



**PENGARUH PRODUK, KEPERCAYAAN, DAN
RELIGIOSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI
NASABAH BANK BSI DENGAN MINAT SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI

DELA AMALIA 2010116079

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2024**



**PENGARUH PRODUK, KEPERCAYAAN, DAN
RELIGIOSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI
NASABAH BANK BSI DENGAN MINAT SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi**

DELA AMALIA 2010116079

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2024**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Dela Amalia

NIM : 2010116079

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 5 Januari 2024

Yang menyatakan,



Dela Amalia

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dela Amalia
NIM : 2010116079
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non
Eksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right) atas Skripsi saya yang berjudul :

**Pengaruh Produk, Kepercayaan, dan Religiositas terhadap Keputusan
Menjadi Nasabah Bank BSI dengan Minat sebagai Variabel Mediasi**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan,
mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database),
merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama
saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 5 Januari 2024

Yang menyatakan,



Dela Amalia

SKRIPSI

**PENGARUH PRODUK, KEPERCAYAAN, DAN
RELIGIOSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI
NASABAH BANK BSI DENGAN MINAT SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

DELA AMALIA 2010116079

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 5 Januari 2024
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Prima Dwi Privatno, B.A.M.E.
Ketua Penguji



Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E.
Penguji I



Dr. Sufvati HS, S.E, M.M.
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Jubaedah, S.E., M.M.
Dekan



Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF
Ketua Program Studi

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 19 Januari 2024

**THE INFLUENCE OF PRODUCTS, BELIEFS, AND RELIGIOSITY ON
THE DECISION TO BECOME A BSI BANK CUSTOMER WITH INTEREST
AS A MEDIATION VARIABLE**

By Dela Amalia

Abstract

Bank BSI is a bank resulting from a merger. As a result of the merger of Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, and BRI Syariah, Bank BSI is one of the ten largest Sharia banks in the world in terms of assets, customers and capital. Among the factors inhibiting Bank BSI's growth, the public still shows lower interest in the service products offered by Bank BSI, as well as the beliefs and religion of its customers. The aim of this research is to analyze the relationship between products, trust and customer religiosity and their decisions as mediating variables. This research is quantitative and uses primary and secondary data. The data collection method consists of distributing questionnaires to respondents who come from residents of DKI Jakarta. The analysis method uses SEM-PLS and SmartPLS software. The research results show that products and trust significantly influence the decisions made by BSI Bank customers. However, religiosity does not directly influence BSI Bank customers' decisions. Testing interest as mediation shows that interest as mediation can indirectly mediate product and trust in BSI Bank customer decisions, but interest as mediation cannot indirectly mediate religiosity towards BSI Bank customer decisions. To accelerate the growth of Bank BSI, this research requires active participation from all parties, including the government, sharia banking institutions and the community.

Keywords: *BSI bank, decision to become a customer, interest, product, religiosity, trust.*

PENGARUH PRODUK, KEPERCAYAAN, DAN RELIGIOSITAS TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK BSI DENGAN MINAT SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Oleh Dela Amalia

Abstrak

Bank BSI ialah bank hasil merger dari Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah, Bank BSI masuk ke dalam sepuluh bank Syariah terbesar di dunia dari segi aset, nasabah, dan permodalan. Di antara faktor penghambat pertumbuhan Bank BSI, masyarakat masih menunjukkan minat yang lebih rendah terhadap produk layanan yang ditawarkan oleh Bank BSI, serta kepercayaan dan agama nasabahnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara produk, kepercayaan, dan religiusitas nasabah dengan keputusan mereka sebagai variabel mediasi. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan menggunakan data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data terdiri dari penyebaran kuesioner kepada responden yang berasal dari penduduk DKI Jakarta. Metode analisis menggunakan SEM-PLS dan perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk dan kepercayaan memengaruhi keputusan yang dibuat oleh nasabah Bank BSI secara signifikan. Namun, religiusitas tidak memengaruhi keputusan pelanggan Bank BSI secara langsung. Pengujian minat sebagai mediasi menunjukkan bahwa minat sebagai mediasi dapat memediasi produk dan kepercayaan terhadap keputusan pelanggan Bank BSI secara tidak langsung, tetapi minat sebagai mediasi tidak dapat memediasi religiusitas terhadap keputusan pelanggan Bank BSI secara tidak langsung. Untuk mempercepat pertumbuhan Bank BSI, penelitian ini memerlukan partisipasi aktif dari semua pihak, termasuk pemerintah, lembaga perbankan syariah, dan masyarakat.

Kata Kunci : bank BSI, kepercayaan, keputusan menjadi nasabah, minat, produk, religiusitas.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Sekretariat : Jl RS. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta 12450, Telp. 7692856, 7692859 Fax. 7692856
Homepage : <http://www.upnvj.ac.id> Email : puskom@upnvj.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI
SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024

Hari ini Jumat, tanggal 5 Januari 2024, telah dilaksanakan Ujian Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Dela Amalia
Nomor Induk Mahasiswa : 2010116079
Program Studi : S1 Ekonomi Syariah

Dengan judul skripsi sebagai berikut :

**"PENGARUH PRODUK, KEPERCAYAAN, DAN RELIGIOSITAS
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH BANK BSI DENGAN
MINAT SEBAGAI VARIABEL MEDIASI"**

*Dinyatakan yang bersangkutan Lulus / Tidak-Lulus *)*

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Prima Dwi Priyatno, B.A, M.E.	Ketua	1.
2	Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E.	Anggota I	2.
3	Dr. Sufyati HS, S.E, M.M.	Anggota II**)	3.

Keterangan:

- *) Coret yang tidak perlu
- ***) Dosen Pembimbing

Jakarta, 5 Januari 2024
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprosdi S1 Ekonomi Syariah

Ade Nur Rohim, S.H.I, M.E.I, CDIF

PRAKATA

Puji serta syukur kehadiran Allah SWT. atas rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat diberikan kemampuan dalam menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**Pengaruh Produk, Kepercayaan, dan Religiositas Terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank BSI dengan Minat sebagai Variabel Mediasi**". Untuk ini penulis mengucapkan terimakasih kepada Ibu Dr. Sufyati HS, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak bimbingan, arahan, dan saran-saran yang sangat bermanfaat dan dapat membangun penelitian ini. Kepada bapak Prima Dwi Priyatno, B.A., M.E. selaku ketua penguji. Kepada Ibu Lili Puspita Sari, S.E.I, M.E. selaku penguji 1.

Terima kasih juga penulis ucapkan kepada kedua orang tua, kakak, nyai, baba, ncing, mamang, sahabat dan kerabat yang selalu mendoakan dan mendukung dengan penuh kasih sayang sehingga menjadi motivasi tersendiri bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa juga penulis ucapkan terima kasih kepada teman-teman penulis yang memberikan dukungan serta masukan dalam senang dan susahny penyusunan skripsi ini. Penulis berharap dengan dibuatnya karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Jakarta, 5 Januari 2024

Dela Amalia

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Hasil Penelitian	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 Keputusan menjadi Nasabah	15
2.1.1.2 Indikator dalam keputusan menjadi nasabah	19
2.1.2 Produk Bank Syariah Indonesia	20
2.1.2.1 Pengetahuan Produk	29
2.1.2.2 Indikator dari Pengetahuan Tentang Produk	30
2.1.3 Kepercayaan (<i>trust</i>)	30
2.1.3.1 Membangun Kepercayaan Nasabah	31

2.1.3.2 Kepercayaan (<i>Trust</i>) dalam Islam	32
2.1.3.3 Indikator Kepercayaan (<i>Trust</i>)	33
2.1.4 Religiositas	34
2.1.4.1 Indikator Religiositas	35
2.1.5 Minat	36
2.1.5.1 Indikator yang Mempengaruhi Minat	37
2.2 Penelitian Terdahulu	38
2.3 Model Penelitian	45
2.4 Hipotesis	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	51
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	51
3.1.1 Definisi Operasional	51
3.1.2 Pengukuran Variabel	53
3.2 Populasi dan Sampel	54
3.2.1 Populasi	54
3.2.2 Sampel	54
3.3 Teknik Pengumpulan Data	55
3.3.1 Jenis Data	55
3.3.2 Sumber Data	55
3.3.3 Pengumpulan Data	56
3.4 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	56
3.4.1 Teknik Analisis Data	56
3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif	57
3.4.1.2 Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>)	58
3.4.1.3 Model Struktural (<i>structural Model</i>)	59
3.4.2 Pengujian Hipotesis	60
3.4.2.1 Uji T Statistik	60
3.4.2.2 Uji Mediasi	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	64
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	64
4.2 Deskripsi Data Penelitian	64

4.2.1 Deskripsi Data Responden	64
4.3 Analisis Deskriptif	69
4.4 Analisis dan Uji Hipotesis	74
4.4.1 Model Pengukuran (<i>Measurement Model</i>)	74
4.4.1.1 Uji Validitas	74
4.4.1.2 Uji Reliabilitas	78
4.4.2 Model Struktural (<i>Structural Model</i>)	79
4.4.2.1 Path Coefficient	79
4.4.2.2 R-Square (R ²)	80
4.4.2.3 Q-Square (Q ²)	81
4.4.2.4 <i>Effect Size</i> (F-Square)	82
4.4.3 Uji Hipotesis	83
4.4.3.1 Uji T-Statistik	83
4.4.3.2 Uji Mediasi	84
4.5 Pembahasan	86
4.5.1 Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank BSI	86
4.5.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank BSI	86
4.5.3 Pengaruh Religiositas Terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank BSI	87
4.5.4 Pengaruh Produk Terhadap Minat	88
4.5.5 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat	88
4.5.6 Pengaruh Religiositas Terhadap Minat	89
4.5.7 Pengaruh Minat Terhadap Keputusan menjadi Nasabah Bank BSI	89
4.5.8 Pengaruh Mediasi Minat Antara Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank BSI	90
4.5.9 Pengaruh Mediasi Minat Antara Kepercayaan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank BSI	90
4.5.10 Pengaruh Mediasi Minat Antara Religiositas Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank BSI	91
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	97
5.1 Simpulan	97
5.2 Keterbatasan Penelitian	98
5.3 Saran	99

DAFTAR PUSTAKA
RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN

100

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya	43
Tabel 2. Pengukuran Variabel	53
Tabel 3. Skala Likert	56
Tabel 4. Interpretasi dari Nilai Responden	58
Tabel 5. Tingkat Reliabilitas Nilai Croanch Alpa	59
Tabel 6. Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 7. Kategori Responden Berdasarkan Kelompok Agama	65
Tabel 8. Kategori Responden Berdasarkan Kelompok Usia	66
Tabel 9. Kategori Responden Berdasarkan Status Pernikahan	66
Tabel 10. Kategori Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	67
Tabel 11. Kategori Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	67
Tabel 12. Kategori Responden Berdasarkan Domisili	68
Tabel 13. Kategori Responden Berdasarkan Berapa Lama Menjadi Nasabah Bank BSI	68
Tabel 14. Outer Loading	74
Tabel 15. Average Variance Extracted (AVE)	76
Tabel 16. <i>Validitas Diskriminan</i>	78
Tabel 17. Uji Reliabilitas	79
Tabel 19. Path Coefficient	80
Tabel 20. R-Square	81
Tabel 21. Q-Square	81
Tabel 22. Uji F-Square	82
Tabel 24. Uji T-Statistik	83
Tabel 25. Uji Mediasi	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Perkembangan Bank Syariah Indonesia 2021	1
Gambar 2. Contoh Produk dari Bank Syariah Indonesia	4
Gambar 3. Bank Syariah yang digunakan Masyarakat Indonesia 2023.	8
Gambar 4. Model Penelitian	45
Gambar 5. Jawaban Responden Terhadap Keputusan menjadi nasabah Bank BSI	69
Gambar 6. Jawaban Responden Terhadap Produk	70
Gambar 7. Jawaban Responden Terhadap Kepercayaan	71
Gambar 8. Jawaban Responden Terhadap Religiositas	72
Gambar 9. Jawaban Responden Terhadap Minat	73
Gambar 10. Outer Loading	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Persetujuan Mengikuti Sidang Skripsi

Lampiran 2. Lembar Monitoring Bimbingan

Lampiran 3. Kuesioner Penelitian

Lampiran 4. Data Kuesioner 134 Responden

Lampiran 5. Hasil Deskripsi Data Responden

Lampiran 6. Hasil Analisis Deskriptif

Lampiran 7. Hasil Output PLS