibatkan risiko dan keuntungan yang tidak pasti, di mana salah satu pihak mungkin akan menanggung kerugian yang dihasilkan oleh aktivitas tersebut. (Miti Yarmunida, 2018).

3.5.2 Skala Pengukuran

Skala pengukuran dari penelitian ini adalah skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengevaluasi sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial. (Sugiyono, 2014:93). Tingkat pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert yang skala pengukurannya adalah sebagai berikut.

Dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dalam bentuk checklist dengan memberi tanda (\surd) sebagai bentuk instrument penelitian, maka jawaban jawaban dari pilihan tersebut diberikan skor sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju : skor 5
- b. Setuju : skor 4
- c. Cukup Setuju : skor 3
- d. Tidak Setuju : skor 2
- e. Sangat Tidak Setuju : skor 1

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2014), Uji validitas adalah metode pengukuran yang digunakan dalam kuesioner untuk menentukan sejauh mana data yang terkumpul pada objek penelitian sesuai dengan data yang dilaporkan oleh peneliti. Validitas mengacu pada tingkat keakuratan antara data yang ada dan data yang dapat diandalkan yang disampaikan oleh peneliti. Untuk menguji validitas dari pertanyaan, dengan taraf signifikansi (α) = 5% digunakan rumus koefisien korelasi product moment (Siregar, 2011).

Untuk menguji tingkat validitas ini menggunakan aplikasi SPSS 25.0 dengan membandingkan nilai koefisien atau r – hitung dengan r – tabel pada taraf signifikan 5%. Apabila nilai r – hitung $>$ r – tabel maka dapat dikatakan valid dan apabila nilai r – hitung $<$ r – tabel maka dapat dikatakan tidak valid (Sujarweni: 2015).

b. Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2011), tujuan dari pengukuran reliabilitas adalah untuk mengevaluasi sejauh mana konsistensi hasil pengukuran saat dilakukan pengukuran berulang terhadap fenomena yang sama, dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur menggunakan Alpha Cronbach, yang merupakan teknik atau rumus yang digunakan untuk menilai apakah instrumen penelitian tersebut dapat diandalkan atau tidak.

Selanjutnya teknik perhitungan uji reliabilitas akan dilakukan secara otomatis menggunakan software SPSS 25.0 Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.60 (Sujarweni, 2015).

3.6.2 Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2012), statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran tentang objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi secara langsung, tanpa melakukan analisis atau membuat kesimpulan umum. Dalam penelitian ini, terdapat sejumlah data yang cukup banyak, sehingga digunakan tabel distribusi frekuensi. Tabel distribusi frekuensi disusun karena jumlah data yang besar, sehingga menggunakan tabel biasa menjadi tidak efisien dan kurang komunikatif (Sugiyono, 2012).

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum peneliti melakukan uji hipotesis, penting untuk melakukan uji asumsi klasik. Uji ini bertujuan untuk memastikan bahwa penggunaan model tidak mengandung bias. Uji asumsi klasik menjadi syarat yang harus terpenuhi sebelum melakukan analisis untuk menguji hipotesis (Sugiyono dan Susanto, 2015). Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Pada dasarnya, dalam penelitian dilakukan prosedur sampling untuk memilih sampel. Namun, masih ada kemungkinan adanya penyimpangan. Oleh karena itu, dilakukan uji normalitas terhadap sampel yang diambil untuk menjawab apakah sampel tersebut berasal dari populasi yang memiliki distribusi normal. Salah satu metode yang digunakan untuk menganalisis normalitas adalah uji *Kolmogorov-Smirnov*. Uji normalitas dilakukan dengan mendasarkan pada uji *Kolmogorov-Smirnov* (KS) dengan nilai p 2 sisi (*two tailed*) (Sugiyono dan Susanto, 2015).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengevaluasi adanya kemiripan atau keterkaitan antara variabel independen dalam sebuah model. Kemiripan ini dapat menghasilkan korelasi yang kuat antara variabel independen. Untuk menentukan apakah terjadi multikolinieritas, kita dapat menggunakan VIF (*Variance Inflation*

Factor). Jika VIF (*Variance Inflation Factor*) yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas (Sujarweni, 2015).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut dengan Homokedastisitas. Dan jika varians berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya, maka disebut Heteroskedastisitas (Sugiyono dan Susanto, 2015).

$$Du(1.774) < \text{Durbin Watson } (2,271) < 4-1.774 \text{ (2.226)}$$

3.6.4 Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda suatu analisis untuk menguji signifikansi pengaruh pengetahuan, sikap, dan *sharia compliance* terhadap keputusan memilih dengan menggunakan rumus yang dikutip dari Riduan dan Akdom (2007) yang diolah dengan menggunakan sistem komputersasi program SPSS 25.0 yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Memilih

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃, = Koefisien regresi

X₁ = pengetahuan

X₂ = sikap

X₃ = *sharia compliance*

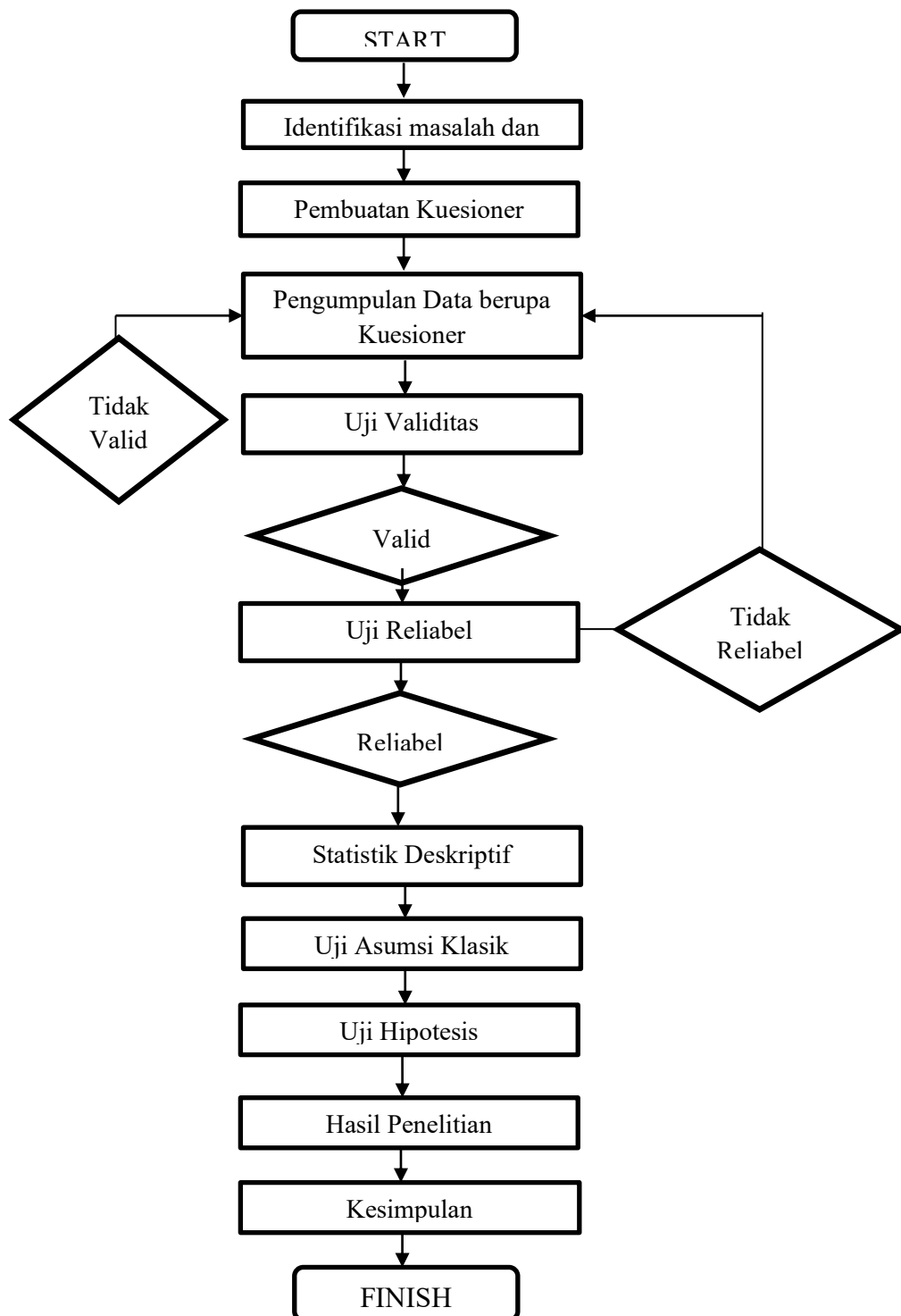
E = standard error

b. Uji t

Uji ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat apakah bermakna atau tidak. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara nilai thitung masing-masing variabel bebas dengan nilai ttabel dengan derajat kesalahan 5% dalam arti ($\alpha = 0.05$). Apabila

nilai thitung \geq ttabel, maka variabel bebasnya memberikan pengaruh bermakna terhadap variabel terikat.

3.7 Kerangka Pemecahan Masalah



Gambar 3. 1 Kerangka Pemecahan Masalah

BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi karakteristik responden merupakan informasi penelitian yang didapatkan dari responden berdasarkan karakteristik individu yang menjadi sampel penelitian yaitu nasabah perbankan syariah di Kabupaten Jember. Penentuan sampel dalam penelitian ini memiliki ciri-ciri responden sebagai berikut:

- a. Responden sudah menjadi nasabah bank syariah di kecamatan Kaliwates, Patrang, dan Sumbersari, Kabupaten Jember.
- b. Responden merupakan nasabah aktif atau nasabah yang masih melakukan kegiatan transaksi di bank syariah di kecamatan Kaliwates, Patrang, dan Sumbersari, Kabupaten Jember dengan jangka waktu minimal satu bulan.

Menurut Hair et al (2017) jumlah minimum sampel yang sebaiknya dipakai yaitu 10 kali dari jumlah seluruh indikator. Secara umum ukuran sampel yang lebih dari 100 lebih baik, akan tetapi ukuran sampel yang lebih kecil dari 100 dapat diterima, tergantung dari latar belakang penelitian (Hair et al: 2018). Menurut Sugiyono (2017) pada analisis *multivariate*, paling sedikit jumlah anggota sampel yaitu 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Pada penelitian ini memiliki 15 item indikator pernyataan, maka ukuran sampel yang dibutuhkan sejumlah $15 \times 10 = 150$ sampel yang merupakan nasabah bank syariah di Kabupaten Jember.

4.1.2 Karakteristik Responden

Penelitian yang dilakukan pada nasabah bank syariah di Jember dimulai tanggal 10 Juni 2023 hingga 5 Juli 2023 dengan menggunakan non probability sampling dengan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Kriteria responden pada penelitian ini yaitu merupakan nasabah bank syariah di Kabupaten Jember dan merupakan nasabah aktif atau nasabah yang masih melakukan kegiatan transaksi di bank syariah di Kabupaten Jember dengan jangka waktu minimal satu bulan. Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu 25 hari, dan telah terkumpul 150 responden, penyebaran kuesioner dilakukan dengan

menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form* ke beberapa platform media sosial yang beranggotakan pelajar atau mahasiswa, karyawan swasta, ASN, wiraswasta, hingga guru di sekitar peneliti lalu disebarakan kembali.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada penelitian ini karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terbagi menjadi 2 (dua) kelompok yaitu pria dan wanita.

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Kriteria	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin	Pria	38	25,3%
	Wanita	112	74,7%
	Total	150	100%

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan data yang tercantum pada Tabel 4.1, dapat disimpulkan bahwa populasi nasabah wanita di bank syariah memiliki representasi yang lebih dominan, yaitu sebanyak 112 responden atau 74,7% dari total sampel. Sementara itu, populasi nasabah pria mengalami partisipasi yang lebih rendah, dengan jumlah responden sebanyak 38 atau hanya 25,3% dari total sampel. Artinya nasabah wanita memiliki ketertarikan untuk menjadi nasabah di bank syariah.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia pada penelitian ini terdapat 4(empat) kelompok yaitu pada usia 17-27 tahun, 28-37 tahun, 38-47 tahun, dan > 48 tahun.

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

	Kriteria	Jumlah	Presentase
Usia	17-27 tahun	111	74,0%
	28-38 tahun	21	14,0%
	39-49 tahun	14	9,3%
	> 50 tahun	4	2,7%
	Total	150	100%

Sumber: Lampiran 2

Tabel 4.2 menunjukkan karakteristik responden bank syariah berdasarkan usia. Hasilnya mengungkapkan bahwa mayoritas nasabah berusia antara 17 hingga 27 tahun dengan jumlah 111 orang atau 74,0% dari total sampel. Kelompok usia ini menunjukkan minat yang signifikan dalam menggunakan layanan bank syariah. Sementara itu, kelompok usia yang lebih tua, yaitu 28-38 tahun, 39-49 tahun, dan di atas 48 tahun, masing-masing memiliki partisipasi yang lebih rendah dengan presentase 14,0%, 9,3%, dan 2,7%. Hasil ini mengindikasikan adanya potensi pasar yang kuat pada kelompok usia muda, yang berarti pentingnya strategi pemasaran yang tepat dan produk yang sesuai untuk menarik dan mempertahankan nasabah muda dalam industri perbankan syariah. Analisis lebih lanjut diperlukan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dari kelompok usia yang berbeda dalam memilih layanan perbankan syariah.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan

Pada penelitian ini karakteristik responden berdasarkan kecamatan terbagi menjadi 3 (tiga) kelompok yaitu Sumbersari, Patrang dan Kaliwates

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan

	Kriteria	Jumlah	Presentase
Kecamatan	Sumbersari	50	33,3%
	Patrang	50	33,3%
	Kaliwates	50	33,3%
	Total	150	100%

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.3 menyajikan karakteristik responden berdasarkan alamat dalam bentuk distribusi jumlah dan presentase. Data ini menggambarkan informasi tentang jumlah dan persentase responden yang terlibat dalam penelitian berdasarkan kecamatan alamat tempat tinggal mereka.

Total jumlah responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 150 orang. Responden tersebut berasal dari tiga kecamatan yang

berbeda, yaitu Sumber Sari, Patrang, dan Kaliwates. Masing-masing kecamatan memiliki jumlah responden yang sama besar, yaitu 50 orang.

Dalam konteks presentase, setiap kecamatan memberikan andil yang sama besar terhadap jumlah total responden penelitian, yakni sebesar 33,3%. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi responden dari setiap kecamatan dalam penelitian ini seimbang dan tidak ada perbedaan signifikan dalam jumlah partisipan antar kecamatan.

Data ini memberikan informasi penting bagi penelitian karena memperlihatkan bahwa sampel responden yang terlibat mencakup wilayah yang representatif dari tiga kecamatan, yaitu Sumber Sari, Patrang, dan Kaliwates. Dengan demikian, hasil analisis dari sampel ini dapat dianggap mewakili populasi secara lebih luas, yang merupakan warga dari ketiga kecamatan tersebut.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Waktu Menjadi Nasabah

Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian dalam kurun waktu 3-4 bulan pada penelitian ini dikelompokkan menjadi 3 (tiga) kelompok yaitu 1-1-2 bulan, 3-4 bulan, dan >5 bulan

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah Bank Syariah

	Kriteria	Jumlah	Presentase
Frekuensi Pembelian	1-2 bulan	39	26%
	3-4 bulan	6	4%
	>5 bulan	105	70%
	Total	150	100%

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan data pada Tabel 4.4, dapat disimpulkan bahwa mayoritas nasabah bank syariah cenderung memiliki frekuensi pembelian di atas 3-4 bulan. Sebanyak 105 nasabah atau sekitar 70% dari total sampel memiliki kecenderungan melakukan pembelian dengan jeda waktu yang lebih lama dari 3-4 bulan. Sementara itu, jumlah nasabah dengan frekuensi pembelian kurang dari 3-4 bulan

dan tepat 3-4 bulan relatif lebih sedikit, masing-masing hanya 39 nasabah (26%) dan 6 nasabah (4%) dari total sampel.

Kesimpulan ini memiliki relevansi dengan konteks nasabah bank syariah karena pola frekuensi pembelian dapat mencerminkan perilaku konsumen dan preferensi dalam menggunakan layanan perbankan. Dengan mayoritas nasabah bank syariah yang memiliki frekuensi pembelian di atas 3-4 bulan, institusi perbankan dapat mempertimbangkan strategi pemasaran yang sesuai untuk menjaga loyalitas dan retensi nasabah. Selain itu, pemahaman lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pola pembelian ini dapat membantu bank syariah dalam menyusun produk dan layanan yang lebih menarik dan relevan bagi nasabah.

e. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Karakteristik responden berdasarkan penghasilan pada penelitian ini terdapat 4 (empat) kelompok nominal yaitu < Rp. 999.999, Rp. 1.000.000 - Rp. 2.999.999, Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.999 dan >Rp. 5.000.000.

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

	Kriteria	Jumlah	Presentase
Penghasilan	< Rp. 999.999	75	50,0%
	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	31	20,7%
	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	25	16,7%
	Rp. > 5.000.000	19	12,7%
	Total	150	100%

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan data pada Tabel 4.5, dapat disimpulkan bahwa mayoritas nasabah bank syariah memiliki penghasilan di bawah Rp. 999.999, yaitu sebanyak 75 nasabah atau sekitar 50% dari total sampel. Sementara itu, sekitar 20,7% nasabah memiliki penghasilan antara Rp. 1.000.000 hingga Rp. 2.499.999, dan sekitar 16,7% nasabah memiliki Penghasilan antara Rp. 2.500.000 hingga Rp.

4.999.999. Jumlah nasabah dengan Penghasilan di atas Rp. 5.000.000 adalah 19 nasabah atau sekitar 12,7% dari total sampel.

Kesimpulan ini berhubungan dengan nasabah bank syariah karena Penghasilan merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi perilaku keuangan dan preferensi dalam memilih produk dan layanan perbankan. Mayoritas nasabah dengan penghasilan rendah dapat mempengaruhi arah strategi pemasaran dan produk yang ditawarkan oleh bank syariah untuk memenuhi kebutuhan dan keterbatasan finansial mereka. Di sisi lain, nasabah dengan Penghasilan lebih tinggi dapat menjadi target potensial untuk layanan perbankan syariah yang lebih eksklusif atau berorientasi pada investasi dan tabungan yang lebih besar.

f. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan pada penelitian ini terdapat 6 (enam) kelompok yaitu SMA, Diploma/Sarjana (D3/S1), Magister (S2), dan Doktor (S3)

Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

	Kriteria	Jumlah	Presentase
Pendidikan	SD	0	0
	SMP	0	0
	SMA	93	62,0%
	Diploma (D3)	17	11,3%
	Sarjana (S1)	32	21,3%
	Magister (S2)	6	4,0
	Doktor (S3)	2	1,3
	Total	150	100%

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan data pada Tabel 4.6, dapat disimpulkan bahwa mayoritas nasabah bank syariah memiliki tingkat pendidikan SMA, yaitu sebanyak 93 nasabah atau sekitar 62,0% dari total sampel. Selanjutnya, sekitar 11,3% nasabah memiliki pendidikan Diploma (D3) dan 21,3% memiliki pendidikan Sarjana (S1),

sementara hanya sekitar 4,0% dan 1,3% nasabah yang memiliki tingkat pendidikan Magister (S2) dan Doktor (S3) dari total sampel.

Kesimpulan ini berkaitan dengan nasabah bank syariah karena tingkat pendidikan dapat mempengaruhi pemahaman dan pengetahuan nasabah tentang produk dan layanan perbankan syariah. Mayoritas nasabah dengan tingkat pendidikan SMA menunjukkan potensi untuk pendekatan pemasaran yang lebih sederhana dan edukasi mengenai manfaat dan keunggulan layanan perbankan syariah. Sementara itu, nasabah dengan tingkat pendidikan lebih tinggi dapat menjadi target untuk produk dan layanan perbankan syariah yang lebih kompleks dan berorientasi pada investasi atau kebutuhan keuangan yang lebih khusus.

g. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada penelitian ini terdapat 10 (sepuluh) kelompok yaitu Pelajar/Mahasiswa, Karyawan Swasta, ASN, Wiraswasta, Guru/Dosen, Pensiunan, Freelancer, TNI AD, Ibu Rumah Tangga, dan Belum bekerja.

Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

	Kriteria	Jumlah	Presentase
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	64	42,7%
	Karyawan Swasta	47	31,3%
	ASN	20	13,3%
	Wiraswasta	2	1,3%
	Guru/Dosen	2	1,3%
	Pensiunan	4	2,7%
	Freelancer	4	2,7%
	TNI AD	3	2,0%
	Ibu Rumah Tangga	2	1,3%
	Belum bekerja	2	1,3%
	Total	150	100%

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan data pada Tabel 4.7, dapat disimpulkan bahwa mayoritas nasabah bank syariah memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa, yaitu sebanyak 64

nasabah atau sekitar 42,7% dari total sampel. Selanjutnya, sekitar 31,3% nasabah merupakan karyawan swasta, dan sekitar 13,3% nasabah merupakan ASN (Aparatur Sipil Negara). Adapun nasabah dengan pekerjaan lainnya, seperti wiraswasta, guru/dosen, pensiunan, freelancer, TNI AD, ibu rumah tangga, dan yang belum bekerja, masing-masing memiliki andil sekitar 1,3% hingga 2,7% dari total sampel.

Kesimpulan ini berkaitan dengan nasabah bank syariah karena pekerjaan dapat mencerminkan stabilitas ekonomi dan kebutuhan keuangan nasabah. Pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa yang mendominasi menunjukkan potensi untuk meningkatkan literasi keuangan dan pelayanan perbankan syariah di kalangan generasi muda. Karyawan swasta dan ASN sebagai kelompok besar nasabah juga memberikan peluang untuk menawarkan produk dan layanan perbankan syariah yang sesuai dengan kebutuhan dan profil keuangan mereka.

4.1.3 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian

Deskripsi statistik variabel penelitian ini bertujuan untuk mengetahui distribusi frekuensi masing-masing jawaban dari responden terhadap item pernyataan pada kuesioner penelitian. Pada penelitian terdapat 3 variabel bebas yaitu Pengetahuan, Sikap dan *Sharia Compliance* terikat Keputusan Memilih.

a. Deskripsi Jawaban Variabel Pengetahuan (P)

Penilaian responden terhadap variabel pengetahuan, penilaian didasarkan pada pengaruh pengetahuan nasabah bank syariah melalui pengetahuan seputar produk, lokasi hingga manfaat terhadap bank syariah. Distribusi jawaban responden dari masing-masing item pernyataan ditunjukkan pada Tabel 4.5, penilaian responden terhadap variabel pengetahuan diukur menggunakan skala penelitian yaitu setiap pernyataan jawaban dengan skor nilai 5 adalah sangat setuju, skor nilai 4 adalah setuju, skor nilai 3 adalah cukup setuju, skor nilai 2 adalah tidak setuju, dan skor nilai 1 adalah sangat tidak setuju. Berikut pada Tabel 4.5 merupakan hasil jawaban dari item-item pernyataan variabel pengetahuan yang di isi oleh responden

Tabel 4. 8 Distribusi Jawaban Variabel Pengetahuan

Item	Jawaban Kuesioner										Total	Modus Jawaban
	STS	%	TS	%	CS	%	S	%	SS	%		
P1	2	1,3	4	2,7	38	25,3	55	36,7	51	32,0	150	S
P2	0	0	7	4,7	37	24,7	59	39,3	47	31,3	150	S
P3	0	0	0	0	15	10,0	77	51,3	58	38,7	150	S

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan distribusi jawaban responden pada Tabel 4.8 dapat dilihat dari keseluruhan tanggapan responden terhadap item pernyataan P₁ dengan tanggapan yang paling mendominasi ialah tanggapan setuju sebanyak 55 responden. Pada item pernyataan P₂ tanggapan paling mendominasi adalah setuju dengan total responden memberikan jawaban sebanyak 59 orang. Pada pernyataan P₃ jawaban yang paling mendominasi adalah setuju dengan jumlah sebanyak 77 responden. Berdasarkan jumlah tanggapan responden pada setiap indikator P yaitu pengetahuan tentang bank syariah, pengetahuan yang baik dan sikap positif dari nasabah terhadap bank syariah dapat berdampak positif bagi bank tersebut. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang produk dan layanan yang ditawarkan, nasabah cenderung lebih termotivasi untuk menggunakan produk perbankan syariah dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan bank tersebut. Selain itu, kepercayaan dan pengetahuan yang baik dari nasabah juga dapat memperkuat citra positif bank syariah di mata masyarakat secara keseluruhan, sehingga dapat menarik lebih banyak nasabah baru dan mengembangkan basis pelanggan yang lebih luas.

b. Deskripsi Jawaban Variabel Sikap (S)

Penilaian responden terhadap variabel sikap, penilaian didasarkan pada pengaruh sikap bank syariah melalui menyikapi bank syariah. Distribusi jawaban responden dari masing-masing item pernyataan ditunjukkan pada Tabel 4.5, penilaian responden terhadap variabel pengetahuan diukur menggunakan skala penelitian yaitu setiap pernyataan jawaban dengan skor nilai 5 adalah sangat

setuju, skor nilai 4 adalah setuju, skor nilai 3 adalah cukup setuju, skor nilai 2 adalah tidak setuju, dan skor nilai 1 adalah sangat tidak setuju. Berikut pada Tabel 4.5 merupakan hasil jawaban dari item-item pernyataan variabel sikap yang di isi oleh responden

Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Variabel Sikap

Item	Jawaban Kuesioner										Total	Modus Jawaban
	STS	%	TS	%	CS	%	S	%	SS	%		
S1	0	0	6	4,0	42	28,0	61	40,7	41	27,3	150	S
S2	2	1,3	0	0	14	9,3	56	37,3	78	52,0	150	SS
S3	0	0	2	1,3	32	21,3	74	49,3	42	38,0	150	S

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan distribusi jawaban responden pada Tabel 4.9 dapat dilihat dari keseluruhan tanggapan responden terhadap item pernyataan S_1 dengan tanggapan yang paling mendominasi ialah tanggapan setuju sebanyak 61 responden. Pada item pernyataan S_2 tanggapan paling mendominasi adalah sangat setuju dengan total responden memberikan jawaban sebanyak 78 orang. Pada pernyataan P_3 jawaban yang paling mendominasi adalah setuju dengan jumlah sebanyak 74 responden. Dengan sikap yang positif terhadap bank syariah, nasabah cenderung lebih loyal dan memiliki kecenderungan untuk memanfaatkan lebih banyak produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank. Sikap positif nasabah juga dapat berkontribusi pada citra positif bank syariah secara keseluruhan, meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan dapat menjadi daya tarik bagi calon nasabah baru. Oleh karena itu, penting bagi bank syariah untuk terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan serta menjaga hubungan positif dengan nasabah guna memperkuat posisi mereka di pasar.

c. Deskripsi Jawaban Variabel *Sharia Compliance* (SC)

Penilaian responden terhadap variabel *sharia compliance*, penilaian didasarkan pada pengaruh sikap bank syariah melalui menyikapi bank syariah. Distribusi jawaban responden dari masing-masing item pernyataan ditunjukkan pada Tabel 4.5, penilaian responden terhadap variabel pengetahuan diukur

menggunakan skala penelitian yaitu setiap pernyataan jawaban dengan skor nilai 5 adalah sangat setuju, skor nilai 4 adalah setuju, skor nilai 3 adalah cukup setuju, skor nilai 2 adalah tidak setuju, dan skor nilai 1 adalah sangat tidak setuju. Berikut pada Tabel 4.5 merupakan hasil jawaban dari item-item pernyataan variabel *sharia compliance* yang di isi oleh responden

Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Variabel Sharia Compliance

Item	Jawaban Kuesioner										Total	Modus Jawaban
	STS	%	TS	%	CS	%	S	%	SS	%		
SC1	0	0	2	1,3	14	9,3	59	39,3	75	50,0	150	SS
SC2	0	0	2	1,3	13	8,7	61	40,7	74	49,3	150	SS
SC3	0	0	2	1,3	7	4,7	64	42,7	77	51,3	150	SS
SC4	0	0	2	1,3	7	4,7	57	38,0	84	56,0	150	SS

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan distribusi jawaban responden pada Tabel 4.10 dapat dilihat dari keseluruhan tanggapan responden terhadap item pernyataan SC₁ dengan tanggapan yang paling mendominasi ialah tanggapan sangat setuju sebanyak 75 responden. Pada item pernyataan SC₂ tanggapan paling mendominasi adalah sangat setuju dengan total responden memberikan jawaban sebanyak 74 orang. Pada pernyataan SC₃ jawaban yang paling mendominasi adalah sangat setuju dengan jumlah sebanyak 77 responden. Pada pernyataan SC₄ jawaban yang paling mendominasi adalah sangat setuju dengan jumlah sebanyak 84 responden. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi nasabah terhadap tingkat kepatuhan bank syariah terhadap prinsip-prinsip syariah secara umum sangat positif. Kepatuhan bank syariah terhadap prinsip-prinsip syariah sangat penting bagi nasabah yang mencari produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai dan panduan syariah. Sikap positif nasabah terhadap kepatuhan bank syariah dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah, serta membantu bank untuk memperkuat citra sebagai lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

b. Deskripsi Jawaban Variabel Keputusan Memilih (KM)

Penilaian responden terhadap variabel keputusan memilih, penilaian didasarkan pada nasabah bank syariah bisa memutuskan untuk memilih bank syariah. Distribusi jawaban responden dari masing-masing item pernyataan ditunjukkan pada Tabel 4.5, penilaian responden terhadap variabel pengetahuan diukur menggunakan skala penelitian yaitu setiap pernyataan jawaban dengan skor nilai 5 adalah sangat setuju, skor nilai 4 adalah setuju, skor nilai 3 adalah cukup setuju, skor nilai 2 adalah tidak setuju, dan skor nilai 1 adalah sangat tidak setuju. Berikut pada Tabel 4.5 merupakan hasil jawaban dari item-item pernyataan variabel *sharia compliance* yang di isi oleh responden

Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Memilih

Item	Jawaban Kuesioner										Total	Modus Jawaban
	STS	%	TS	%	CS	%	S	%	SS	%		
KM1	0	0	2	1,3	15	10,0	56	37,3	77	51,3	150	SS
KM2	0	0	2	1,3	28	18,7	63	42,0	57	38,0	150	S
KM3	0	0	2	1,3	21	14,0	82	54,7	45	30,0	150	S
KM4	0	0	0	0	16	10,7	62	41,3	72	48,0	150	SS
KM5	0	0	10	6,7	42	28,0	51	34,0	47	31,3	150	S

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan distribusi jawaban responden pada Tabel 4.11 dapat dilihat dari keseluruhan tanggapan responden terhadap item pernyataan KM₁ dengan tanggapan yang paling mendominasi ialah tanggapan sangat setuju sebanyak 77 responden. Pada item pernyataan KM₂ tanggapan paling mendominasi adalah setuju dengan total responden memberikan jawaban sebanyak 63 orang. Pada pernyataan KM₃ jawaban yang paling mendominasi adalah setuju dengan jumlah sebanyak 82 responden. Pada pernyataan KM₄ jawaban yang paling mendominasi adalah sangat setuju dengan jumlah sebanyak 72 responden. Pada pernyataan KM₅ jawaban yang paling mendominasi adalah sangat setuju dengan jumlah sebanyak 51 responden. Dengan demikian, dari penjelasan data ini dapat disimpulkan bahwa pengetahuan, sikap, dan *sharia compliance* nasabah berkontribusi penting dalam keputusan memilih bank syariah. Penerapan prinsip-prinsip syariah yang baik dan penguatan pengetahuan nasabah mengenai bank syariah dapat menjadi

strategi penting bagi bank syariah dalam menarik lebih banyak nasabah dan mempertahankan loyalitas mereka.

4.2 Uji Instrumen

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat validitas yang tinggi. Penggunaan Pearson's Product Moment Coefficient r sebagai metode uji validitas merujuk pada kriteria yang ditetapkan oleh Ghozali (2014:53). Jika nilai r hitung dari analisis korelasi melebihi nilai r tabel, dan nilai signifikansinya kurang dari 0,05, maka kuesioner dianggap valid.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	rhitung	rtabel	Sig	Keterangan
Pengetahuan (P)	P1	0,818	0,1603	0,000	Valid
	P2	0,759	0,1603	0,000	Valid
	P3	0,682	0,1603	0,000	Valid
Sikap (S)	S1	0,783	0,1603	0,000	Valid
	S2	0,770	0,1603	0,000	Valid
	S3	0,805	0,1603	0,000	Valid
Sharia Compliance (SC)	SC1	0,887	0,1603	0,000	Valid
	SC2	0,903	0,1603	0,000	Valid
	SC3	0,866	0,1603	0,000	Valid
	SC4	0,864	0,1603	0,000	Valid
Keputusan Memilih (KM)	KM1	0,838	0,1603	0,000	Valid
	KM2	0,791	0,1603	0,000	Valid
	KM3	0,778	0,1603	0,000	Valid
	KM4	0,807	0,1603	0,000	Valid
	KM5	0,739	0,1603	0,000	Valid

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.12 pada setiap item pernyataan dari variabel yang digunakan yaitu Pengetahuan (P), Sikap (S), *Sharia Compliance* (E), dan Keputusan Memilih (KM) menunjukkan hasil bahwa r -hitung lebih besar dari r -tabel (0,1603) dan tingkat signifikansi kurang dari 5% atau 0,05, sehingga dapat

ditarik kesimpulan bahwa seluruh item pernyataan pada setiap variabel yang digunakan pada kuesioner penelitian dikatakan valid.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Cronbach Alpha dengan kriteria pengambilan keputusan berdasarkan pernyataan dari (Ghozali, 2014:48), yaitu apabila koefisien Cronbach Alpha $> 0,60$ maka kuesioner dapat dipercaya dan diandalkan, namun sebaliknya apabila koefisien Cronbach Alpha $\leq 0,60$, maka kuesioner tidak bisa dipercaya dan diandalkan. Berikut pada Tabel 4.14 merupakan hasil dari uji reliabilitas:

Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cornbarch Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Pengetahuan (P)	0,618	0,60	Reliabel
Sikap (S)	0,687	0,60	Reliabel
Sharia Compliance (SC)	0,903	0,60	Reliabel
Keputusan Memilih (KM)	0,841	0,60	Reliabel

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.13 menunjukkan bahwa hasil nilai Cronbach Alpha pada setiap variabel penelitian $\geq 0,60$, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh item pernyataan pada setiap variabel yang digunakan pada kuesioner penelitian dikatakan reliabel.

4.3 Hasi Analisis Data

4.3.1 Uji Normalitas Model

Uji Normalitas Model sebaiknya dilakukan sebelum pengolahan data berdasarkan model-model penelitian. Uji Normalitas ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan uji Kolmogrov Smirnov dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 5%. Kriteria untuk pengujian Kolmogrov Smirnov yaitu jika $\alpha > 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal dan apabila $\alpha < 0,05$ maka data tersebut tidak

berdistribusi normal. Berikut pada Tabel 4.15 merupakan hasil dari uji normalitas model :

Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas Model

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		150
Normal Parameters^{a,b}	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1,90953828
Most Extreme Differences	<i>Absolute</i>	0,055
	<i>Positive</i>	0,045
	<i>Negative</i>	-0,055
Kolmogorov-Smirnov Z		0,055
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan pada Tabel 4.14 menunjukkan hasil bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 lebih besar dari nilai signifikansi yaitu 0,05 hal ini dapat diartikan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal karena telah memenuhi uji normalitas mode.

4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk membuktikan bahwa ada tidaknya pengaruh antara variabel independen yaitu Pengetahuan (P), Sikap (S), *Sharia Compliance (SC)* dan dengan variabel dependen yaitu Keputusan Memilih (KM). Berikut pada Tabel 4.15 merupakan hasil analisis regresi linier berganda:

Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,770	1,317		2,104	,037
Pengetahuan	0,162	,108	,100	1,499	,136
Sikap	0,778	,112	,482	6,939	,000
<i>Sharia Compliance</i>	0,374	,088	,300	4,270	,000

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan pada Tabel 4.15 maka dapat disusun model persamaan regresi linier berganda berikut:

$$KPit = 2.770 + 0.162Pit + 0.778Sit + 0.374SCit$$

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Vectors* (VIF) dan *Tolerance*. Apabila nilai *Tolerance* mendekati 1 atau $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Berikut pada Tabel 4.13 merupakan hasil dari uji multikolinieritas:

Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Pengetahuan (P)	0,636	1,572	Tidak terjadi Multikolinieritas
Sikap (S)	0,584	1,713	Tidak terjadi Multikolinieritas
<i>Sharia Compliance</i> (SC)	0,570	1,756	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan pada Tabel 4.16 menunjukkan bahwa hasil uji multikolinieritas pada masing-masing variabel bebas memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan hasil nilai VIF lebih kecil dari 10 sehingga dapat diartikan bahwa pada model persamaan regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

b. Uji Heteroskedestisitas

Uji Heteroskedestisitas bertujuan untuk menguji terjadinya kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam suatu model regresi, Persamaan model regresi dikatakan baik jika pengamatan tersebut

homoskedastisitas. Dalam penelitian ini pengujian Heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser, (Ghozali, 2014) mengatakan bahwa penggunaan Uji Glejser dalam pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan cara meregresikan nilai absolut residual terhadap seluruh variabel bebas. Apabila nilai signifikansi >5% atau 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut pada Tabel 4.18 merupakan hasil uji heterokedastisitas pada penelitian ini:

Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskodesititas

Variabel	Sig	Koefisien	Keterangan
Pengetahuan	0,137	0,05	Tidak terjadi Heteroskodesititas
Sikap	0,162	0,05	Tidak terjadi Heteroskodesititas
<i>Sharia Compliance</i>	0,228	0,05	Tidak terjadi Heteroskodesititas

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan pada Tabel 4.17 menunjukkan hasil bahwa uji heterokedastisitas pada setiap variabel bebas lebih dari 0,05 sehingga dapat diartikan bahwa pada setiap variabel bebas tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.3.4 Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dari setiap variabel independen, apakah Pengetahuan (P), Sikap (S), dan *Sharia Compliance* memiliki pengaruh secara parsial (terpisah) terhadap variabel dependennya yaitu Keputusan Memilih (KM), Pengambilan keputusan uji t dalam penelitian ini yaitu jika tingkat signifikansi kurang dari 0,05 maka H0 dinyatakan diterima, namun apabila tingkat signifikansi lebih dari 0,05 maka H0 dinyatakan ditolak, maka hasil interpretasi dalam pengambilan keputusan pada pengujian hipotesis uji t adalah:

1) Pengaruh Pengetahuan (P) terhadap Keputusan Memilih (KM)

Pada variabel Pengetahuan (P) memiliki hasil nilai signifikansi sebesar 0,136 lebih besar dari 0,05 dari hasil pengujian tersebut diartikan bahwa H0 ditolak yang berarti bahwa pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih.

2) Pengaruh Sikap (S) terhadap Keputusan Memilih (KM)

Hasil signifikansi variabel Sikap (S) adalah 0,000 tingkat signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05 dari hasil pengujian tersebut diartikan bahwa H_0 diterima yang berarti bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih.

3) Pengaruh *Sharia Compliance* (SC) terhadap Keputusan Memilih (KM)

Variabel *Sharia Compliance* nilai signifikansinya adalah 0,000 berdasarkan dari hasil signifikansi dapat diambil keputusan pengujian hipotesis H_0 diterima yang berarti bahwa *sharia compliance* berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi.

4.4 Pembahasan

Pada penelitian ini hasil dari pengumpulan data berdasarkan karakteristik responden terbagi atas beberapa karakteristik yaitu jenis kelamin, usia, alamat, lama menjadi nasabah bank syariah, Penghasilan, pendidikan, dan pekerjaan. Karakteristik responden berdasarkan data yang tercantum pada Tabel 4.1, dapat disimpulkan bahwa populasi nasabah wanita di bank syariah memiliki representasi yang lebih dominan. Tabel 4.3 menunjukkan karakteristik responden bank syariah berdasarkan usia. Hasilnya mengungkapkan bahwa mayoritas nasabah berusia antara 17 hingga 27 tahun.

Berdasarkan Tabel 4.2 menyajikan karakteristik responden berdasarkan alamat (kecamatan), bahwa setiap kecamatan memberikan andil yang sama besar terhadap jumlah total responden penelitian, yakni sebesar 150 orang. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi responden dari setiap kecamatan dalam penelitian ini seimbang dan tidak ada perbedaan signifikan dalam jumlah partisipan antar kecamatan. Selanjutnya dalam tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa mayoritas nasabah bank syariah cenderung memiliki frekuensi pembelian di atas 3-4 bulan. Kesimpulan ini memiliki relevansi dengan konteks nasabah bank syariah karena pola frekuensi pembelian dapat mencerminkan perilaku konsumen dan preferensi dalam menggunakan bank syariah.

Dalam tabel 4.5 disimpulkan bahwa mayoritas nasabah bank syariah memiliki Penghasilan di bawah Rp. 999.999. Data pada Tabel 4.4, dapat

disimpulkan bahwa mayoritas nasabah bank syariah memiliki tingkat pendidikan SMA. Mayoritas nasabah dengan tingkat pendidikan SMA menunjukkan potensi untuk pendekatan pemasaran yang lebih sederhana dan edukasi mengenai manfaat dan keunggulan layanan perbankan syariah.

Dalam hasil pada Tabel 4.4, dapat disimpulkan bahwa mayoritas nasabah bank syariah memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa. Kesimpulan ini berkaitan dengan nasabah bank syariah karena pekerjaan dapat mencerminkan stabilitas ekonomi dan kebutuhan keuangan nasabah. Pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa yang mendominasi menunjukkan potensi untuk meningkatkan literasi keuangan dan pelayanan perbankan syariah di kalangan generasi muda.

4.4.1 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Memilih pada Bank Syariah

Berdasarkan uji hipotesis untuk hipotesis pertama dengan menggunakan Uji t melalui analisis regresi berganda, maka hasil dari uji hipotesis tersebut tidak mendukung hipotesis pertama menyatakan pengetahuan memiliki pengaruh signifikansi terhadap keputusan memilih. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel dengan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Firmansyah (2019) yang menunjukkan hasil bahwa pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah di Bank BNI Syariah KC Surabaya.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 150 responden nasabah bank syariah di Kabupaten Jember pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa pengetahuan berpengaruh tidak positif terhadap keputusan memilih. Hasil penelitian juga menunjukkan responden yang berumur 17-28 tahun adalah yang paling tinggi dalam hasil penelitian ini. Sehingga pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah tidak mempengaruhi nasabah dalam memilih sistem perbankan dalam hidupnya.

Peneliti juga melakukan penggalan data secara langsung dengan bertanya kepada responden terkait memutuskan dalam memilih perbankan syariah. Terdapat jawaban responden yang mendukung pernyataan ini. Responden yang memberikan jawaban ini mempunyai karakteristik dengan usia 17-28 tahun dan

merupakan seorang yang bertempat tinggal di sebuah kos-kosan daerah kecamatan Kaliwates. Peneliti memberikan pertanyaan terkait sejak kapan dan alasan awal memilih perbankan syariah yang dimiliki responden tersebut. Jawaban responden ini adalah sekitar kurang lebih satu bulan sudah menjadi nasabah di salah satu bank syariah di Jember yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Alasan responden tersebut adalah karena tertarik dengan adanya promo diskon sampai dengan 50% di salah satu restoran *fast food* yaitu *McDonald's*. Promo ini berlaku untuk pembayaran menggunakan BSI *Mobile* (hingga Oktober 2023 setiap tanggal 25) dan BSI Debit & BSI Hasanah Card (1 – 30 Juni 2023). Responden mengakui alasan awal menjadi nasabah BSI ialah karena tertarik promo tersebut yang dapat memudahkannya dan alasan lainnya karena percaya jika menjadi nasabah di bank syariah adalah halal. Dari pernyataan responden ini dapat disimpulkan bahwa pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah tidak menjadi faktor yang dominan dalam memengaruhi mereka dalam keputusan memilih bank syariah sebagai pilihan mereka.

Dalam variabel pengetahuan yang dapat diukur dengan indikator antara lain yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian. Semua indikator pengetahuan tersebut digunakan pada kuesioner penelitian yang ditujukan pada nasabah bank syariah. Pengetahuan produk mencakup pemahaman tentang produk dan layanan perbankan yang disediakan oleh bank syariah, seperti produk simpanan berprinsip *mudharabah* atau *wadiah*, serta pembiayaan berprinsip *murabahah*, *ba'i*, *ijarah*, *istishna*, *mudharabah*, dan *syirkah*. Dalam indikator keputusan memilih yaitu pengenalan masalah, pengetahuan produk dapat membantu konsumen mengidentifikasi produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan atau masalah mereka. Namun, temuan penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah.

Pengetahuan pembelian melibatkan pemahaman tentang proses pembelian, toko, lokasi produk, dan penempatan produk di dalam toko. Pada tahap pencarian informasi sesuai dengan indikator keputusan memilih, pengetahuan pembelian dapat membantu konsumen dalam mencari informasi tentang bank syariah sebagai

alternatif pilihan. Namun, meskipun konsumen memiliki pengetahuan pembelian yang baik, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan pembelian tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah.

Selanjutnya, penelitian ini juga mengukur dengan indikator pengetahuan pemakaian, yang berkaitan dengan manfaat produk setelah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Pada tahap evaluasi alternatif sesuai dengan indikator keputusan memilih, pengetahuan pemakaian dapat membantu konsumen dalam mengevaluasi manfaat produk atau layanan bank syariah dari berbagai alternatif yang tersedia.

Dalam teori perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller (2009) pengetahuan memiliki hubungan yang dengan keputusan memilih. Pengetahuan produk, pengetahuan pembelian, dan pengetahuan pemakaian dapat membantu konsumen dalam pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan keputusan pembelian. Sesuai dengan teori perilaku konsumen pengetahuan termasuk dalam faktor psikologis seorang konsumen atau nasabah. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan produk tidak signifikan dalam mempengaruhi keputusan memilih pada bank syariah.

4.4.2 Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Memilih pada Bank Syariah

Berdasarkan uji hipotesis untuk variabel sikap dengan menggunakan Uji t melalui analisis regresi berganda, maka hasil dari uji hipotesis tersebut mendukung hipotesis pertama menyatakan sikap memiliki pengaruh signifikansi terhadap keputusan memilih. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05.

Hasil penelitian Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardana (2016) yang menunjukkan hasil penelitian variabel sikap pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 150 responden nasabah bank syariah di Kabupaten Jember pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa sikap berpengaruh secara positif terhadap keputusan memilih. Dalam variabel sikap yang dapat diukur dengan indikator antara lain yaitu komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen konatif.

Semua indikator sikap tersebut digunakan pada kuesioner penelitian yang ditujukan pada nasabah bank syariah.

Pada komponen kognitif, sikap tercermin dalam pikiran dan kepercayaan yang didasarkan pada informasi yang berkaitan dengan objek, dalam hal ini bank syariah. Konsumen yang memiliki sikap positif terhadap bank syariah pada komponen kognitif cenderung memiliki pengetahuan yang baik mengenai prinsip-prinsip syariah yang diterapkan oleh bank tersebut. Hal ini dapat mempengaruhi pengenalan masalah, di mana konsumen menyadari bahwa bank syariah dapat menjadi solusi dalam memenuhi kebutuhan keuangan mereka yang sesuai dengan prinsip syariah.

Pada komponen afektif, sikap tercermin dalam dimensi emosional terhadap objek. Konsumen yang memiliki sikap afektif positif terhadap bank syariah merasakan kepuasan dan kenyamanan dalam menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Dalam konteks pengambilan keputusan memilih, sikap afektif ini dapat mempengaruhi pencarian informasi dan evaluasi alternatif. Konsumen yang memiliki sikap afektif positif akan cenderung mencari informasi yang mendukung pandangan positif mereka terhadap bank syariah dan akan lebih mungkin untuk mempertimbangkan bank syariah sebagai salah satu alternatif yang kuat.

Pada komponen konatif, sikap tercermin dalam niat dan perilaku yang berkaitan dengan objek. Konsumen yang memiliki sikap konatif positif terhadap bank syariah cenderung memiliki keinginan dan motivasi untuk melakukan keputusan pembelian pada bank tersebut. Hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian, di mana konsumen akan memilih bank syariah sebagai pilihan mereka dan akan terus melakukan transaksi atau menggunakan produk dan jasa bank syariah secara berkesinambungan.

Dalam teori perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller (2009), sikap memiliki hubungan yang dengan keputusan memilih dalam faktor psikologis. komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen konatif dapat membantu

konsumen dalam pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan keputusan pembelian.

4.4.3 Pengaruh *Sharia Compliance* Terhadap Keputusan Memilih Pada Bank Syariah

Berdasarkan uji hipotesis untuk variabel *sharia compliance* dengan menggunakan Uji t melalui analisis regresi berganda, maka hasil dari uji hipotesis tersebut mendukung hipotesis pertama menyatakan *sharia compliance* memiliki pengaruh signifikansi terhadap keputusan memilih. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irawan & Sudewi (2021), Zamroni (2016), dan Prastiwi (2018). Pada penelitian yang dilakukan oleh Irawan & Sudewi (2021) menyatakan bahwa *syariah compliance* mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan nasabah pada BMT Assyafi'iyah, dan pada penelitian yang dilakukan oleh Zamroni (2016) menyatakan hasil dan *syariah compliance* secara signifikan mempengaruhi keputusan nasabah memilih bank umum syariah di Kudus.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 150 responden nasabah bank syariah di Kabupaten Jember pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa *sharia compliance* berpengaruh secara positif terhadap keputusan memilih. Dalam variabel *sharia compliance* yang dapat diukur dengan indikator antara lain yaitu tidak ada riba dalam transaksi bank, terhindar dari *bai al-'inah*, terhindar dari *gharar* dan terhindar dari *maisir*. Semua indikator *sharia compliance* tersebut digunakan pada kuesioner penelitian yang ditujukan pada nasabah bank syariah.

Dalam teori perilaku konsumen, *sharia compliance* atau kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah Islam merupakan faktor yang berpengaruh signifikan dalam pengambilan keputusan memilih pada bank syariah. Indikator *sharia compliance* meliputi tidak adanya riba dalam transaksi bank, terhindar dari *bai al-'inah*, terhindar dari *gharar*, dan terhindar dari *maisir*.

Pada tahap pengenalan masalah, konsumen yang memiliki kesadaran terhadap prinsip-prinsip syariah akan mengidentifikasi bahwa penggunaan produk dan jasa bank yang sesuai dengan prinsip syariah merupakan solusi yang lebih sesuai dengan nilai-nilai agama mereka.

Pada tahap pencarian informasi, konsumen akan mencari informasi mengenai bank-bank yang memenuhi prinsip-prinsip syariah. Mereka akan mencari informasi terkait kepatuhan bank terhadap prinsip-prinsip seperti tidak adanya riba, terhindar dari *bai al-'inah*, terhindar dari *gharar*, dan terhindar dari *maisir*.

Pada tahap evaluasi alternatif, konsumen akan mengevaluasi manfaat dan kecocokan bank syariah dengan prinsip-prinsip syariah yang mereka anut. Bank yang dapat memenuhi prinsip-prinsip syariah dengan baik akan memiliki keunggulan dalam proses evaluasi alternatif oleh konsumen.

Pada tahap keputusan pembelian, konsumen yang memiliki kesadaran *sharia compliance* akan cenderung memilih bank syariah sebagai pilihan mereka. Keputusan ini didasarkan pada kepatuhan bank terhadap prinsip-prinsip syariah yang dianggap penting oleh konsumen.

Pada tahap perilaku pasca pembelian, konsumen yang memilih bank syariah berdasarkan *sharia compliance* akan terus melakukan transaksi dan menggunakan produk dan jasa bank tersebut secara berkelanjutan, karena mereka percaya bahwa bank tersebut konsisten dengan prinsip-prinsip syariah yang dijunjung tinggi.

Dalam kesimpulannya, *sharia compliance* yang meliputi tidak adanya riba dalam transaksi bank, terhindar dari *bai al-'inah*, terhindar dari *gharar*, dan terhindar dari *maisir* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih pada bank syariah dalam teori perilaku konsumen. Dalam teori perilaku konsumen menurut Kotler dan Keller (2009), *sharia compliance* masuk dalam faktor sosial dimana ini sebuah aturan sosial yang harus dipatuhi dalam syariat Islam. Kesadaran terhadap prinsip-prinsip syariah dan kepatuhan bank terhadap prinsip-prinsip tersebut mempengaruhi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian konsumen.

4.5 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi beberapa faktor yang agar dapat untuk lebih diperhatikan bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karna penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain :

1. Penelitian ini tidak mengakomodasi responden yang tidak memilih bank syariah sebagai alat untuk transaksi.
2. Tidak terdapat adanya unsur fanatisme untuk memilih di salah satu bank syariah. Seperti contoh fanatisme disini seperti responden yang memang memilih Bank A saja selama hidupnya, responden hanya mau bertransaksi Bank A saja, bukan unsur yang penting bank syariah.

BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh dari variabel Pengetahuan, Sikap, dan *Sharia Compliance* terhadap keputusan memilih pada bank syariah Kabupaten Jember. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada uji t, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut

1. Pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih pada bank syariah di Kabupaten Jember.
2. Sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih pada bank syariah di Kabupaten Jember.
3. *Sharia Compliance* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan memilih pada bank syariah di Kabupaten Jember.

Hasil kesimpulan yang telah dijelaskan sehingga dapat diartikan bahwa variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian pada nasabah bank syariah adalah variabel sikap dan *sharia compliance*, sedangkan pada variabel pengetahuan tidak mempengaruhi pada nasabah bank syariah dalam memberi keputusan memilih bank syariah.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dijalankan ada beberapa saran yang dapat diajukan, sebagai berikut:

1. Bagi Penelitian Selanjutnya
 - a. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian seperti ini dengan melibatkan wawancara mendalam dengan nasabah bank Syariah untuk memahami lebih lanjut terkait pengetahuan tidak berpengaruh dalam keputusan memilih.
2. Bagi Perusahaan Perbankan Syariah
 - a. Sikap nasabah adalah hal yang penting dalam memutuskan untuk memilih perbankan Syariah, diharapkan perusahaan bank Syariah dapat meningkatkan indikator dari sikap mana yang paling kuat dapat

mempengaruhi keputusan memilih seorang nasabah seperti meningkatkan citra atau karakteristik tersendiri sehingga dapat mempengaruhi sikap masyarakat agar memilih perbankan Syariah.

- b. Diharapkan bagi perusahaan bank Syariah meningkatkan mutu dari aspek *sharia compliance* guna meningkatkan nasabah agar memilih bank Syariah seperti contohnya diadakannya suatu kajian dan adanya konsultasi terkait kepatuhan-kepatuhan prinsip syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, H. (2021). Teori Bank Syariah. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 67-83.
- Alamatus, S., & Wisyananto, A. (2018). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Prinsip-prinsip Syariah Terhadap Minat Memilih Bank Syariah. *MASLAHAH (Jurnal Hukum Islam dan Perbankan Syariah)*, 43-53.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: . Jakarta: Gema Insani dan Tazkia Institute.
- Awan , A. G., & Azhar, M. (2014). Consumer Behaviour Towards Islamic Banking In Pakistan. *European Journal of Accounting Auditing and Finance Research*, 42-65.
- Azizah, S., & Azizah, Y. (2021). (2021). Analisis Pengaruh Packaging Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *International Conference On Islam, Law, And Society (INCOILS)*, 1-23.
- Budiarto, J., & Pancaningrum, E. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *JMD: Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Dewantara*, 89-98.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember. (2022, Februari 25). *Kabupaten Jember Dalam Angka 2022*. Retrieved Maret 15, 2023, from Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember: <https://jemberkab.bps.go.id/publication/2022/02/25/aaa3aa445ab9ee0471f2399f/kabupaten-jember-dalam-angka-2022.html>
- Davis, R. C. (2004). *Pokok-pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Dimiyati, M., & Kartikasari, M. D. (2018). Pengaruh Green Marketing dan Pengetahuan Terhadap keputusan Pembelian dengan Mediasi minat Membeli konsumen Sariayu Martha Tilaar di Kota Jember. *E-JEBA VOLUME 5 NOMOR 2*, 172.
- Engel, James, F., Roger, B. D., & Paul, M. W. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fairuz, K., Nugraha, A. A., Yudiantyo, F. M., Sambodo, N. P., Choiriyah, E. A., Pertiwi, U. W., et al. (2022). Do mosques use Islamic bank services? Evidence. *Int. J. Monetary Economics and Finance*, 232-252.

- Firmansyah, A. F. (2019). a. Pengaruh Pengetahuan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam Volume 2 Nomor 3*, 16-22.
- Gampito, A. (2018). Sharia Compliance On Customers' Decision To Save In Shariah Bank Study On Customers At A Branch Office Of Bank Syariah Mandiri In Batusangkar. *Proceeding IAIN Batusangkar*, 191-200.
- Bank Indonesia (2005). *Bank Syariah: Gambaran Umum*. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan.
- Bank Indonesia (2023). *Bank Syariah Indonesia*. Retrieved Maret 21, 2023, from Jaringan Kami: <https://www.bankbsi.co.id/jaringan?type=&province=6&city=99&query=&networkType=Kantor+Cabang&page=1>
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: Yogyakarta: BPE.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Jahja, Y. (2011). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana.
- Badan Pusat Statistik (2021, September 24). *Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember*. Retrieved Maret 7, 2023, from Kecamatan Summersari Dalam Angka 2021: <https://jemberkab.bps.go.id/publication/2021/09/24/d52b59970128870b649973ca/kecamatan-summersari-dalam-angka-2021.html>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Masri, & Sofian. (1989). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Mranani, N., & Lastianti, S. (2019). Analysis of The Effect of Experiential Marketing And Community Reference on Purchase Decisions (Study In Surabaya Brain Coffee). *International Journal of Advances in Social and Economics*, 1(1), 36–44.
- Nasir, Muhammad., Mukhlis, & Muskarina. (2016). Pengetahuan masyarakat umum dan masyarakat santri terhadap Bank Syariah. *Journal Pf Economic Management & Business*, 17.
- Nurhisam, L. (2016). Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance) dalam Industri Keuangan Syariah . *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, 77-96.

- Otoritas Jasa Keuangan. (2022, Maret 15). *Statistik Perbankan Syariah*. Retrieved Maret 7, 2023, from Statistik Perbankan Syariah- Desember 2021: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/statistik-perbankan-syariah/Pages/Statistik-Perbankan-Syariah---Desember-2021.aspx>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, N. K. (2021). Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Strategi Pemasaran, Dukungan Teknologi Informasi Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Pengambilan Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Murabahah (Penelitian Di Bmt Kota Palembang). *Skripsi*.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, L. K. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Siregar, S. (2011). *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sofian, M. &. (1989). *Metode Penelitian Survei* . Jakarta: LP3ES.
- Sudarsono, H. (2003). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Yogyakarta : Ekosiana.
- Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS & LISREL*. Bandung: ALFABETA.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonom*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumarwan. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Sunyoto, D. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS.
- Sutedi, A. (2009). *Perbankan Shari'ah, Tinjauan dan Beberapa Segi Hukum*. Jakarta: Ghalia.
- Tho'in, M. (2016). Larangan Riba Dalam Teks Dan Konteks (Studi Atas Hadits Riwayat Muslim Tentang Pelaknatan Riba). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam Vol. 02 No. 02*, 63-72.
- Yarmunida, M. (2018). Dimensi Syariah Compliance Pada Operasional Bank Syariah. *Jurnal AL-INTAJ Vol.4 No. 1*.
- Yasin, V., Zarlis, M., & Nasution, M. K. (2022). Filsafat Logika dan Ontologi Ilmu Komputer. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 68.
- Zamroni, & Rokhman, W. (2016). Pengaruh Marketing Mix dan Syariah Compliance Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Bank Umum Syariah Di Kudus. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ekonomi Syariah*, 102.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Perihal : Permohonan untuk mengisi kuisisioner

Kepada Yth. Saudara/I Responden

Di Tempat

Dengan Hormat,

Dalam Rangka penyusunan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Pengetahuan, Sikap Dan Sharia Compliance Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah Di Kabupaten Jember**” maka saya:

Nama : Erwina Berlian Febrianti

NIM : 190810102095

Program Studi : S1 Ekonomi Syariah

Dengan segala kerendahan hati, saya memohon kepada saudara/i untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi kuisisioner ini. Jawaban saudara/i akan membantu keberhasilan penelitian yang sedang dilakukan. Saya sangat menghargai setiap jawaban dari saudara/i dan tetap sesuai dengan kode etik penelitian bahwa informasi yang saudara/i berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya ditunjukkan untuk kepentingan ilmiah.

Demikian surat permohonan ini saya buat, atas kesediaan dan partisipasinya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Erwina Berlian Febrianti

190810102095

KUESIONER PENELITIAN

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pernyataan di bawah ini bertujuan untuk mengetahui “**Pengaruh Pengetahuan, Sikap Dan Sharia Compliance Terhadap Keputusan Memilih Perbankan Syariah Di Kabupaten Jember**”. Bapak/Ibu/ Saudara/i dimohon untuk dapat menjawab setiap pertanyaan dengan keyakinan tinggi serta tidak mengosongkan satu jawaban pun dan tiap pertanyaan hanya boleh ada satu jawaban, jawaban atas pertanyaan dilakukan dengan memberikan tanda *checklist* (√) pada salah satu jawaban yang dianggap paling sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Jawaban yang diberikan merupakan jawaban yang paling memiliki kondisi yang ada pada tempat Bapak/ Ibu/ Saudar/i alami.

Keterangan :

Skala yang digunakan dalam menjawab pertanyaan adalah sebagai berikut :

1. Sangat Setuju (SS) : skor 5
2. Setuju (S) : skor 4
3. Cukup Setuju (CS) : skor 3
4. Tidak Setuju (TS) : skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) : skor 1

Biodata Responden

Nama :

Kecamatan : . Kaliwates . Patrang . Sumbersari

Jenis kelamin : . Pria . Wanita

Usia : . 17-27 tahun . 28-38 tahun . 39-49 tahun . > 50 tahun

Lama menjadi nasabah Bank Syariah : . 1-2 bulan . 3-4 bulan . >5 bulan

Penghasilan Perbulan : . < Rp. 999.999

. Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999

. Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999

. Rp. > 5.000.000

Pendidikan terakhir : . SD . SMP

. SMA . Diploma (D3)

. Sarjana (S1) . Magister (S2) . Doktor (S3)

Pekerjaan : . Pelajar / Mahasiswa . Karyawan Swasta

. Petani . ASN . Wiraswasta . Guru . Lainnya.....

KUESIONER MENGENAI KEPUTUSAN MEMILIH

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
1	Saya memutuskan untuk berkeinginan menjadi nasabah di bank syariah karena saya membutuhkan transaksi keuangan yang berbasis syariah dan tidak merugikan saya					
2	Saya memutuskan untuk menerima sosialisasi terkait informasi produk dan jasa yang ditawarkan bank syariah					
3	Saya memutuskan untuk mempertimbangkan produk dan jasa dari bank syariah dengan bank lainnya					
4	Saya memutuskan untuk memilih menjadi nasabah di bank syariah karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya					
5	Saya memutuskan untuk akan tetap memilih bertransaksi di bank syariah walaupun terdapat ada tawaran menarik selain bank syariah					

KUESIONER MENGENAI PENGETAHUAN

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
1	Saya mengetahui produk-produk yang ditawarkan oleh bank syariah seperti produk simpanan (prinsip mudharabah atau wadiah) serta pembiayaan (prinsip murabahah, ba'i, ijarah, istishna, mudharabah dan syirkah)					
2	Saya mengetahui lokasi atm atau bank syariah sangat tersebar secara merata dan strategis					
3	Saya mengetahui tentang manfaat sesuai prinsip syariah Islam yang akan saya dapatkan dari produk bank syariah					

KUESIONER MENGENAI SIKAP

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
1	Saya merasa senang dan menerima ketika saya ditawari untuk melakukan penghimpunan dana atau pembiayaan di bank syariah					

2	Saya merasa senang ketika mengetahui sekarang produk dan jasa bank syariah dapat diakses dengan mudah melalui internet atau tidak mengharuskan datang ke bank					
3	Saya menjadi lebih yakin atau percaya bahwa produk dan jasa yang ditawarkan bank syariah sudah sesuai prinsip syariah Islam					

KUESIONER MENGENAI *SHARIA COMPLIANCE*

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
1	Saya mematuhi untuk tidak menggunakan sistem bunga sehingga transaksi dapat bebas riba di bank syariah.					
2	Saya mematuhi untuk melakukan bisnis dengan keuntungan yang halal melalui bank syariah					
3	Saya mematuhi untuk menghindari adanya gharar (ketidakjelasan) pada produk dengan transaksi di bank syariah					
4	Saya mematuhi untuk menghindari adanya maisir (ketidakpastian) pada produk dengan transaksi di bank syariah					

Lampiran 2. Hasil Statistik Deskriptif

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Wanita	112	74,7	74,7	74,7
	Pria	38	25,3	25,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-27 tahun	111	74,0	74,0	74,0
	28-38 tahun	21	14,0	14,0	88,0
	39-49 tahun	14	9,3	9,3	97,3
	> 50 tahun	4	2,7	2,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Kecamatan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sumbersari	50	33,3	33,3	33,3
	Patrang	50	33,3	33,3	66,7
	Kaliwates	50	33,3	33,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Lama menjadi nasabah bank syariah					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-2 bulan	39	26,0	26,0	26,0
	3-4 bulan	6	4,0	4,0	30,0
	>5 bulan	105	70,0	70,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Penghasilan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp. 999.999	75	50,0	50,0	50,0
	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	31	20,7	20,7	70,7
	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	25	16,7	16,7	87,3
	Rp. > 5.000.000	19	12,7	12,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Pendidikan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	93	62,0	62,0	62,0
	Diploma(D3)	17	11,3	11,3	73,3
	Sarjana (S1)	32	21,3	21,3	94,7
	Magister (S2)	6	4,0	4,0	98,7
	Doktor (S3)	2	1,3	1,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	64	42,7	42,7	42,7
	Karyawan Swasta	47	31,3	31,3	74,0
	ASN	20	13,3	13,3	87,3
	Wiraswasta	2	1,3	1,3	88,7
	Guru/Dosen	2	1,3	1,3	90,0
	Pensiunan	4	2,7	2,7	92,7
	Freelancer	4	2,7	2,7	95,3
	TNI AD	3	2,0	2,0	97,3
	Ibu Rumah Tangga	2	1,3	1,3	98,7
	Belum bekerja	2	1,3	1,3	100,0

	Total	150	100,0	100,0	
--	-------	-----	-------	-------	--

Deskripsi

Statistics					
		P1	P2	P3	
N	Valid	150	150	150	
	Missing	0	0	0	
Mean		3,99	3,97	4,29	
Mode		4	4	4	
Std. Deviation		,909	,867	,638	

P1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1,3	1,3	1,3
	TS	4	2,7	2,7	4,0
	CS	38	25,3	25,3	29,3
	S	55	36,7	36,7	66,0
	SS	51	34,0	34,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

P2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	4,7	4,7	4,7
	CS	37	24,7	24,7	29,3
	S	59	39,3	39,3	68,7
	SS	47	31,3	31,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

P3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	15	10,0	10,0	10,0
	S	77	51,3	51,3	61,3

	SS	58	38,7	38,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Statistics				
		S1	S2	S3
N	Valid	150	150	150
	Missing	0	0	0
Mean		3,91	4,39	4,04
Mode		4	5	4
Std. Deviation		,843	,767	,741

S1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	4,0	4,0	4,0
	CS	42	28,0	28,0	32,0
	S	61	40,7	40,7	72,7
	SS	41	27,3	27,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

S2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1,3	1,3	1,3
	CS	14	9,3	9,3	10,7
	S	56	37,3	37,3	48,0
	SS	78	52,0	52,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

S3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	1,3	1,3	1,3
	CS	32	21,3	21,3	22,7
	S	74	49,3	49,3	72,0

	SS	42	28,0	28,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Statistics					
		SC1	SC2	SC3	SC4
N	Valid	150	150	150	150
	Missing	0	0	0	0
Mean		4,38	4,38	4,44	4,49
Mode		5	5	5	5
Std. Deviation		,711	,702	,650	,653

SC1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	1,3	1,3	1,3
	CS	14	9,3	9,3	10,7
	S	59	39,3	39,3	50,0
	SS	75	50,0	50,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

SC2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	1,3	1,3	1,3
	CS	13	8,7	8,7	10,0
	S	61	40,7	40,7	50,7
	SS	74	49,3	49,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

SC3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	1,3	1,3	1,3
	CS	7	4,7	4,7	6,0
	S	64	42,7	42,7	48,7

	SS	77	51,3	51,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

SC4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	1,3	1,3	1,3
	CS	7	4,7	4,7	6,0
	S	57	38,0	38,0	44,0
	SS	84	56,0	56,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Statistics						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
N	Valid	150	150	150	150	150
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,39	4,17	4,13	4,37	3,90
Mode		5	4	4	5	4
Std. Deviation		,722	,772	,692	,671	,925

KM1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	1,3	1,3	1,3
	CS	15	10,0	10,0	11,3
	S	56	37,3	37,3	48,7
	SS	77	51,3	51,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

KM2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	1,3	1,3	1,3
	CS	28	18,7	18,7	20,0
	S	63	42,0	42,0	62,0
	SS	57	38,0	38,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

KM3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	1,3	1,3	1,3
	CS	21	14,0	14,0	15,3
	S	82	54,7	54,7	70,0
	SS	45	30,0	30,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

KM4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	CS	16	10,7	10,7	10,7
	S	62	41,3	41,3	52,0
	SS	72	48,0	48,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

KM5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	10	6,7	6,7	6,7
	CS	42	28,0	28,0	34,7
	S	51	34,0	34,0	68,7
	SS	47	31,3	31,3	100,0

	Total	150	100,0	100,0	
--	-------	-----	-------	-------	--

Lampiran 3. Uji Intrumen

a. Uji Validitas

Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,383**	,408**	,818**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	150	150	150	150
X1.2	Pearson Correlation	,383**	1	,281**	,759**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	150	150	150	150
X1.3	Pearson Correlation	,408**	,281**	1	,682**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	150	150	150	150
Total_X1	Pearson Correlation	,818**	,759**	,682**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	150	150	150	150

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

Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,353**	,446**	,783**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	150	150	150	150
X2.2	Pearson Correlation	,353**	1	,481**	,770**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	150	150	150	150
X2.3	Pearson Correlation	,446**	,481**	1	,805**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	150	150	150	150
Total_X2	Pearson Correlation	,783**	,770**	,805**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	150	150	150	150

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

Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,839**	,594**	,669**	86,887**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150
X3.2	Pearson Correlation	,839**	1	,705**	,619**	,903**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150
X3.3	Pearson Correlation	,594**	,705**	1	,773**	,866**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	150	150	150	150	150
X3.4	Pearson Correlation	,669**	,619**	,773**	1	,864**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	150	150	150	150	150
Total_X3	Pearson Correlation	,887**	,903**	,866**	,864**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	150	150	150	150	150

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

Correlations							
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	,546**	,595**	,670**	,531**	,838**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150
Y2	Pearson Correlation	,546**	1	,586**	,592**	,418**	,791**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150
Y3	Pearson Correlation	,595**	,586**	1	,557**	,398**	,778**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150
Y4	Pearson Correlation	,670**	,592**	,557**	1	,439**	,807**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	150	150	150	150	150	150
Y5	Pearson Correlation	,531**	,418**	,398**	,439**	1	,739**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	150	150	150	150	150	150
Total_Y	Pearson Correlation	,838**	,791**	,778**	,807**	,739**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	150	150	150	150	150	150

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

b. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,618	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,903	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,687	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,841	5

Lampiran 4. Uji Normalitas Model

a. Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,90953828
Most Extreme Differences	Absolute	,055
	Positive	,045
	Negative	-,055
Test Statistic		,055
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Lampiran 5. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	2,770	1,317		2,104	,037
	Pengetahuan(X1)	,162	,108	,100	1,499	,136
	Sikap (X2)	,778	,112	,482	6,939	,000

	Sharia Compliance (X3)	,374	,088	,300	4,270	,000
a. Dependent Variable: Keputusan Memilih (Y)						

Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,292	,816		,358	,721
	Pengetahuan(X1)	,100	,067	,152	1,494	,137
	Sikap (X2)	-,098	,069	-,149	-1,405	,162
	Sharia Compliance (X3)	,066	,054	,130	1,211	,228
a. Dependent Variable: RES2						

b. Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,770	1,317		2,104	,037		
	Pengetahuan(X1)	,162	,108	,100	1,499	,136	,636	1,572
	Sikap (X2)	,778	,112	,482	6,939	,000	,584	1,713
	Sharia Compliance (X3)	,374	,088	,300	4,270	,000	,570	1,756
a. Dependent Variable: Keputusan Memilih (Y)								

Lampiran 7. Rekapitulasi Jawaban Responden

No.	Nama Lengkap	Jenis Kelamin	Kecamatan	Usia	Pekerjaan	Penghasilan	Pendidikan Terakhir	Lama Menjadi Nasabah	P			Total P	S			Total S	SC				Total SC	KM					Total KM
									P1	P2	P3		S1	S2	S3		SC1	SC2	SC3	SC4		KM1	KM2	KM3	KM4	KM5	
1	Anisa Luwiyanti	Wanita	Sumbersari	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	Sarjana (S1)	>5 bulan	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	5	20	4	4	4	5	3	20
2	zharfan ghassani	Wanita	Sumbersari	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	Sarjana (S1)	>5 bulan	5	3	4	12	5	5	3	13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
3	Ayu Nabila	Wanita	Sumbersari	> 48 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	Sarjana (S1)	>5 bulan	4	5	5	14	4	5	4	13	5	5	5	5	20	5	4	5	5	3	22
4	Annisa Fairuz Afiyah	Wanita	Patrang	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	Diploma (D3)	3-4 bulan	3	4	4	11	2	4	3	9	5	5	5	5	20	5	4	3	5	5	22
5	Nila Izza Naviah	Wanita	Patrang	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	Diploma (D3)	>5 bulan	4	4	5	13	5	5	5	15	4	4	5	5	18	4	5	4	4	5	22
6	Erwina Dwi Febriani	Wanita	Patrang	28-37 tahun	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	Diploma (D3)	>5 bulan	4	4	5	13	4	5	5	14	5	5	4	4	18	5	5	5	5	4	24
7	adinda shalsa	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	Diploma (D3)	>5 bulan	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
8	Erwina Kumala Sari	Wanita	Sumbersari	17-27 tahun	ASN	Rp. > 5.000.000	Sarjana (S1)	>5 bulan	5	3	4	12	3	5	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	21
9	Adinda vicky	Wanita	Sumbersari	17-27 tahun	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	Sarjana (S1)	>5 bulan	3	5	5	13	5	5	5	15	5	5	5	4	19	5	4	3	5	5	22
10	Muhammad Zia Ul Haq	Pria	Sumbersari	17-27 tahun	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	Sarjana (S1)	>5 bulan	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
11	Wulan Candrakirana	Wanita	Patrang	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	Sarjana (S1)	1-2 bulan	3	5	3	11	4	5	3	12	5	5	4	4	18	4	5	5	5	3	22
12	RAHAYU	Wanita	Patrang	17-27 tahun	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	Diploma (D3)	3-4 bulan	4	4	5	13	4	5	4	13	5	5	5	5	20	5	3	5	5	5	23
13	Malida Titania Saptiari	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	Diploma (D3)	>5 bulan	5	5	4	14	4	5	5	14	5	5	5	5	20	4	4	4	5	4	21
14	Ariska Febriyanti	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	Diploma (D3)	>5 bulan	4	4	4	12	3	4	4	11	4	5	5	5	19	4	3	4	4	4	19
15	Lia Putri Vadilah	Wanita	Sumbersari	28-37 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	Sarjana (S1)	>5 bulan	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	5	17	5	5	5	5	5	25
16	Alga Saputra	Pria	Sumbersari	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	Diploma (D3)	>5 bulan	5	5	5	15	5	5	3	13	3	3	5	5	16	5	5	5	5	3	23
17	Dading sukrisdianto	Pria	Sumbersari	17-27 tahun	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	Sarjana (S1)	1-2 bulan	1	4	4	9	3	4	4	11	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20

18	Nadifa Diendara	Wanita	Sumbersari	28-37 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	Sarjana (S1)	>5 bulan	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24
19	Ega Devina Alvita	Wanita	Patrang	> 48 tahun	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	Sarjana (S1)	>5 bulan	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	4	2	15
20	Dian Indah Mistikasari	Wanita	Patrang	28-37 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	D3	>5 bulan	5	5	5	15	3	5	5	13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
21	Nabilah Widya Nugroho Putri	Wanita	Sumbersari	28-37 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	D3	>5 bulan	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	24
22	Martarisa Darma Monika	Wanita	Sumbersari	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	D3	>5 bulan	5	4	5	14	4	4	5	13	4	5	5	5	19	5	4	4	5	4	22
23	Hesti Dwi Riansaputri	Wanita	Sumbersari	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	D3	>5 bulan	4	4	5	13	4	5	4	13	5	5	4	5	19	5	5	4	4	5	23
24	Dedy Dwi Setyawan	Pria	Sumbersari	17-27 tahun	Karyawan Swasta	Rp. > 5.000.000	SMA/Sederajat	>5 bulan	4	3	4	11	3	3	4	10	4	4	4	4	16	5	4	3	4	3	19
25	Izzah Mariami Sechimil	Wanita	Patrang	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. > 5.000.000	SMA/Sederajat	>5 bulan	5	4	5	14	4	4	3	11	5	5	5	5	20	3	4	4	3	3	17
26	Siti Nur Waq'ah	Wanita	Patrang	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	1-2 bulan	5	5	4	14	5	3	4	12	5	5	5	5	20	5	5	5	5	3	23
27	Rozinah	Wanita	Sumbersari	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	5	5	5	15	5	5	3	13	4	4	5	5	18	3	4	4	3	3	17
28	Dwiyono	Pria	Sumbersari	17-27 tahun	Pensiunan	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	3	3	5	11	4	5	5	14	5	4	4	4	17	5	5	4	4	5	23
29	Belqis Hadisti	Wanita	Sumbersari	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. > 5.000.000	Sarjana (S1)	>5 bulan	4	3	4	11	2	4	4	10	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	19
30	Dea Arum Wibisono	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	Sarjana (S1)	>5 bulan	4	3	4	11	4	5	4	13	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	21
31	Ifa Rosi Mahrifah	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	ASN	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	Sarjana (S1)	1-2 bulan	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	19
32	Ela Safitri	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	Doktor (S3)	>5 bulan	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
33	Fausta Kurmia Muhammad	Pria	Kaliwates	38-47 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	Doktor (S3)	1-2 bulan	3	3	3	9	3	4	5	12	3	4	5	3	15	3	3	3	3	4	16
34	Feby Ayu	Wanita	Sumbersari	38-47 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	Magister (S2)	>5 bulan	5	5	4	14	3	4	3	10	4	4	3	4	15	4	4	3	4	3	18
35	Yasmin Dibah Az-zahra	Wanita	Sumbersari	38-47 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	5	3	5	13	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	4	3	5	3	20
36	Chayavi Faizza Kurnia	Wanita	Sumbersari	17-27	Freelancer	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	2	3	3	8	3	4	4	11	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20

				tahun																							
55	Sandra Nurmeiswara Putri	Wanita	Sumbersari	38-47 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	Magister (S2)	>5 bulan	5	5	4	14	5	5	4	14	5	5	5	5	20	4	5	4	5	5	23
56	Dwi Arum	Wanita	Sumbersari	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	Magister (S2)	>5 bulan	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
57	Hakim Febrianto	Pria	Sumbersari	28-37 tahun	Belum bekerja	< Rp. 999.999	S1	1-2 bulan	5	4	4	13	4	5	4	13	5	4	4	4	17	5	5	5	5	5	25
58	Putri Evrita Malisa	Wanita	Patrang	17-27 tahun	ASN	Rp. > 5.000.000	SMA/Sederajat	>5 bulan	3	2	4	9	4	5	5	14	4	4	5	5	18	4	4	5	4	5	22
59	Kuncoro Adi Sukmo	Pria	Patrang	17-27 tahun	Guru/Dosen	Rp. > 5.000.000	SMA/Sederajat	>5 bulan	4	3	4	11	5	4	5	14	4	4	4	5	17	5	4	5	5	4	23
60	Yoyok Kusmanto	Pria	Patrang	17-27 tahun	ASN	Rp. > 5.000.000	SMA/Sederajat	>5 bulan	3	5	4	12	4	5	4	13	5	5	4	5	19	4	5	4	4	3	20
61	Ajeng Anandhia Hapsari	Wanita	Patrang	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	SMA/Sederajat	1-2 bulan	5	4	5	14	4	5	4	13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
62	Roihanah	Wanita	Sumbersari	28-37 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	4	5	4	13	4	4	3	11	4	4	4	4	16	5	3	4	4	4	20
63	Wizdan zahram	Wanita	Sumbersari	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	SMA/Sederajat	1-2 bulan	3	3	5	11	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
64	Aurelya Trineza Regina	Wanita	Sumbersari	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	3	4	4	11	3	5	4	12	4	4	5	5	18	4	3	4	4	3	18
65	Arum Prasetyaning Wulan	Wanita	Patrang	17-27 tahun	Karyawan Swasta	Rp. > 5.000.000	SMA/Sederajat	1-2 bulan	3	5	4	12	3	5	4	12	4	5	5	4	18	5	4	4	4	3	20
66	Fira	Wanita	Patrang	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	1-2 bulan	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	21
67	Sakina Arifma Sani	Wanita	Sumbersari	17-27 tahun	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	3	2	3	8	3	4	4	11	3	4	4	4	15	4	3	4	3	3	17
68	Nur Ariva	Wanita	Sumbersari	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	1-2 bulan	3	4	5	12	3	4	3	10	4	3	4	5	16	3	4	3	4	2	16
69	Mohammad Riko Prastio	Pria	Sumbersari	38-47 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	5	5	5	15	5	4	4	13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
70	Nandaa	Pria	Patrang	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
71	Farah Muzacky	Wanita	Patrang	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	5	20	4	4	4	5	3	20
72	Lia Dermawanti	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	5	3	4	12	5	5	3	13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25

				tahun																							
73	Anisa Endah	Wanita	Kaliwates	> 48 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	4	5	5	14	4	5	4	13	5	5	5	5	20	5	4	5	5	3	22
74	Zhafira Rizka Rona Alya	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	3-4 bulan	3	4	4	11	2	4	3	9	5	5	5	5	20	5	4	3	5	5	22
75	Dian Wardani	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	4	4	5	13	5	5	5	15	4	4	5	5	18	4	5	4	4	5	22
76	Aprilia Sinta	Wanita	Sumbersari	28-37 tahun	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	4	4	5	13	4	5	5	14	5	5	4	4	18	5	5	5	5	4	24
77	Novi Agustin	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	SMP	>5 bulan	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
78	Ningrum	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	ASN	Rp. > 5.000.000	SMP	>5 bulan	5	3	4	12	3	5	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	21
79	Bayu Novianto	Wanita	Sumbersari	17-27 tahun	Wiraswasta	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	SMP	>5 bulan	3	5	5	13	5	5	5	15	5	5	5	4	19	5	4	3	5	5	22
80	Aji Prakoso	Pria	Sumbersari	17-27 tahun	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	SMP	>5 bulan	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
81	Alia Mazada	Wanita	Patrang	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	SMP	1-2 bulan	3	5	3	11	4	5	3	12	5	5	4	4	18	4	5	5	5	3	22
82	Suci Dewanti	Wanita	Patrang	17-27 tahun	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	SMP	3-4 bulan	4	4	5	13	4	5	4	13	5	5	5	5	20	5	3	5	5	5	23
83	Hara Bunga	Wanita	Sumbersari	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	5	5	4	14	4	5	5	14	5	5	5	5	20	4	4	4	5	4	21
84	Khrisna Aprilian Hidayat	Wanita	Sumbersari	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	4	4	4	12	3	4	4	11	4	5	5	5	19	4	3	4	4	4	19
85	Safitri Ani	Wanita	Sumbersari	28-37 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	5	17	5	5	5	5	5	25
86	Yusssaq Rifqy M	Pria	Sumbersari	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	5	5	5	15	5	5	3	13	3	3	5	5	16	5	5	5	5	3	23
87	Kusuma Prayitno	Pria	Sumbersari	17-27 tahun	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	SMA/Sederajat	1-2 bulan	1	4	4	9	3	4	4	11	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
88	Setyo Aji	Wanita	Patrang	28-37 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24
89	Annisa Maharani	Wanita	Kaliwates	> 48 tahun	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	4	2	15
90	M. Maulana Zuhad Aditya	Wanita	Kaliwates	28-37 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	5	5	5	15	3	5	5	13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25

91	Dewi Piyanggara	Wanita	Patrang	28-37 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	Sarjana (S1)	>5 bulan	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	24
92	Umi Nur Latifah	Wanita	Patrang	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	Sarjana (S1)	>5 bulan	5	4	5	14	4	4	5	13	4	5	5	5	19	5	4	4	5	4	22
93	Lutfiyah	Wanita	Patrang	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	4	4	5	13	4	5	4	13	5	5	4	5	19	5	5	4	4	5	23
94	Wakik Isnani	Pria	Patrang	17-27 tahun	Karyawan Swasta	Rp. > 5.000.000	SMA/Sederajat	>5 bulan	4	3	4	11	3	3	4	10	4	4	4	4	16	5	4	3	4	3	19
95	Yahya Bramasta	Wanita	Patrang	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. > 5.000.000	SMA/Sederajat	>5 bulan	5	4	5	14	4	4	3	11	5	5	5	5	20	3	4	4	3	3	17
96	Dennis Husada	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	1-2 bulan	5	5	4	14	5	3	4	12	5	5	5	5	20	5	5	5	5	3	23
97	Dini Ariani	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	5	5	5	15	5	5	3	13	4	4	5	5	18	3	4	4	3	3	17
98	Halwa Azura	Pria	Kaliwates	17-27 tahun	Pensiunan	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	3	3	5	11	4	5	5	14	5	4	4	4	17	5	5	4	4	5	23
99	Ainul Yaqin	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. > 5.000.000	SMA/Sederajat	>5 bulan	4	3	4	11	2	4	4	10	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	19
100	Lailatul Mukaroma	Wanita	Patrang	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	4	3	4	11	4	5	4	13	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	21
101	Ika Fatmawati	Wanita	Patrang	17-27 tahun	ASN	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	SMA/Sederajat	1-2 bulan	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	19
102	Abdur Rokib	Wanita	Patrang	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
103	Djalesta Bimasena	Pria	Patrang	38-47 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	1-2 bulan	3	3	3	9	3	4	5	12	3	4	5	3	15	3	3	3	3	4	16
104	Naila Lutfi Karima	Wanita	Patrang	38-47 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	5	5	4	14	3	4	3	10	4	4	3	4	15	4	4	3	4	3	18
105	Muhamad Alifil Ma'luf	Wanita	Patrang	38-47 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	5	3	5	13	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	4	3	5	3	20
106	Putriyanti	Wanita	Patrang	17-27 tahun	Freelancer	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	2	3	3	8	3	4	4	11	5	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
107	Selma Wardah	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	SMA/Sederajat	1-2 bulan	2	3	3	8	3	1	2	6	2	2	2	2	8	2	2	2	3	3	12
108	Hesti Kurniawati	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	4	5	4	13	4	5	5	14	5	5	4	5	19	5	5	5	5	4	24

109	Dika Suhandha	Pria	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	4	4	4	12	3	4	3	10	4	4	4	4	16	4	3	4	3	2	16
110	Sindu aji alfath sura	Pria	Kaliwates	17-27 tahun	TNI - AD	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	SMA/Sederajat	1-2 bulan	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
111	eka yudha	Pria	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	5	3	4	12	4	3	4	11	5	4	5	5	19	5	5	4	4	5	23
112	Rofiqoh Nur Isnani	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	21
113	ezar raditya kohardiansyah	Pria	Kaliwates	17-27 tahun	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	SMA/Sederajat	1-2 bulan	4	5	4	13	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	4	5	4	23
114	irfan hafidz prasetya	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Karyawan Swasta	Rp. > 5.000.000	SMA/Sederajat	1-2 bulan	4	4	4	12	4	5	4	13	5	5	4	4	18	4	5	4	5	4	22
115	Icha Premisdia	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Ibu Rumah Tangga	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	5	4	4	13	2	5	4	11	5	5	5	5	20	4	3	4	4	4	19
116	dyza zahrashita andreaniza	Pria	Patrang	17-27 tahun	Karyawan Swasta	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	SMA/Sederajat	1-2 bulan	3	3	4	10	4	5	4	13	5	5	5	5	20	5	4	4	5	4	22
117	jevina anindya widodo	Wanita	Patrang	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	1-2 bulan	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	19
118	Uswatun Hasanah	Wanita	Patrang	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	4	4	3	11	5	5	4	14	3	3	4	4	14	5	5	5	5	5	25
119	mulia eka putri	Wanita	Patrang	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	3-4 bulan	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	19
120	Andira Niasari	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
121	almas dwi zuhrotul	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
122	Putra Sasongko Haning	Pria	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	3	2	5	10	3	5	3	11	5	5	5	5	20	5	5	5	5	2	22
123	Putra Herlambang H.	Pria	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	4	4	5	13	3	4	3	10	5	5	5	5	20	5	3	4	5	5	22
124	erizza eka putri	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	5	3	5	13	5	5	5	15	5	4	4	4	17	5	5	4	4	5	23
125	Fadhilia Amalina	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	5	5	4	14	5	5	4	14	5	5	5	5	20	4	5	4	5	5	23
126	fairuz shofiya maskur	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25

127	Reza Adi Kunggoro	Pria	Kaliwates	17-27 tahun	Belum bekerja	< Rp. 999.999	Sarjana (S1)	1-2 bulan	5	4	4	13	4	5	4	13	5	4	4	4	17	5	5	5	5	5	25
128	Bella Safitri	Wanita	Kaliwates	> 48 tahun	ASN	Rp. > 5.000.000	Sarjana (S1)	>5 bulan	3	2	4	9	4	5	5	14	4	4	5	5	18	4	4	5	4	5	22
129	Sasya Putri	Pria	Kaliwates	17-27 tahun	Guru/Dosen	Rp. > 5.000.000	SMA/Sederajat	>5 bulan	4	3	4	11	5	4	5	14	4	4	4	5	17	5	4	5	5	4	23
130	Kurnia Setiawan	Pria	Patrang	17-27 tahun	ASN	Rp. > 5.000.000	Sarjana (S1)	>5 bulan	3	5	4	12	4	5	4	13	5	5	4	5	19	4	5	4	4	3	20
131	achmad geovanni	Wanita	Patrang	28-37 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	Sarjana (S1)	1-2 bulan	5	4	5	14	4	5	4	13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
132	Mudawamatul Khoiriyah	Wanita	Sumbersari	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	Sarjana (S1)	>5 bulan	4	5	4	13	4	4	3	11	4	4	4	4	16	5	3	4	4	4	20
133	Muhammad Sulaiman	Wanita	Sumbersari	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	D3	1-2 bulan	3	3	5	11	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
134	Romi Tri Agung Saputra	Wanita	Sumbersari	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	3	4	4	11	3	5	4	12	4	4	5	5	18	4	3	4	4	3	18
135	Toni Gunawan	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Karyawan Swasta	Rp. > 5.000.000	SMA/Sederajat	1-2 bulan	3	5	4	12	3	5	4	12	4	5	5	4	18	5	4	4	4	3	20
136	Arum Wibisono	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	D3	1-2 bulan	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	21
137	Anita Fikri	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	Diploma (D3)	>5 bulan	3	2	3	8	3	4	4	11	3	4	4	4	15	4	3	4	3	3	17
138	Mohammad Riko Prastio	Wanita	Sumbersari	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMP	1-2 bulan	3	4	5	12	3	4	3	10	4	3	4	5	16	3	4	3	4	2	16
139	Rini Agustiya	Pria	Sumbersari	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMP	>5 bulan	5	5	5	15	5	4	4	13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
140	Syafitri Nur Rahma	Pria	Sumbersari	28-37 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMP	>5 bulan	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
141	Feni firdatul jamila	Wanita	Sumbersari	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	4	5	4	13	4	4	3	11	4	4	4	4	16	5	3	4	4	4	20
142	Ayu Irna	Wanita	Sumbersari	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 s.d Rp. 2.499.999	SMA/Sederajat	1-2 bulan	3	3	5	11	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
143	Meylisa Zahroh	Wanita	Sumbersari	28-37 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	3	4	4	11	3	5	4	12	4	4	5	5	18	4	3	4	4	3	18
144	Putri Nur	Wanita	Kaliwates	> 48 tahun	Karyawan Swasta	Rp. > 5.000.000	SMA/Sederajat	1-2 bulan	3	5	4	12	3	5	4	12	4	5	5	4	18	5	4	4	4	3	20
145	Crisma Winda aniva nutqi	Wanita	Kaliwates	28-37 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	1-2 bulan	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	21

146	Wiratmaja	Wanita	Kaliwates	28-37 tahun	Karyawan Swasta	Rp. 2.500.000 s.d Rp. 4.999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	3	2	3	8	3	4	4	11	3	4	4	4	15	4	3	4	3	3	17
147	syakillah hafna	Wanita	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	1-2 bulan	3	4	5	12	3	4	3	10	4	3	4	5	16	3	4	3	4	2	16
148	Rania Alam Atmaja	Pria	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	5	5	5	15	5	4	4	13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
149	Zakina Rulinda Hijjas	Pria	Kaliwates	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	SMA/Sederajat	>5 bulan	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
150	Nailah Salma	Wanita	Patrang	17-27 tahun	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 999.999	Diploma (D3)	1-2 bulan	3	4	5	12	3	4	3	10	4	3	4	5	16	3	4	3	4	2	16