

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Mahasiswa Bertransaksi di Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan hasil hipotesis pada penelitian ini. Variabel motivasi pada uji koefisien regresi diperoleh positif dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang dimana H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga menunjukkan bahwa variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa bertransaksi di Bank Syariah Indonesia. Yang artinya bahwa semakin meningkat motivasi mahasiswa perbankan syariah akan semakin meningkat pula keputusan mahasiswa bertransaksi di Bank Syariah Indonesia. Sebaliknya motivasi mahasiswa bertransaksi di bank syariah menurun maka keputusan mahasiswa bertransaksi juga akan menurunkan keputusan mahasiswa bertransaksi di Bank Syariah Indonesia.

Apabila dilihat dari fenomena lapangan yaitu di kampus IAIN Tulungagung terutama jurusan Perbankan Syariah, faktor psikologis dan lingkungan mahasiswa sangat mendukung dalam meningkatkan keputusan mahasiswa bertransaksi di Bank Syariah Indonesia. Dimana selain kemauan mahasiswa sendiri dalam bertransaksi juga terdapat lingkungan sebagai dorongan, contoh, serta pengimplementasian mahasiswa jurusan perbankan syariah dalam mengamalkan ilmu pengetahuan syariah yang didapatkannya. Motivasi ini sangat penting bagi setiap mahasiswa sebelum menentukan keputusannya. Dimana motivasi merupakan sesuatu yang

menggerakkan manusia untuk bertindak laku dan perbuatan itu mempunyai arah serta tujuan tertentu. Hal tersebut sesuai dengan teori *Schiffman dan Kanuk* yang menyatakan motivasi digambarkan sebagai dorongan dari dalam diri individu seseorang dan memaksa dia untuk berbuat. Dengan melihat dari jawaban responden yang paling dominan pada pernyataan motivasi dari faktor psikologis yaitu responden menggunakan jasa bank syariah atas kemauan sendiri. Yang berarti dorongan/motivasi yang dimiliki oleh mahasiswa perbankan syariah itu sendiri dapat memberikan pengaruh keputusannya dalam bertransaksi di bank syariah.¹³¹

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hesti Mayasari, nurlina, dan nelly wardiningsih.¹³² Dimana dengan melalui uji parsial dan signifikan variabel Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. Jadi, semakin baiknya motivasi nasabah akan berakibat pada meningkatnya keputusan nasabah untuk menabung di bank sinarmas syariah padang begitu pula sebaliknya.

Penelitian yang dilakukan Wahyu Utami dkk.¹³³ Yang menyatakan bahwa variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah, yaitu dilihat dari nilai koefisien regresinya dan t_{hitung} kurang dari t_{tabel} . Sehingga semakin meningkat

¹³¹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Kencana Prenada Media, 2015)

¹³² Hesti Mayasari, Nurlina, dan Elly Wardiningsih, *Pengaruh Motivasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Sinarmas Syariah Padang*. Jurnal Manajemen dan kewirausahaan, Vol. 8, No. 2 tahun 2017

¹³³ Wahyu Utami, Marijati, M yudi rachman, *Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah* (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Di Kota Banjarmasin), Jurnal Wawasan Manajemen Vol. 3, Nomor 1, Tahun 2018

motivasi nasabah akan maka meningkat pula keputusan menabung nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh dharma wijaya.¹³⁴ yang menyatakan bahwa motivasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian laptop. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat motivasi di dalam benak konsumen akan semakin meningkat pula keputusan pembelian laptop yang dimiliki.

Penelitian ini juga sesuai dengan Roni Mauliansyah.¹³⁵ Diperoleh hasil variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda dikota langsa. Dimana motivasi dalam kebutuhan fisiologis konsumen akan meningkatkan keputusan dalam pembelian produk.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Eka Fitria dkk.¹³⁶ Bahwa motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BJBS KCP Ciamis. Yang artinya semakin bertambah motivasi pada nasabah maka semakin bertambah pula keputusan menjadi nasabah bank syariah.

¹³⁴ Darma Wijaya, *Pengaruh Motivasi, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian*, jurnal Perspektif, Vol. 15, No 2, Tahun 2017

¹³⁵ Roni Mauliansyah, *Analisis Pengaruh Motivasi, Kualitas, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda dikota Langsa*. Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol. 4. No 1 Tahun 2016

¹³⁶ Eka Fitria, Sumadi, Eggy Arman Ramdani, *Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Jabar Banter Syariah KCP Ciamis*, Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 5 No. 1 Tahun 2021.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Lisca Dwi Astari.¹³⁷ Motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi di bank syariah karena adanya kebutuhan yang mendorong mahasiswa dalam bertransaksi di bank syariah.

Penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Mirna Dilla.¹³⁸ Diperoleh hasil bahwa variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah di kota Banda Aceh. Dimana pemicu psikologis nasabah yang didasarkan kebutuhan jasmani akan dapat meningkatkan keputusan nasabah menabung di bank syariah tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan peneliti Atina Rahmi Arba'ati.¹³⁹ Hasil penelitian tersebut diperoleh bahwa variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk bank syariah. Hal ini berarti bahwa semakin besar motivasi nasabah dalam menggunakan produk bank syariah semakin tinggi pula loyalitas mereka.

B. Pengaruh Tingkat Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Bertransaksi di Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian yang diketahui bahwa tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa bertransaksi di bank syariah. Yang didasarkan atas uji t -hitung > t -tabel dimana H_0 ditolak dan H_1 diterima, sedangkan hasil signifikan

¹³⁷ Lisca Dwi Astari, *Pengaruh Motivasi, Religiusitas, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat bertransaksi di Perbankan Syariah*. (Lampung : UIN Raden Intan Lampung, 2019)

¹³⁸ Mirna Dilla, *Pengaruh Religiusitas, Motivasi, dan Tingkat Bagi Hasil terhadap keputusan nasabah menabung pada bank syariah di kota Banda Aceh*, (Banda Aceh : UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019)

¹³⁹ Atina Rahmi Arba'ati, *Pengaruh Religiusitas, Motivasi, dan Persepsi nilai Terhadap Loyalitas nasabah dalam menggunakan produk bank syariah*, (Salatiga, UIN Salatiga, 2016).

berpengaruh positif. Dengan demikian tingkat religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa bertransaksi di Bank Syariah Indoensia. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat tingkat religiusitas mahasiswa akan semakin meningkat pula keputusan mahasiswa bertransaksi di Bank Syariah Indonesia. Sebaliknya apabila tingkat religiusitas mahasiswa bertransaksi di bank syariah menurun maka keputusan mahasiswa bertransaksi juga akan menurunkan keputusan mahasiswa bertransaksi di Bank Syariah Indonesia.

Apabila dilihat dari fenomena lapangan, bahwa tingkat religiusitas mahasiswa perbankan syariah IAIN Tulungagung terbentuk melalui ajaran berbasis syariah yang telah melekat dalam keseharian mahasiswa, sehingga mahasiswa memiliki faktor keyakinan yang kuat dalam setiap keputusan dan terkait praktik ibadah yang diamalkannya yaitu menjauhi riba. Hal tersebut menjadi alasan dasar mahasiswa memilih bertransaksi di Bank Syariah. Tingkat religiusitas pada mahasiswa sangat diperlukan pada mahasiswa sebelum menentukan keputusan untuk bertransaksi di bank syariah. Dimana religiusitas diartikan sebagai seberapa taat seseorang tersebut melaksanakan perintah untuk beribadah, seberapa jauh menjauhi larangan, dan seberapa kokoh keyakinan seseorang terhadap agamanya. Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Glock dan Stark dalam penelitian fadhilatul hasanah yang mengemukakan bahwa faktor

religiusitas terdiri dari beberapa macam yakni keyakinan, praktik ibadah, pengalaman dan pengetahuan agama dan pengamalan.¹⁴⁰

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian fadhilatul hasanah.¹⁴¹ Dengan hasil variabel religiusitas berpengaruh signifikan dilihat dari t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikasinya berpengaruh positif. Artinya adalah preferensi menabung mahasiswa UMP memang didasari oleh rasa tanggung jawab pada agamanya (religiusitas) sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi mahasiswa UMP untuk menabung di bank syariah.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh M. Zahirsyah dan Nurlinda.¹⁴² Pada penelitiannya menyatakan bahwa secara parsial variabel religiusitas berpengaruh signifikan dalam menentukan pilihan menjadi nasabah bank syariah yang khususnya di bank BRI Syariah medan. Yang artinya semakin baik atau tinggi tingkat religiusitas maka semakin tinggi keputusan memilih bank syariah.

Penelitian sejalan dengan yang dilakukan Wahyu Utami dkk.¹⁴³ Yang menyatakan bahwa variabel religiusitas paling dominan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah, yaitu dilihat dari nilai koefisien regresinya dan t_{hitung} kurang dari t_{tabel} . Sehingga

¹⁴⁰ Fadhilatul hasanah, *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah*, jurnal volume 4 nomor 1, tahun 2019.

¹⁴¹ Fadhilatul hasanah, *Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Produk dan Kualitas....*

¹⁴² Muhammad Zahirsyah, dan Nurlinda, *Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah*, Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah Vol. 10 No.1 2018

¹⁴³ Wahyu Utami, Marijati, M yudi rachman, *Analisis Pengaruh Religiusitas.....*

semakin meningkat religiusitas nasabah akan maka meningkat pula keputusan menabung nasabah.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan Fajar Mujahid dkk.¹⁴⁴ Yang menyatakan bahwa variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah, mengingat penduduk Indonesia mayoritas beragama islam maka semakin besar peluang bank syariah dalam meningkatkan jumlah minat nasabahnya.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Sarah Fitria, dan Yessy Artanti.¹⁴⁵ Bahwa variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim rabbani. Dimana setiap keputusan pembelian baju tidak harus memiliki tingkat kereligiusan yang tinggi.

Penelitian ini tidak sejalan dengan peneliti Atina Rahmi Arba'ati.¹⁴⁶ Hasil penelitian tersebut diperoleh bahwa variabel religiusitas berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk bank syariah. Hal ini dikarenakan kurangnya peran pemerintah, ulama, praktisi dan masyarakat muslim dalam mendukung perkembangan perbankan syariah, sehingga semakin tinggi religiusitas nasabah justru akan menurunkan tingkat loyalitas mereka dalam menggunakan produk bank syariah.

¹⁴⁴ Fajar Mujahid dan Pandu Tezar Adi Nugraha, *Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung di Bank Syariah*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 10, no. 1, Tahun 2019.

¹⁴⁵ Sarah Fitria, dan Yessy Artanti, *Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam, Vol. 8, No. 1. Tahun 2020.

¹⁴⁶ Atina Rahmi Arba'ati, *Pengaruh Religiusitas, Motivasi, dan Persepsi...*

Penelitian ini tidak sesuai dengan yang dilakukan oleh Mirna Dilla.¹⁴⁷ hasil penelitian tersebut menunjukkan variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah di kota banda aceh. hal ini dikarenakan semakin tinggi religiusitas masyarakat maka akan semakin kurang keputusan menabung nasabah pada bank syariah.

Hal ini tidak sejalan dengan Taufik Saifudin¹⁴⁸. Diperoleh hasil positif namun tidak signifikan terhadap minat menabung. Dikarenakan pengetahuan masyarakat tidak mampu memediasi pengaruh religiusitas terhadap minat masyarakat menabung di bank syariah.

C. Pengaruh Eksistensi Bank Syariah Indonesia terhadap Keputusan Mahasiswa Bertransaksi di Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa eksistensi Bank BSI berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa bertransaksi di bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji analisis regresi yang berpengaruh signifikan. Sedangkan menurut hasil uji T, $t_{hitung} > t_{tabel}$ dimana H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin meningkat tingkat Eksistensi Bank BSI akan semakin meningkat pula keputusan mahasiswa bertransaksi di Bank Syariah Indonesia. Sebaliknya apabila eksistensi Bank BSI menurun maka

¹⁴⁷ Mirna Dilla, *Pengaruh Religiusitas, Motivasi, dan Tingkat Bagi Hasil terhadap keputusan nasabah menabung pada bank syariah di kota banda Aceh*, (Banda Aceh : UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2019)

¹⁴⁸ Taufik Saifudin, *Pengaruh Promosi, Religiusitas, dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Menabung di Bank Syariah dengan Pengetahuan masyarakat sebagai variabel Intervening*, (Salatiga : UIN Salatiga, 2018)

keputusan mahasiswa bertransaksi juga akan menurunkan keputusan mahasiswa bertransaksi di Bank Syariah Indonesia.

Dengan melihat fenomena lapangan pada mahasiswa perbankan syariah IAIN Tulungagung yang notabene PPL di lembaga keuangan syariah diantaranya di bank BSI. Pengalaman serta penguasaan mahasiswa perihal karakter dan atribut produk transaksi pada Bank BSI sangat mempengaruhi keputusannya untuk memilih untuk bertransaksi di bank syariah daripada bertransaksi di bank konvensional. Nilai eksistensi bank BSI ini sangat penting karena merupakan pembuktian akan hasil kerja atau performa bank di dalam suatu lingkungan di Indonesia. Dimana eksistensi dapat diartikan sebagai suatu keberadaan atau keadaan kegiatan usahanya masih ada dari dulu hingga sampai sekarang dan masih diterima oleh lingkungan masyarakat, dan keadaannya lebih dikenal atau lebih eksis dikalangan masyarakat. Hal ini sesuai dengan teori menurut *Peter dan Olson* dalam penelitian Yoesrizal Muhammad yang meng-kategorikan indikator eksistensi yaitu produk sebagai karakter dan atribut produk, produk sebagai perangkat manfaat, dan produk sebagai pemuas nilai.¹⁴⁹

Hal ini selaras dengan penelitian Yoesrizal Muhammad Yoesoef, Khairisma. Dengan hasil penelitian eksistensi bank aceh setelah dikonversi menjadi bank syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap

¹⁴⁹ Yoesrizal Muhammad Yoesoef, Khairisma, *Eksistensi Bank Aceh Pasca Konversi Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Aceh*, Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman, Almasharif vol. No. 2 tahun 2020

kesejahteraan masyarakat aceh.¹⁵⁰ Yang artinya semakin baik pengetahuan nasabah seputar produk bank syariah aceh yaitu dilihat dari nilai positif transaksi murabahah dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat aceh meskipun sangat banyak masyarakat yang sangat meminati pembiayaan mudharabah dan qardhul hasan. Dengan begitu pembuktian akan hasil kerja atau performa bank aceh di dalam suatu lingkungan di Indonesia sangat berpengaruh.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Eka Fitria dkk.¹⁵¹ Bahwa pengetahuan terhadap produk bank syariah berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah di BJBS KCP Ciamis. Artinya semakin bertambah pengetahuan produk pada bank syariah maka semakin bertambah pula keputusan menjadi nasabah bank syariah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Arif Jalaludin.¹⁵² Yang menyatakan bahwa Pengetahuan konsumen mengenai PT Bank Syariah Mandiri KCP Ciamis berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah melalui pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian nasabah terhadap bank tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan Ismiatul Qhairiyah.¹⁵³ Yaitu Eksistensi (pengetahuan) berpengaruh positif dan signifikan antara pengetahuan dan

¹⁵⁰ *Ibid*,

¹⁵¹ Eka Fitria, Sumadi, Eggy Arman Ramdani, *Pengaruh Motivasi Menghindari Riba...*

¹⁵² Arif Jalaludin, *Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Tabungan Wadiah*. Jurnal Ekonologi, Vol. 2, No. 1, Tahun 2016

¹⁵³ Ismiatul Qhairiyah, *Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap keputusan Mahasiswa IAIN Madura dalam menggunakan produk bank syariah dengan kepercayaan sebagai Variabel Intervening*. (Surabaya : UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020).

kepercayaan mahasiswa pada bank syariah. Hal ini dikarenakan semakin tinggi pengetahuan produk, pembelian dan kepuasan mahasiswa maka kepercayaan mereka terhadap bank syariah akan meningkat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Ayun Sekar Widowati.¹⁵⁴ Menunjukkan bahwa pengetahuan produk tabungan pada nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan menabung nasabah di bank. Dengan begitu semakin tinggi pengetahuan nasabah terhadap produk semakin tinggi pula minat menabung nasabah di bank.

Penelitian ini sejalan dengan Kamelia¹⁵⁵. Dengan hasil pengetahuan mahasiswa tentang bank syariah pada jurusan ekonomi islam berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah pada perbankan syariah. Dengan begitu semakin tinggi pengetahuan mahasiswa seputar bank syariah akan semakin tinggi pula keputusan mahasiswa menjadi nasabah bank syariah.

Penelitian ini sejalan dengan peneliti yang dilakukan Ida Royani Pasi.¹⁵⁶ Yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan keberadaan bank syariah terhadap perilaku nasabah berpengaruh positif dan signifikan. Yang artinya bahwa keberadaan bank syariah sangat mempengaruhi perilaku masyarakat terhadap bank syariah.

¹⁵⁴ Ayun Sekar Widowati, *Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah*, Jurnal Nominal, Vol. 7, No. 2. Tahun 2018.

¹⁵⁵ Kamelia, *Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa jurusan Ekonomi Islam terhadap keputusan menjadi nasabah pada perbankan syariah*, (Makasar : UIN ALLAUDIN, 2016).

¹⁵⁶ Ida Royani Pasi, *Pengaruh Pengetahuan dan Sikap Terhadap Perilaku Masyarakat Pada Bank Syariah*. Jurnal Al-Qasd, Vol. 1 No. 2 Tahun 2017).

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Fajar Mujahid dkk.¹⁵⁷ Yang menyatakan bahwa variabel pengetahuan nasabah (Eksistensi Bank) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Yaitu semakin tinggi pengetahuan maka semakin kurang minat menabung di bank syariah.

D. Pengaruh Motivasi, Tingkat Religiusitas, Dan Eksistensi Bank BSI terhadap Keputusan Bertransaksi di Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa motivasi, tingkat religiusitas dan eksistensi Bank BSI terhadap keputusan bertransaksi di Bank Syariah Indonesia secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa bertransaksi di bank syariah. Hal ini dibuktikan dari nilai F_{hitung} yang lebih besar dari F_{tabel} dan nilai signifikan berpengaruh positif signifikan. Dengan begitu H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin meningkat tingkat motivasi, tingkat religiusitas dan Eksistensi Bank BSI maka semakin meningkat pula keputusan mahasiswa untuk bertransaksi di bank syariah daripada bank konvensional.

Dalam hal ini bahwa faktor intern mahasiswa IAIN Tulungagung jurusan Perbankan Syariah meliputi motivasi dan religiusitas mahasiswa serta faktor eksternal yaitu eksistensi atau performa bank syariah terutama

¹⁵⁷ Fajar Mujahid dan Pandu Tezar Adi Nugraha, *Pengaruh Pengetahuan, Reputasi, Lingkungan dan Religiusitas Terhadap Minat Pelajar Sekolah Menengah kejuruan Prodi Perbankan Syariah Dalam Menabung di Bank Syariah*, Jurnal Ekonomi Islam, Vol. 10, no. 1, Tahun 2019.

Bank Syariah Indonesia (BSI) ini dapat mempengaruhi keputusan bertransaksi pada mahasiswa tersebut. Motivasi merupakan sesuatu yang menggerakkan manusia untuk bertindak laku dan perbuatan itu mempunyai arah serta tujuan tertentu, dengan adanya motivasi pada diri seseorang akan menunjukkan suatu perilaku yang diarahkan pada suatu tujuan untuk mencapai sasaran kepuasan dan menciptakan sebuah keputusan.¹⁵⁸ Selanjutnya tingkat religiusitas mahasiswa yang diartikan sebagai ekspresi perwujudan dari kepercayaan dengan mendalami nilai substansial yang melahirkan sebuah perilaku seseorang dalam pengambilan keputusan.¹⁵⁹ Begitu pula eksistensi Bank BSI eksistensi merupakan suatu proses dari sesuatu yang ada dan tidak bersifat kaku dan tergantung pada kemampuan untuk menerapkan berbagai potensi. Nilai eksistensi bank BSI ini sangat penting karena merupakan pembuktian akan hasil kerja atau performa bank di dalam suatu lingkungan di Indonesia, dengan begitu hal tersebut dapat merubah keputusan masyarakat yang masih menggunakan jasa bank konvensional daripada bank syariah.

Penelitian ini juga sesuai dengan yang dilakukan Wahyu Utami dkk.¹⁶⁰ Yang menyatakan bahwa variabel motivasi dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah, yaitu dilihat dari nilai koefisien regresinya dan t_{hitung} kurang dari t

¹⁵⁸ George Terry, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1996)

¹⁵⁹ Djamaludin Ancok dan Fuat Nasori Suroso, Cetakan VII, *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-Problem Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008)

¹⁶⁰ Wahyu Utami, Marijati, M yudi rachman, *Analisis Pengaruh Religiusitas....*

tabel. Sehingga semakin meningkat motivasi dan religiusitas nasabah akan meningkat pula keputusan menabung nasabah di bank syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Iqbal dkk.¹⁶¹ Yang menyatakan bahwa variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah di aceh dan secara bersama-sama variabel motivasi, perilaku, dan pemahaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih bank syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Erinda Resti dkk.¹⁶² Yang menyatakan bahwa berdasarkan uji parsial dan uji simultan variabel motivasi, dan pengetahuan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI).

Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian oleh rokhmania Nurnaeni dkk, Yang menyatakan bahwa variabel motivasi dan religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung di bank syariah.¹⁶³ Dimana dorongan dan tingkat keimanan seseorang atau masyarakat akan membentuk kecenderungan perilaku konsumsi dan

¹⁶¹ Muhammad Iqbal, Abdul Hamid, dan Mastra, *Pengaruh Motivasi, Perilaku dan Pemahaman Terhadap Keputusan Masyarakat dalam Memilih Bank Syariah di Aceh Tamiang*, Jurnal Investasi Islam, Vol. 4, No. 2, Tahun 2019.

¹⁶² Erinda Resti, Havis Arawik, dan Choirunnisak, *Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Produk Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Ex Bank syariah Mandiri KCP Palembang KM 6)*, Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan syariah (JIMPA), Vol. 1 No. 2 Tahun 2021.

¹⁶³ Rokhmania Nurnaeni, Siti Hasanah, dan Mustika Widowati, *Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah (studi Kasus Pada PT Bank BRI Syariah KCP Majapahit Semarang)*, Jurnal Tabarru': Islamic Banking And Finance, vol. 3 No. 2 Tahun 2020

produksi di pasar. Dengan begitu semakin ada dorongan dan semakin tinggi tingkat keimanan seseorang pasti akan berpengaruh pada perilaku konsumsinya.

Hasil ini juga sesuai dengan penelitian oleh Lisca Dwi Astari dengan Hasil uji yang dilakukan menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel motivasi religiusitas dan lingkungan sosial mempengaruhi keputusan mahasiswa bertransaksi di bank syariah.¹⁶⁴ Yang artinya semakin meningkatnya tingkat motivasi, religiusitas (keimanan) dan lingkungan social dapat mempengaruhi minat santri Mahad Al- Jami'ah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).

Pada dasarnya transaksi pada bank syariah telah sesuai dengan prinsip syariah yang dimana memenuhi transaksi yang tidak mengandung unsur kedzaliman, tidak mengandung riba, tidak membahayakan pihak sendiri atau pihak lain, tidak ada penipuan (*gharar*), tidak mengandung materi – materi yang diharamkan, dan tidak mengandung judi (*maysir*) yang dimana hal tersebut dilarang oleh ajaran Islam. Sehingga tidak salah bahwa penelitian ini menjadi acuan mahasiswa perbankan syariah IAIN Tulungagung untuk memilih bank syariah daripada bank Konvensional.

¹⁶⁴Lisca Dwi Astari, Pengaruh Motivasi, Religiusitas, dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Bertransaksi di Perbankan Syariah, (Lampung : Universitas Negeri Raden Intan Lampung, 2019)