

**PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP SIKAP KONSUMEN MUSLIM
DI SURABAYA DAN NIAT MENABUNG DI BANK SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh:

ERICK AR RASYID PAHLEVY

2013210789

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA**

2018

**PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP SIKAP KONSUMEN MUSLIM
DI SURABAYA DAN NIAT MENABUNG DI BANK SYARIAH**

Diajukan oleh:

ERICK AR RASYID PAHLEVY

2013210789

Skripsi ini telah dibimbing
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 2 Februari 2018



(Dr. YUDI SUTARSO, S.E., M.Si)

SKRIPSI

**PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP SIKAP KONSUMEN MUSLIM
DI SURABAYA DAN NIAT MENABUNG DI BANK SYARIAH**

Disusun oleh:

ERICK AR RASYID PAHLEVY

2013210789

Dipertahankan di depan Tim Penguji
dan Dinyatakan Lulus ujian skripsi
pada tanggal 21 Februari 2018

Tim Penguji

Ketua : Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom, MH.



.....

Sekretaris : Dr. Yudi Sutarso, S.E., M.Si



.....

Anggota : Dra. Lindiawati, MM.

.....

PENGESAHAN SKRIPSI

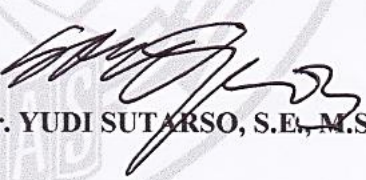
Nama : Erick Ar Rasyid Pahlevy
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 11 Desember 1990
N.I.M : 2013210798
Program Studi : Manajemen
Program pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
J u d u l : Pengaruh Religiusitas Terhadap Sikap Konsumen Muslim di Surabaya dan Niat Menabung di Bank Syariah

Disetujui dan diterima baik oleh :

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,
Tanggal:.....

Dosen Pembimbing,
Tanggal :.....


(Dr. MUAZAROH S.E., M.T)


(Dr. YUDI SUTARMO, S.E., M.Si)

PERSEMBAHAN

Dengan segala puja dan puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, dan atas dukungan dan do'a dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya ucapkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada:

Tuhan YME, karena hanya atas izin dan karunianya maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga pada Tuhan penguasa alam yang meridhoi dan mengabulkan segala doa saya.

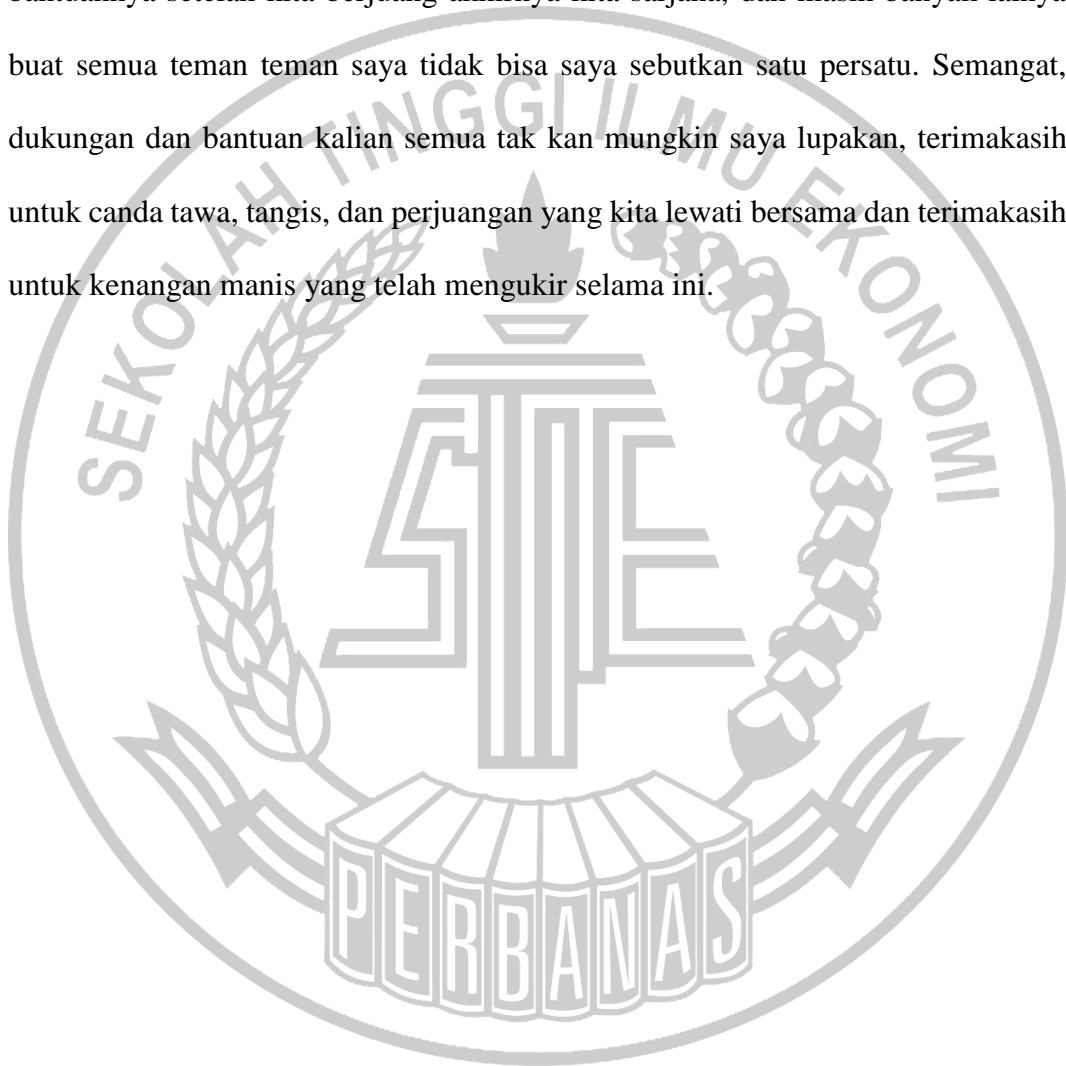
Istri saya, Hasniar Rofiq, atas dukungan moril dan doa yang tak pernah putus. Terima kasih karena selalu membantu meringankan beban dan menemani dengan secangkir kopi. Terima kasih telah membantu menumbuhkan semangat saat hampir menyerah dan putus asa.

Ayah dan Ibu saya, Abdul Munif dan Sufiyati yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan saya, karena tiada kata seindah lantunan doa dan tiada doa yang paling diijabah selain doa yang terucap dari orang tua.

Dosen Wali, Dosen pembimbing, penguji dan pengajar, untuk Bapak Nadjib terimakasih atas bimbingan selama kuliah ini sebagai wali dosen saya, untuk Bapak Yudi saya berterima kasih banyak atas bimbingannya yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya, agar saya

menjadi lebih baik. Terimakasih banyak Bapak dan Ibu dosen, jasa kalian akan selalu saya kenang di hati.

Teman-teman seperjuangan, teman seperjuangan satu bimbingan skripsi, Vella, Rizky, Rafidah, Emy, Hidayat, Zumrotus dan Rofianti terima kasih untuk bantuannya setelah kita berjuang akhirnya kita sarjana, dan masih banyak lainnya buat semua teman teman saya tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semangat, dukungan dan bantuan kalian semua tak kan mungkin saya lupakan, terimakasih untuk canda tawa, tangis, dan perjuangan yang kita lewati bersama dan terimakasih untuk kenangan manis yang telah mengukir selama ini.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya yang takterhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pengaruh Religiusitas terhadap Sikap Konsumen Muslim di Surabaya dan Niat Menabung di Bank Syariah.

Pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah terlibat dalam penulisan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Dr. Yudi Sutarso, S.E., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga untuk memberikan bimbingan serta pengarahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Muazaroh S.E., M.T, selaku ketua jurusan manajemen.
3. Dr. Drs. M. Nadjib Usman, M.M., selaku dosen wali selama perkuliahan yang telah sabar dalam memberikan bimbingan, petunjuk, dan arahan kepada penulis sehingga akhirnya dapat menyelesaikan kuliah tepat waktunya.
4. Dosen-dosen penguji yang telah memberikan tambahan atas segala kekurangan yang ada dalam skripsi ini.
5. Istri, Orang tua, dan keluarga yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat baik secara moral dan material.
6. Pihak-pihak akademik dan staf lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah banyak membantu demi kelancaran penulisan skripsi ini.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi penelitian ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak supaya penulisan ini menjadi lebih baik dan dapat berguna bagi pihak-pihak yang menggunakan.

Surabaya, 2 Februari 2018

Erick Ar Rasyid Pahlevy



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRACT	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.1.1. Nizar Souiden dan Marzouki Rani (2015).....	9
2.1.2. Farhana Tahmida Newaz, Kim-Shyan Fam, dan Revti Raman Sharma (2016)	12
2.1.3. Nizar Souiden dan Yosr Jabeur (2015).....	13
2.1.4. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Sekarang	15
2.2 Landasan Teori.....	17
2.2.1. Perbankan Syariah	17
2.2.2. Religiusitas (<i>Religiosity</i>).....	18
2.2.3. Sikap Konsumen (<i>Consumers' Attitude</i>)	20
2.2.4. Niat Menabung (<i>Purchase Intention</i>).....	22
2.2.5. Hubungan Antar Variabel.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	26
2.4 Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1. Rancangan Penelitian	28
3.2 Batasan Penelitian	29
3.3 Identifikasi Variabel.....	29
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30

3.4.1. Definisi Operasional	30
3.4.2. Skala Pengukuran Variabel	34
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	35
3.6 Instrumen Penelitian.....	36
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	38
3.7.1. Data	38
3.7.2. Metode Pengumpulan Data	39
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	40
3.8.1 Uji Validitas	40
3.8.2 Uji Reliabilitas	41
3.9 Teknik Analisis Data.....	41
3.9.1. Analisis Deskriptif.....	41
3.9.2. Analisis Statistik.....	42
3.9.3. Konseptualisasi Model PLS-SEM.....	42
3.9.4. Menentukan Metoda Analisis Algorithma	43
3.9.5. Menentukan Metoda Resampling	43
3.9.6. Menggambar Diagram Jalur	44
3.9.7. Merancang Model Struktural (<i>Inner model</i>).....	44
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	46
4.1 Gambaran Subyek Penelitian	46
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan ..	48
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	50
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Rekening di Bank Konvensional (Non-Syariah)	51
4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah Bank Konvensional.....	52
4.2 Analisis Data	53
4.2.1 Uji Validitas.....	53
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	58
4.2.3 Analisis Deskriptif.....	59
4.2.4 Hasil Analisis Menggunakan WarpPLS	65
4.3. Pembahasan.....	71
4.3.1 Pengaruh Religiusitas Terhadap Niat Menabung (H1).....	71
4.3.2 Pengaruh Religiusitas Terhadap Sikap Konsumen (H2)	72
4.3.3 Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Niat Menabung (H3) .	73
BAB V PENUTUP.....	75
5.1. Kesimpulan	75
5.2. Keterbatasan Penelitian	76
5.3. Saran	76

DAFTAR RUJUKAN
LAMPIRAN

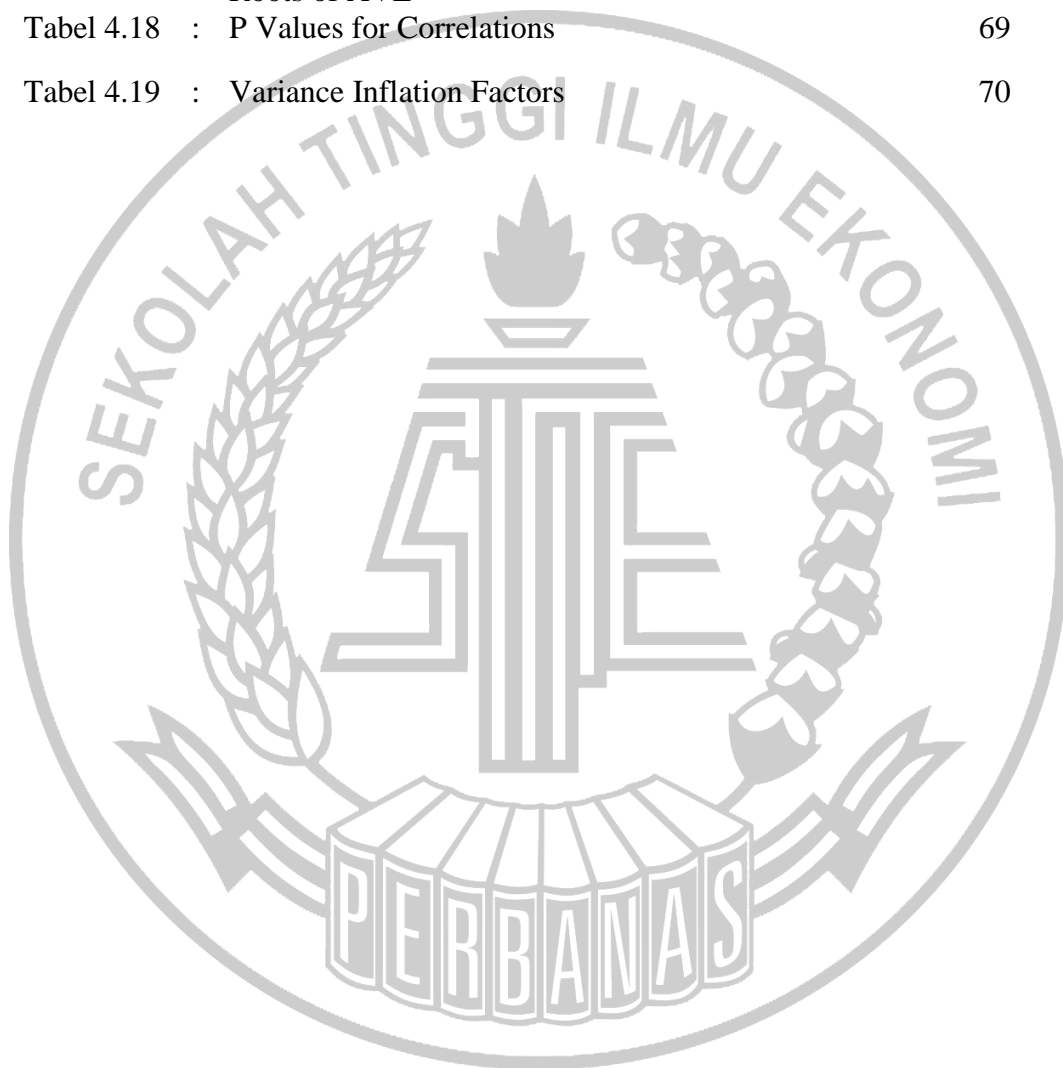
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran Jurnal Pertama Penelitian Terdahulu	10
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran Jurnal Pertama Penelitian Terdahulu Setelah Disesuaikan	11
Gambar 2.3 : Kerangka Pemikiran Jurnal Kedua Penelitian Terdahulu	12
Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran Jurnal Ketiga Penelitian Terdahulu	14
Gambar 2.5 : Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Gambar 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Gambar 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	48
Gambar 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Gambar 4.5 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	50
Gambar 4.6 : Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan Rekening Di Bank Konvensional (Non-Syariah)	51
Gambar 4.7 : Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah Bank Konvensional	52
Gambar 4.8 : Diagram Path	65

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 : Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang	16
Tabel 3.1 : Indikator Pengukuran Variabel Religiusitas	31
Tabel 3.2 : Indikator Pengukuran Variabel Sikap Konsumen	32-33
Tabel 3.3 : Indikator Pengukuran Variabel Niat Menabung	33
Tabel 3.4 : Nilai Jawaban Responden	34
Tabel 3.5 : Interval Kelas	35
Tabel 3.6 : Kisi-Kisi Kuesioner	37-38
Tabel 4.1 : Hasil Uji Validitas Sampel Kecil Variabel Religiusitas (X)	54
Tabel 4.2 : Hasil Uji Validitas Sampel Besar Variabel Religiusitas (X)	54-55
Tabel 4.3 : Hasil Uji Validitas Sampel Kecil Variabel Sikap Konsumen (Z)	55
Tabel 4.4 : Hasil Uji Validitas Sampel Besar Variabel Sikap Konsumen (Z)	56
Tabel 4.5 : Hasil Uji Validitas Sampel Kecil Variabel Niat Menabung (Y)	57
Tabel 4.6 : Hasil Uji Validitas Sampel Besar Variabel Niat Menabung (Y)	57
Tabel 4.7 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel Dengan Sampel Kecil	58
Tabel 4.8 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel Dengan Sampel Besar	58
Tabel 4.9 : Interval Kelas Variabel	60
Tabel 4.10 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Religiusitas (X)	61
Tabel 4.11 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sikap Konsumen (Z)	62
Tabel 4.12 : Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Menabung (Y)	64

Tabel 4.13	: Path Coefficient	66
Tabel 4.14	: P Value	66
Tabel 4.15	: Standard Errors for Path Coefficients	68
Tabel 4.16	: Effect Sizes for Path Coefficient	68
Tabel 4.17	: Correlations among Latent Variable with Square Roots of AVE	69
Tabel 4.18	: P Values for Correlations	69
Tabel 4.19	: Variance Inflation Factors	70



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Data Responden
- Lampiran 3 : Karakteristik Responden
- Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 : Hasil Analisis Deskriptif
- Lampiran 6 : Hasil Analisis WarpPLS



***THE INFLUENCE OF RELIGIOSITY ON THE ATTITUDES OF MUSLIM
CONSUMERS IN SURABAYA, AND THE INTENTION OF SAVING AT
SHARIA BANKS***

Erick Ar Rasyid Pahlevy

STIE Perbanas Surabaya

Email : erick.arrasyid@gmail.com

Nginden Semolo No. 34-366 Street, Sukolilo 60118, Surabaya, Indonesia

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of religiosity on the attitude of Muslim consumers in Surabaya and the intention of saving in Syariah banks. The variables studied in this research are Religiosity, Consumer Attitudes, and Intention to Buy, to the object of analysis of Syariah bank savings products. This research was conducted in Surabaya with the final sample of 112 respondents by using data collection method through questionnaires distribution. The type of research used in this study is descriptive research using a quantitative approach. Descriptive analysis technique in this research is done by using SPSS 16.0, while statistical analysis with SEM method is done using warpPLS 6.0. The result of research shows that Religiosity have positive but not significant effect on Saving Intention in Syariah Bank, Religiosity has a significant positive effect on Attitude toward Syariah bank savings, and Attitudes have a significant positive effect on the intention to save in Syariah bank. Attitudes proved to have full mediation regarding the relationship between the religiosity of respondents and their intention to save in Sharia banks.

Keywords: Religiosity, Consumer Attitudes, Intention to Buy, Syariah Bank Savings

PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP SIKAP KONSUMEN MUSLIM DI SURABAYA DAN NIAT MENABUNG DI BANK SYARIAH

Erick Ar Rasyid Pahlevy

STIE Perbanas Surabaya

Email : erick.arrasyid@gmail.com

Nginden Semolo No. 34-366 Street, Sukolilo 60118, Surabaya, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh religiusitas terhadap sikap konsumen muslim di Surabaya dan niat menabung di bank Syariah. Variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah Religiusitas, Sikap Konsumen, dan Niat Beli terhadap objek analisis produk tabungan bank Syariah. Penelitian ini dilakukan di Surabaya dengan sampel akhir sebanyak 112 responden dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis deskriptif pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 16.0, sedangkan analisis statistik dengan metode SEM (*Structural Equation Modelling*) dilakukan menggunakan program warPLS 6.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Religiusitas berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Niat Menabung di bank Syariah, Religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap Sikap terhadap tabungan bank Syariah, dan Sikap berpengaruh positif signifikan terhadap Niat untuk menabung di bank Syariah. Sikap terbukti memiliki mediasi penuh terkait hubungan antara religiusitas responden dan niat mereka untuk menabung di bank Syariah.

Kata kunci: Religiusitas, Sikap Konsumen, Niat Beli, Tabungan Bank Syariah