

PENGARUH RELIGIUSITAS, MOTIF EKONOMI DAN SIKAP ISTIQOMAH TERHADAP PERILAKU NASABAH DALAM MENABUNG PADA BANK MUAMALAT MOJOKERTO

Sandy Hendra Mukti, Juliani Pudjowati, Anggraeni Rahmasari
Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ilmu Ekonomi Universitas Bhayangkara
Surabaya

ABSTRAK

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh secara simultan antara religiusitas, motif ekonomi dan sikap istiqomah terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto dengan nilai F_{hitung} sebesar 41,670 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000. Terdapat pengaruh secara parsial antara antara religiusitas, motif ekonomi dan sikap istiqomah terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto karena nilai signifikansinya kurang dari 0,05. Variabel sikap Istiqomah berpengaruh dominan terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai t_{hitung} variabel sikap Istiqomah sebesar 5,360, sedangkan nilai t_{hitung} variabel religiusitas sebesar 3,263 dan nilai t_{hitung} variabel motif ekonomi sebesar 3,235. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh secara simultan dan parsial antara Religiusitas, Motif Ekonomi dan Sikap Istiqomah terhadap Perilaku Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Muamalat Mojokerto. Variabel Sikap Istiqomah berpengaruh dominan terhadap Perilaku Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Muamalat Mojokerto.

Kata kunci: Religiusitas, Motif Ekonomi, Sikap Istiqomah, Perilaku Nasabah

PENDAHULUAN

Bank syariah pada awalnya dikembangkan dari respon kelompok ekonom dan praktisi perbankan muslim yang berupaya mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip syariah Islam. Sejak diberlakukannya UU No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, sebagaimana telah diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998, bank syariah secara resmi telah diperkenalkan kepada masyarakat.

Seperti halnya perkembangan perbankan syariah di Indonesia, fenomena yang sama juga terjadi di Jawa Timur. Dalam hal keagamaan, Jawa Timur dikenal sebagai salah satu kawasan di Nusantara yang sangat kental dengan tradisi faham keagamaannya (Islam). Masyarakat Jawa Timur sangat kuat dalam mengapresiasi

Islam. Hal ini menunjukkan kondisi yang menggambarkan sikap dan perilaku masyarakat Jawa Timur yang sebagian besar mengaku memahami ajaran agama dan senantiasa mempraktikkannya dalam kehidupan sehari-hari. Akan tetapi perkembangan jumlah bank syariah di Jawa Timur relatif kecil jika dibandingkan dengan tingkat perkembangan perbankan konvensional. Seyogyanya, masyarakat Jawa Timur yang mayoritas beragama Islam seharusnya merupakan *captive market* yang menguntungkan bagi perkembangan bank syariah di Jawa Timur.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu (Metawa dan Almosawi (1998) dan (Naser et al (1999) diketahui bahwa faktor utama nasabah mempertahankan hubungannya atau tetap loyal pada bank syariah adalah ketaatan mereka terhadap prinsip-prinsip syariah. Nasabah memutuskan untuk tetap mempertahankan bank syariah berkaitan dengan masalah keimanan dan keyakinan terhadap pengharaman riba bagi umat Islam. Hal ini didasarkan pada religiusitas seseorang terhadap prinsip-prinsip syariah. Jalaluddin (2010: 303) religiusitas dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan yang ada dalam diri individu yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama. Tingkat religiusitas nasabah bank Muamalat tersebut adalah suatu hal yang menyangkut hubungannya sebagai manusia dengan Allah yang kemudian dapat mempengaruhi perilaku sehari-hari dalam mengambil segala keputusan. Misalnya dalam hal ini keputusan untuk memilih jenis tabungan.

Motif ekonomi merupakan alasan yang mendorong manusia melakukan tindakan ekonomi. Misalnya manusia bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya berusaha mencari nafkah, dari pernyataan itu dapat dijelaskan memenuhi kebutuhan hidup adalah motif ekonomi dan berusaha mencari nafkah termasuk tindakan ekonomi (Gufron & Rini, 2012:86-87).

Sikap *istiqomah* menunjukkan kekuatan iman yang merasuki seluruh jiwanya, sehingga tidak mudah goyah atau cepat menyerah dalam menghadapi tantangan maupun tekanan (Tasmara, 2001: 203). Perubahan lingkungan bisnis yang berkembang cepat menjadi salah satu penyebab perlunya peninjauan ulang terhadap penelitian terdahulu yang telah menyimpulkan bahwa nasabah bank syariah akan berperilaku loyal karena alasan kepatuhan pada syariah. Perdebatan

seperti ini dapat dimaknai bahwa bank syariah tidak dapat hanya bertahan dengan menggunakan pendekatan tradisional, membidik calon nasabah serta mempertahankan nasabah yang ada dengan memanfaatkan sentimen emosional saja. Bank syariah harus dapat mencari sebuah solusi tepat dalam bertahan dan memperebutkan nasabah.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang maka penulis kemukakan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh secara simultan antara Religiusitas, Motif Ekonomi dan Sikap *Istiqomah* terhadap Perilaku Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Muamalat Mojokerto ?
2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara Religiusitas, Motif Ekonomi dan Sikap *Istiqomah* terhadap Perilaku Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Muamalat Mojokerto ?
3. Diantara variabel Religiusitas, Motif Ekonomi dan Sikap *Istiqomah*, variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Perilaku Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Muamalat Mojokerto ?

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh secara simultan antara Religiusitas, Motif Ekonomi dan Sikap *Istiqomah* terhadap Perilaku Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Muamalat Mojokerto.
2. Untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh secara parsial antara Religiusitas, Motif Ekonomi dan Sikap *Istiqomah* terhadap Perilaku Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Muamalat Mojokerto.
3. Untuk mengetahui dan membuktikan diantara variabel Religiusitas, Motif Ekonomi dan Sikap *Istiqomah*, variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap Perilaku Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Muamalat Mojokerto.

TINJAUAN PUSTAKA

Bank Syariah

Perbankan syariah dalam peristilahan internasional dikenal sebagai *Islamic Banking* atau juga disebut dengan *interest-free banking*. Peristilahan dengan menggunakan kata *Islamic* tidak dapat dilepaskan dari asal mula sistem perbankan syariah itu sendiri. Bank syariah pada awalnya dikembangkan sebagai suatu respon dari kelompok ekonom dan praktisi perbankan *Muslim* yang berupaya mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan agar tersedia jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip-prinsip syariah Islam. Utamanya adalah berkaitan dengan pelanggaran praktik kegiatan *maisir* (spekulasi), *gharar* (ketidak jelasan), dan *riba* (Muhammad, 2014:13).

Menurut UU Republik Indonesia No. 10 Tahun 1998, tentang perubahan atas UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan bahwa Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedang pengertian prinsip syariah itu sendiri adalah aturan berdasarkan hukum Islam (Kamsil, 2002:311-313)

Fungsi Bank Syariah

Bank syariah yang didasarkan atas pondasi ajaran moral Islam mempunyai fungsi yang lebih luas dibanding bank konvensional. Semua fungsi bank konvensional dapat diperankan oleh bank syariah, sebaliknya tidak semua fungsi bank syariah ada dalam bank konvensional (Muhammad, 2014:15). Secara garis besar fungsi bank syariah tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Bertanggung jawab terhadap penyimpanan dana nasabah (*shahib al-mal*)
- b. Mengelola investasi
- c. Penyedia jasa transaksi keuangan
- d. Pengelola Zakat, Infaq, dan Shadaqah (ZIS)

Prinsip-Prinsip Dasar Operasional Bank Syariah

Secara garis besar, hubungan ekonomi berdasarkan syariah Islam ditentukan oleh hubungan akad yang terdiri dari 5 (lima) konsep dasar akad.

Bersumber dari kelima konsep inilah dapat ditemukan produk-produk lembaga keuangan bank syariah dan lembaga keuangan bukan bank syariah untuk dioperasionalkan (Muhammad, 2014:17). Kelima konsep tersebut adalah:

1. Prinsip Simpanan Murni (*al-wadi'ah*)
2. Bagi Hasil (*syirkah*)
3. Prinsip Jual Beli (*at-tijarah*)
4. Prinsip Sewa (*al-ijarah*)
5. Prinsip Jasa atau *Fee* (*al-ajr walumullah*)

Religiusitas

Religiusitas adalah sebuah ekspresi spiritual seseorang yang berkaitan dengan sistem keyakinan, nilai hukum yang berlaku dan ritual (Kaye dan Raghavan, 2000). Pengertian religiusitas menurut Glock dan Stark (1968) dalam Ancok dan Suroso (2001) adalah seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa tekun pelaksanaan ibadah dan seberapa dalam penghayatan agama yang dianut seseorang.

Menurut Jalaluddin (2010: 303) religiusitas dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan yang ada dalam diri individu yang mendorongnya untuk bertingkah laku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.

Dimensi-dimensi Religiusitas

Jalaluddin (2010: 303) menyebutkan bahwa religiusitas merupakan konsistensi antara kepercayaan terhadap agama sebagai unsur kognitif, perasaan terhadap agama sebagai unsur afektif, dan perilaku agama sebagai unsur konatif. Jadi aspek keberagamaannya merupakan integrasi dari pengetahuan, perasaan, dan perilaku keagamaan dalam diri manusia.

Ancok dan Suroso (2001: 80) ada lima macam dimensi kereligiusitasan yaitu dimensi keyakinan atau *akidah* Islam, dimensi peribadatan (*praktek agama*) atau *syariah*, dimensi pengamalan atau *akhlak*, dimensi pengetahuan atau ilmu, dan dimensi penghayatan.

Motif Ekonomi

Motif ekonomi merupakan alasan yang mendorong manusia melakukan tindakan ekonomi. Misalnya manusia bekerja untuk memenuhi kebutuhan

hidupnya berusaha mencari nafkah, dari pernyataan itu dapat dijelaskan memenuhi kebutuhan hidup adalah motif ekonomi dan berusaha mencari nafkah termasuk tindakan ekonomi (Gufron dan Rini, 2012:86-87).

Gufron dan Rini (2012:88) sebab-sebab yang mendorong manusia melakukan tindakan ekonomi diantaranya diperkirakan untuk :

a. Motif mencari laba.

Motif mencari laba adalah dorongan manusia melakukan tindakan ekonomi yang didasarkan oleh adanya keuntungan, misalnya seorang pedagang, kegiatannya untuk mendapatkan laba.

b. Motif untuk menjadi makmur.

Makmur adalah dapat memenuhi segala kebutuhan, berarti motif untuk menjadi makmur adalah dorongan manusia melakukan tindakan ekonomi didasarkan untuk mendapatkan kemudahan-kemudahan dalam memenuhi kebutuhan.

c. Motif memperoleh Kekuasaan.

Motif memperoleh kekuasaan adalah ditujukan untuk dapat memperoleh kekuasaan atau pengaruh dimasyarakat.

d. Motif memperoleh penghargaan

Banyak orang beranggapan bahwa orang akan dihargai dan menjadi terpuja apabila mempunyai banyak harta kekayaan, penampilan dengan pakaian, kendaraan yang serba mahal.. Sehingga banyak orang berlomba mencari materi (kekayaan) untuk dapat dihargai dimata masyarakat.

e. Motif Sosial

Motif sosial adalah dorongan tindakan ekonomi didasarkan untuk menolong sesama manusia. Misalnya menolong fakir miskin, menolong bencana alam dll.

Sikap *Istiqomah*

Istiqomah diterjemahkan sebagai bentuk kualitas batin yang melahirkan sikap konsisten (taat azas) dan teguh pendirian untuk menegakkan dan membentuk sesuatu menuju pada kesempurnaan atau kondisi yang lebih baik. Sikap *istiqamah* diambil dari bentuk *qawwama*, *qaaimah*, *istiqamah* dan *aqimu*

yang memberikan arti menegakkan sesuatu sesuai dengan fungsinya yang akan memberikan manfaat. Sehingga sikap *istiqamah* berarti pula suatu dorongan yang kuat untuk menegakkan sekaligus mempertahankan kebenaran atau sesuatu yang diyakini (Tasmara, 2001: 173).

Definisi loyalitas pelanggan menurut Griffin (2002:4) adalah “*when customer is loyal, he or she exhibits purchase behaviour defined as non random purchase expresses overtime by some decision making. In addition, he term loyalty cannotes a conditional of some duration and requires thah act of purchase occur no less than two times*” hal ini dapat diartikan bahwa ketika seorang pelanggan dikatakan setia, dia akan menunjukkan perilaku pembelian yang ditetapkan sebagai pembelian tidak acak yang ditandai oleh selang waktu oleh unit pembuat keputusan.

Sedangkan ciri-ciri orang yang disebut sebagai orang yang *istiqamah* adalah mereka mempunyai tujuan, mereka adalah orang yang kreatif, mereka sangat menghargai waktu, mereka bersikap sabar (Tasmara, 2001: 203-212). Terdapat sikap yang *istiqomah* yang mengandung empat unsur: *comitment, consistence, consequences, and continous* (Tasmara, 2001: 29).

Perilaku Nasabah

Perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mengkomunikasikan dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului menyusuli tindakan ini (Engel *et al*, 1994: 3). Perilaku konsumen adalah kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam proses pengambilan keputusan pada persiapan dan menentukan kegiatan itu (Hani Handoko, 1987:10).

Perilaku nasabah dapat diukur melalui indicator perilaku nasabah seperti perilaku loyal (setia), perilaku untuk mereferensikan bank ke pihak lain, perilaku untuk terus menerus mempergunakan jasa bank setiap ada kesempatan atau transaksi keuangan (Jones dan Taylor, 2007:7).

parsial

Hipotesis

- a. Bahwa terdapat pengaruh secara simultan dari religiusitas, motif ekonomi dan sikap *istiqomah* terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto.
- b. Bahwa terdapat pengaruh secara parsial dari religiusitas, motif ekonomi dan sikap *istiqomah* terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto.
- c. Bahwa variabel religiusitas mempunyai pengaruh dominan terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto.

METODE PENELITIAN

Definisi Operasional

Berdasarkan judul skripsi maka penulis dapat mengambil suatu kesimpulan bahwa ada 4 variabel yang digunakan yaitu:

Religiusitas	(X1)	: Variabel Bebas
Motif Ekonomi	(X2)	: Variabel Bebas
Sikap <i>Istiqomah</i>	(X3)	: Variabel Bebas
Perilaku Nasabah	(Y)	: Variabel Terikat

Adapun definisi variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel Bebas (X)

Manurut Sugiyono (2009:59), variabel bebas (*independent* variabel) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (variabel *dependent*)". Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah Religiusitas, Motif Ekonomi dan Sikap *Istiqomah*.

- 1) Religiusitas (X₁)

Indikatornya adalah sebagai berikut:

- a) Keyakinan terhadap kebenaran agama Islam.
- b) Keyakinan yang baik dan benar terhadap rukun iman.
- c) Kepatuhan dalam menjalankan ibadah wajib.

- d) Semangat dalam menjalankan ibadah sunnah.
- e) Berperilaku suka menolong dan berderma.
- f) Berperilaku jujur dan menjaga amanat (tidak mencuri ataupun korupsi).
- g) Mempunyai pengetahuan tentang ajaran Islam.
- h) Semangat dalam meningkatkan pengetahuan tentang ajaran Islam.
- i) Perasaan tenang ketika melaksanakan ibadah.
- j) Perasaan takut dan khawatir ketika melaksanakan maksiat.

2) Motif Ekonomi (X_2)

Indicator pada variabel motif ekonomi adalah sebagai berikut:

- a) Motif mencari laba.
- b) Motif untuk menjadi makmur.
- c) Motif memperoleh Kekuasaan.
- d) Motif memperoleh penghargaan
- e) Motif Sosial

3) Sikap *Istiqomah* (X_3)

Dalam melakukan pengukuran, sikap *istiqomah* nasabah dibagi menjadi empat indikator yaitu:

- a) *Comitment*,
- b) *Consistence*,
- c) *Consequences*
- d) *Continous*.

b. Variabel terikat (Y)

Indikator Perilaku Nasabah adalah sebagai berikut:

- a) Perilaku loyal (setia),
- b) Perilaku untuk mereferensikan bank ke pihak lain,
- c) Perilaku untuk terus menerus mempergunakan jasa bank setiap ada kesempatan atau transaksi keuangan

Sampel

Oleh karena itu, jumlah populasi yang memenuhi syarat untuk dijadikan responden yaitu nasabah Bank Muamalat Mojokerto. Sehingga penulis mengambil sampel sebanyak 100 responden.

Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis

Teknik analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Analisis kualitatif

Analisis kualitatif dalam penelitian ini menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif dengan menggunakan alat bantu analisis data statistik baik yang bersifat deskriptif yang digunakan dalam pemilihan ini untuk maksud mendeskripsikan data pada setiap variabel penelitian terutama untuk melihat gambaran secara umum penilaian responden atau tanggapan responden dilakukan dengan membuat pengkategorian.

b. Analisis kuantitatif

Sugiyono (2008:37) kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivme digunakan untuk meneliti populasi pada sampel tertentu, dari pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data yang digunakan instrumen penelitian analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang ditetapkan. Dalam penelitian penelitian ini analisa kuantitatif yang digunakan peneliti untuk mengetahui hubungan antara variabel X (religiusitas, motif ekonomi dan sikap *istiqomah*) dengan variabel Y (perilaku nasabah) serta seberapa besar pengaruhnya.

Untuk melihat pengaruh varabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat, digunakan uji F untuk menguji pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk mengetahui variabel-variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen, yaitu dengan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} (Sulaiman, 2004:22). Suharyadi dan Purwanto (2004:523) “Uji secara parsial (uji statistic t) adalah untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel tidak bebas. Uji t digunakan untuk melihat signifkan dari pengaruh

variabel independen secara individu terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel lain konstan. Langkah-langkah yang dilakukan adalah: Untuk menentukan variabel bebas mana yang memiliki pengaruh dominan terhadap variabel terikat, maka dapat dilihat dari nilai koefisien beta yang terbesar atau tertinggi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

a) Jenis Kelamin Responden

Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	57	57,0
2	Perempuan	43	43,0
	Jumlah	100	100,0

Sumber: Peneliti (2015)

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa berdasarkan jenis kelamin responden terbanyak berjenis kelamin laki-laki sebanyak 57 orang (57,0%), sedangkan perempuan sebanyak 43 orang (43,0%).

b) Status Perkawinan Responden

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Status Perkawinan

No.	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
1	Menikah	68	68,0
2	Belum menikah	29	29,0
3	Janda/Duda	3	3,0
	Jumlah	100	100

Sumber: Peneliti (2015)

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa berdasarkan status perkawinan responden terbanyak berstatus menikah sebanyak 68 orang (68,0%), sedangkan yang terendah yaitu responden berstatus janda/duda sebanyak 3 orang (3,0%).

c) Umur Reponden

Tabel 3 Distribusi Responden Berdasarkan Umur

No.	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
1	Dibawah 30 tahun	19	19,0
2	30 – 40 tahun	36	36,0
3	Diatas 40 tahun	45	45,0
	Jumlah	100	100,0

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan table 3 diketahui bahwa berdasarkan umur responden terbanyak berumur diatas 40 tahun sebanyak 45 orang (45,0%), sedangkan yang terendah yaitu responden berumur dibawah 30 tahun sebanyak 19 orang (19,0%).

d) Pekerjaan Reponden

Tabel 4 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
1	Guru / pegawai negri / TNI/POLRI	11	11,0
2	Karyawan BUMN/ Swasta	58	58,0
3	Pengusaha / Wiraswasta	19	19,0
4	Tidak bekerja (pensiunan/RT/pelajar)	12	12,0
	Jumlah	100	100,0

Sumber: Peneliti (2015)

Berdasarkan pekerjaan responden terbanyak berprofesi sebagai karyawan BUMN/swasta sebanyak 58 orang (58,0%), sedangkan yang paling sedikit berprofesi sebagai guru/pegawai negri/TNI/POLRI yaitu sebanyak 11 orang (11,0%).

e) Pendapatan Per Bulan Reponden

Tabel 5 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

No.	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
1	Dibawah 3.000.000	31	31,0
2	3.000.000 - 7.500.000	53	53,0
3	7.500.000 - 10.000.000	6	6,0
4	Diatas 10.000.000	10	10,0
	Jumlah	100	100

Sumber: Peneliti (2015)

Berdasarkan pendapatan per bulan responden terbanyak berpenghasilan sebesar Rp 3.000.000 - Rp 7.500.000 sebanyak 53 orang (53,0%), sedangkan yang paling sedikit berpenghasilan sebesar Rp 7.500.000 - Rp 10.000.000 yaitu sebanyak 6 orang (6,0%).

f) Pendidikan Terakhir Reponden

Tabel 6 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
1	SD/MI dan sederajat	0	0,0
2	SLTP / SMU dan sederajat	13	13,0
3	Diploma (D1-D3)	7	7,0
4	Sarjana (S1 – S3)	80	80,0
	Jumlah	100	100,0

Sumber: Peneliti (2015)

Berdasarkan Tabel 6 diketahui bahwa pendidikan terakhir responden terbanyak lulusan Sarjana (S1 – S3) sebanyak 80 orang (80,0%), sedangkan yang paling sedikit yaitu lulusan Diploma (D1 - D3) sebanyak 7 orang (7,0%).

g) Produk Tabungan Yang Dimiliki Reponden

Tabel 7 Distribusi Responden Berdasarkan Produk Tabungan Yang Dimiliki

No.	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
1	Tabungan muamalat	92	92,0
2	TabunganKu	8	8,0
3	Tabungan muamalat pos	0	0,0
4	Tabungan muamalat dollar	0	0,0
	Jumlah	100	100,0

Sumber: Peneliti (2015)

Berdasarkan Tabel 7 diketahui bahwa produk tabungan yang dimiliki responden terbanyak adalah tabungan muamalat sebanyak 92 orang (92,0%), sedangkan yang paling sedikit yaitu TabunganKu sebanyak 8 orang (8,0%).

h) Lama Menjadi Nasabah Reponden

Tabel 8 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

No.	Kategori	Jumlah	Persentase (%)
1	< 1 tahun	16	16,0
2	> 1 tahun	84	84,0
	Jumlah	100	100,0

Sumber: Peneliti (2015)

Berdasarkan Tabel 8 diketahui bahwa berdasarkan lama menjadi nasabah responden terbanyak yaitu yang memiliki tabungan selama lebih dari 1 tahun sebanyak 84 orang (84,0%), sedangkan yang memiliki tabungan selama kurang dari 1 tahun sebanyak 16 orang (16,0%).

Hasil Analisis Data

Tabel 9. Hasil Analisis

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.882	1.511		.584	.561
Religiusitas	.144	.044	.244	3.263	.002
Motif Ekonomi	.275	.085	.277	3.253	.002
Sikap Istiqomah	.211	.039	.429	5.360	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Nasabah

Sumber : Peneliti (2015).

Hasil analisis data ini akan membahas mengenai pengaruh secara simultan religiusitas, motif ekonomi dan sikap *istiqomah* terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto. Pengaruh secara parsial religiusitas, motif ekonomi dan sikap *istiqomah* terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto serta mana yang berpengaruh dominan diantara variabel religiusitas, motif ekonomi dan sikap *istiqomah* terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto.

Berdasarkan hasil perhitungan tentang pengaruh religiusitas, motif ekonomi dan sikap *istiqomah* terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto setelah dilakukan pengolahan data dengan bantuan program SPSS 19,0 maka didapatkan hasil seperti pada Tabel 9 berikut ini:

Dilihat dari Tabel 9 pada pengujian hipotesis diatas, didapatkan persamaan garis linear berganda (yang dilihat dari koefisien standar atau *standardized coefficients*) didapatkan :

$$Y = 0,882 + 0.144X_1 + 0.275X_2 + 0.211X_3 + e$$

Dimana: y = perilaku nasabah

a = konstanta

X₁ = religiusitas

X₂ = motif ekonomi

X₃ = sikap *istiqomah*

b₁b₂b₃ = koefisien regresi

Berdasarkan persamaan regresi tersebut pada Tabel 9 diketahui bahwa nilai konstanta (α) perilaku nasabah sebesar 0,882 bertanda positif, nilai koefisien religiusitas sebesar 0,144 bertanda positif, nilai koefisien motif ekonomi sebesar 0,0025 bertanda positif dan nilai koefisien sikap *istiqomah* sebesar 0,211 bertanda positif. Dengan demikian terdapat hubungan yang positif antara religiusitas, motif ekonomi dan sikap *istiqomah* terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto. Dengan kata lain, maka dari persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 0,882 menyatakan bahwa besarnya perilaku nasabah adalah 0,882 dengan asumsi bahwa religiusitas, motif ekonomi dan sikap *istiqomah* bernilai *constant* atau tetap.
2. Koefisien regresi variabel religiusitas sebesar 0,144 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 (satu) nilai variabel religiusitas akan meningkatkan perilaku nasabah sebesar 0,144.
3. Koefisien regresi variabel motif ekonomi sebesar 0,0025 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 (satu) nilai motif ekonomi akan meningkatkan perilaku nasabah yaitu sebesar 0,0025.
4. Koefisien regresi variabel sikap *istiqomah* sebesar 0,211 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 (satu) nilai sikap *istiqomah* akan meningkatkan perilaku nasabah sebesar 0,211.

Pengaruh Secara Simultan Antara Religiusitas, Motif Ekonomi dan Sikap *Istiqomah* terhadap Perilaku Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Muamalat Mojokerto

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil mengenai pengaruh pengaruh secara simultan antara religiusitas, motif ekonomi dan sikap *istiqomah* terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto sebagai berikut:

**Tabel 10 Hasil Pengujian Secara Simultan
ANOVA^b**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	306.888	3	102.296	41.670	.000 ^a
	Residual	235.672	96	2.455		
	Total	542.560	99			

a. Predictors: (Constant), Sikap Istiqomah, Religiusitas, Motif Ekonomi

b. Dependent Variable: Perilaku Nasabah

Sumber: Peneliti (2015)

Ketentuan dari pengujian terhadap Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F-test) adalah apabila $Sig < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan apabila $Sig > 0.05$ H_0 ditolak dan H_a diterima. Seperti pada Tabel 4.15 bahwa F_{hitung} hasilnya adalah 41,670 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000, karena nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian berarti bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara religiusitas, motif ekonomi dan sikap *istiqomah* terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto.

Pengaruh Secara Parsial Antara Religiusitas, Motif Ekonomi dan Sikap *Istiqomah* terhadap Perilaku Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Muamalat Mojokerto.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil mengenai pengaruh secara parsial antara religiusitas, motif ekonomi dan sikap *istiqomah* terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto sebagai berikut:

Tabel 11
Hasil Pengujian Secara Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.882	1.511		.584	.561
Religiusitas	.144	.044	.244	3.263	.002
Motif Ekonomi	.275	.085	.277	3.253	.002
Sikap Istiqomah	.211	.039	.429	5.360	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Nasabah

Sumber: Peneliti (2015).

Ketentuan dari pengujian terhadap Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t-test) adalah apabila $Sig < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan apabila $Sig > 0.05$ H_0 ditolak dan H_a diterima. Seperti pada Tabel 11 pengujian secara parsial antara religiusitas terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto diperoleh hasil bahwa t_{hitung} hasilnya adalah 3,263 dengan taraf signifikansi sebesar 0,002, karena nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian berarti bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara religiusitas terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto.

Seperti pada Tabel 11 pengujian secara parsial antara religiusitas terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto diperoleh hasil bahwa t_{hitung} hasilnya adalah 3,263 dengan taraf signifikansi sebesar 0,002, karena nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian berarti bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara religiusitas terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto. Seperti pada Tabel 4.16 pengujian secara parsial antara sikap *Istiqomah* terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto diperoleh hasil bahwa t_{hitung} hasilnya adalah 5,360 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000, karena nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian berarti bahwa terdapat pengaruh sikap *Istiqomah* terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto.

Variabel Yang Berpengaruh Dominan Terhadap Perilaku Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Muamalat Mojokerto

Berdasarkan nilai t_{hitung} pada masing-masing variabel religiusitas, motif ekonomi dan sikap *Istiqomah* dapat diketahui bahwa variabel sikap *Istiqomah* berpengaruh dominan terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai t_{hitung} variabel sikap *Istiqomah* sebesar 5,360, sedangkan nilai t_{hitung} variabel religiusitas sebesar 3,263 dan nilai t_{hitung} variabel motif ekonomi sebesar 3,235. Karena nilai t_{hitung} variabel sikap *Istiqomah* paling besar daripada nilai t_{hitung} variabel yang lain maka dapat dikatakan bahwa variabel sikap *Istiqomah* berpengaruh dominan terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Terdapat pengaruh secara simultan antara religiusitas, motif ekonomi dan sikap *istiqomah* terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto. Hasil penelitian diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 41,670 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000, karena nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh pengaruh secara simultan antara religiusitas, motif ekonomi dan sikap *istiqomah* terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto.
- 2) Terdapat pengaruh secara parsial antara antara religiusitas, motif ekonomi dan sikap *istiqomah* terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto. Hasil pengujian secara parsial antara religiusitas terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto diperoleh hasil bahwa t_{hitung} hasilnya adalah 3,263 dengan taraf signifikansi sebesar 0,002, karena nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara religiusitas terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto. Hasil pengujian secara parsial antara motif ekonomi terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto diperoleh hasil bahwa t_{hitung}

hasilnya adalah 3,235 dengan taraf signifikansi sebesar 0,002, karena nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara antara motif ekonomi terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto. Hasil pengujian secara parsial antara sikap *Istiqomah* terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto diperoleh hasil bahwa t_{hitung} hasilnya adalah 5,360 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000, karena nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh sikap *Istiqomah* terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto.

- 3) Variabel sikap *Istiqomah* berpengaruh dominan terhadap perilaku nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Mojokerto. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai t_{hitung} variabel sikap *Istiqomah* sebesar 5,360, sedangkan nilai t_{hitung} variabel religiusitas sebesar 3,263 dan nilai t_{hitung} variabel motif ekonomi sebesar 3,235.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- 1) Kepada nasabah hendaknya dapat memperhatikan faktor religiusitas yang meliputi: keyakinan terhadap kebenaran agama islam, keyakinan yang baik dan benar terhadap rukun iman, kepatuhan dalam menjalankan ibadah wajib, semangat dalam menjalankan ibadah sunnah, berperilaku suka menolong dan berderma, berperilaku jujur dan menjaga amanat (tidak mencuri ataupun korupsi), mempunyai pengetahuan tentang ajaran islam, semangat dalam meningkatkan pengetahuan tentang ajaran islam, perasaan tenang ketika melaksanakan ibadah, serta perasaan takut dan khawatir ketika melaksanakan maksiat. Hal ini dapat meningkatkan sikap *Istiqomah* sebagai bentuk religiusitas nasabah dalam menjunjung nilai-nilai religiusitas agar tetap menabung di bank umum syariah.

- 2) Kepada perusahaan hendaknya dapat memperhatikan sikap *Istiqomah* nasabah yang meliputi: *Comitment, Consistence, Consequences, Continous*. Karena faktor tersebut berpengaruh dominan terhadap perilaku nasabah.
- 3) Menyusun strategi pemasaran yang bernilai unggul (*religious* dan *economic*) bagi nasabah sehingga dapat membuat nasabah menjadi *Istiqomah*.
- 4) Meningkatkan keahlian sumber daya manusia yang dimiliki oleh perbankan syariah.
- 5) Melaksanakan sosialisasi dan promosi secara lebih intensif yang bertujuan untuk memberikan informasi yang lengkap dan benar mengenai kegiatan usaha perbankan syariah kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. 1997. *Marketing research*. (8th ed). John Wiley & Sons, Inc, New York-USA.
- Antonio, M. Syafi'i. 2001. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press bekerja sama dengan Tazkia Cendekia.
- Bank Indonesia & Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga. 2003. *Penelitian Peluang, Hambatan dan Kinerja Bank Syariah sebagai Lembaga Intermediasi di Jawa Timur*. Surabaya: Bank Indonesia.
- Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia. 2006. *Statistik Perbankan Syariah*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Erol, C., Kaynak, E. & Radi, E. 1990. Conventional and Islamic Banks: Patronage Behaviour of Jordanian Customers. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 8 (5), pp. 25-35.
- Garbarino, E. & Johnson, M.S. 1999. The Different Roles of Satisfaction, Trust, and Commitment in Customer Relationships. *Journal of Marketing*, Vol. 63 (April), pp. 70-87.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Menggunakan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hawari, Dadang. 1996. *Al Quran Ilmu Kedokteran dan Kesehatan Jiwa*. Solo: PT. Amanah Bunda Sejahtera.

- IAIN Syarif Hidayatullah, Tim Penulis. 1992. *Ensiklopedia Islam Indonesia*. Jakarta: Djambatan.
- Kaye, Judy and Senthil Kumar Raghavan. 2000. *Spirituality In Disability and Illness: The Psychology of Religion and Coping*. Theory Research, Practice. New York: Guilford.
- Parasuraman, Zeithaml and Berry. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*, Spring, pp. 12-40.
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Riset Pemasaran*. Cetakan Lima. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- , 2004. *Strategi Pemasaran*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Utomo, Priyanto Doyo. 2006. *Analisis Terhadap Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Operator Telepon Seluler*. Thesis: Universitas Gadjah Mada.

