

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Lembaga Keuangan Syariah didirikan dengan tujuan mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam, syariah dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis yang terkait. Adapun yang dimaksud dengan prinsip syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan dan keuangan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki wewenang dalam penetapan fatwa di bidang syariah. Prinsip syariah yang dianut oleh lembaga keuangan syariah dilandasi oleh nilai-nilai keadilan, kemanfaatan, keseimbangan, dan keuniversalan (*rahmatan lil 'alamin*). Prinsip utama yang dianut oleh lembaga keuangan syariah dalam menjalankan kegiatan usahanya yaitu (1) bebas dari Maghrib (*maysir*, *Gharar*, *Haram*, *Riba*, dan *Batil*), (2) menjalankan bisnis dan aktivitas perdagangan yang berbasis pada perolehan keuntungan yang sah menurut syariah, (3) menyalurkan zakat, infaq, dan sedekah.<sup>2</sup>

Sistem keuangan di Indonesia dijalankan oleh dua jenis lembaga keuangan, yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan nonbank. Lembaga keuangan non bank salah satunya antara lain lembaga keuangan mikro syariah yang dapat dibedakan menjadi 3 yaitu Lembaga Pengelola Zakat (BAZ dan

---

<sup>2</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2017), hal. 35 – 40

LAZ), Lembaga Pengelola Waqaf dan BMT (*Baitul Maal Wa Tamwil*).<sup>3</sup> BMT telah menjadi istilah populer lembaga keuangan mikro berbasis syariah. Keberadaannya, menjadi alternatif akses pembiayaan, yang tidak ditangani oleh lembaga keuangan lainnya, seperti bank. Oleh karena itu, lini bisnis BMT pada pembiayaan sektor usaha mikro dan kecil. Eksistensinya juga telah membantu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).<sup>4</sup>

Pembiayaan merupakan pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun dijalankan oleh lembaga. Kegiatan usaha yang dilakukan oleh BMT memfokuskan pada sektor keuangan baik yang profit maupun nonprofit. Sektor keuangan non profit ini seperti penghimpunan dana zakat, infak dan sedekah (ZIS). Sedangkan untuk sektor keuangan profit dilakukan seperti usaha pada perbankan yakni menghimpin dana dari anggota masyarakat dan menyalurkan pada sektor ekonomi yang halal dan menguntungkan. Penyaluran pembiayaan oleh BMT salah satunya digunakan untuk membantu anggota yang kekurangan modal usaha sehingga ketika anggota mendapatkan bantuan pembiayaan maka diharapkan usaha anggota dapat lebih berkembang dan produktif.

*Baitul Maal Wa Tamwil Istiqomah Tulungagung* dan *Baitul Maal Wa Tamwil Al Madani* merupakan lembaga keuangan mikro yang menerapkan prinsip-prinsip syariah. Kedua lembaga ini tergolong mengalami perkembangan yang sangat pesat, hal ini dapat dilihat dari jumlah aset yang mengalami

---

<sup>3</sup> *Ibid.*, hal. 50

<sup>4</sup> Kuart Ismanto, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Eksistensinya BMT/BTM di Pekalongan, *Jurnal Litbang Kota Pekalongan*, Vol. 9, 2015, hal. 1

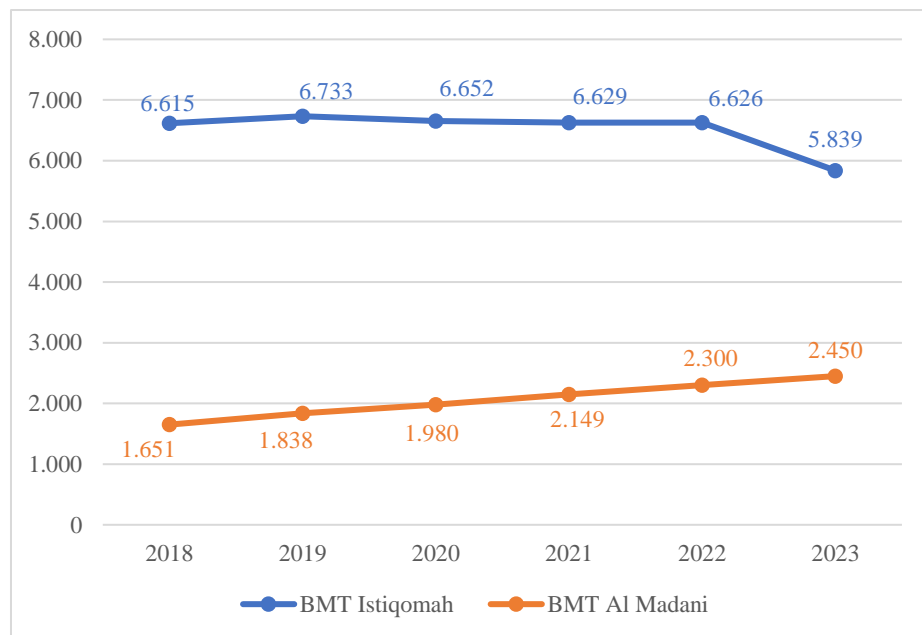
peningkatan dari tahun ke tahun serta keberhasilannya dalam menyalurkan dana berupa pemberian pembiayaan uang diberikan kepada anggota. Masing-masing lembaga mengeluarkan beberapa produk agar masyarakat tertarik dan mempercayakan sebagian dananya untuk dikelola.

Pada BMT Istiqomah terdapat 3 produk pembiayaan yang ditawarkan yaitu *Bai bi Tsaman 'Ajil* (BBA), *Murabahah* dan *Mudharabah*. Sedangkan pada BMT Al Madani menawarkan 4 produk pembiayaan yaitu *Murabahah*, *Ijarah Multijasa*, *Mudharabah* dan *Musyarakah*.

Berikut ini merupakan data pengumpulan dana dan penyaluran dana yang telah dilakukan oleh BMT Istiqomah dan BMT Al Madani tahun 2018 - 2023.

**Gambar 1.1**

**Penghimpunan dana di BMT Istiqomah dan BMT Al Madani  
Tahun 2018 - 2023**



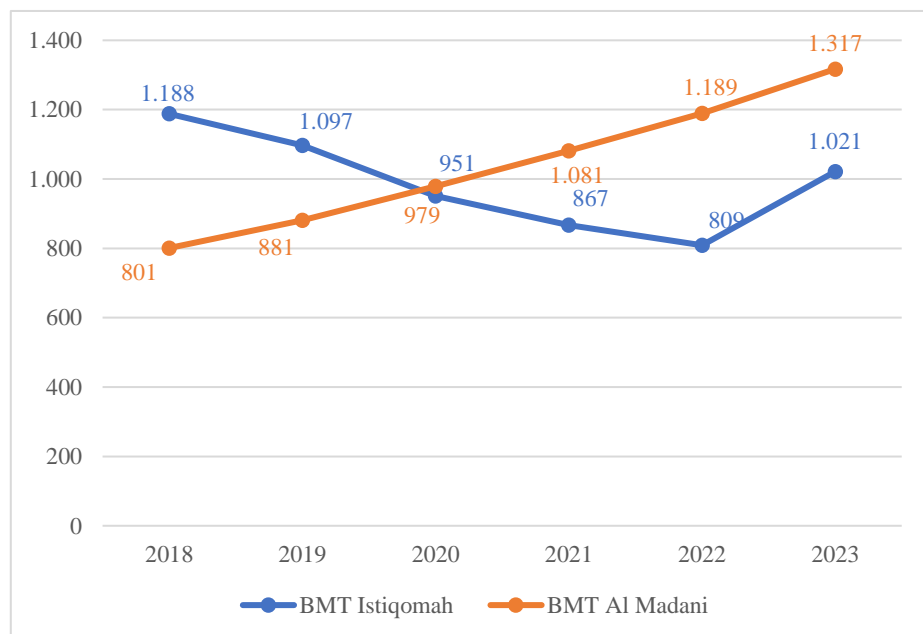
Sumber: RAT BMT Istiqomah dan BMT Al Madani, 2022

Dilihat dari gambar 1.1 di atas bahwa jumlah anggota penghimpuna dana pada BMT Istiqomah Tulungagung tahun 2018 - 2023 mengalami fluktuasi, yaitu pada tahun 2018 terdapat 6.615 anggota, tahun 2019 terdapat 6.733 anggota, tahun 2020 terdapat 6.652 anggota, tahun 2021 terdapat 6.629 anggota, tahun 2022 terdapat 6.626 anggota, kemudian pada tahun 2023 terdapat 5.839 anggota. Sedangkan, jumlah anggota penghimpunan dana di BMT Al Madani Tulungagung tahun 2018 - 2023 mengalami kenaikan yang signifikan disetiap tahunnya, yaitu pada tahun 2018 terdapat 1.651 anggota, tahun 2019 terdapat 1.838 anggota, tahun 2020 terdapat 1.980 anggota, tahun 2021 terdapat 2.149 anggota, tahun 2022 terdapat 2.300 anggota, kemudian pada tahun 2023 terdapat 2.450 anggota.

**Gambar 1.2**

**Penyaluran Dana di BMT Istiqomah dan BMT Al Madani**

**Tahun 2018 – 2023**



Sumber: RAT BMT Istiqomah dan BMT Al Madani, 2022

Dilihat dari gambar 1.2 di atas bahwa jumlah anggota penyaluran dana pada BMT Istiqomah Tulungagung tahun 2018 - 2023 juga mengalami fluktuasi, yaitu pada tahun 2018 terdapat 1.188 anggota, tahun 2019 terdapat 1.097 anggota, tahun 2020 terdapat 951 anggota, tahun 2021 terdapat 867 anggota, tahun 2022 terdapat 809 anggota, kemudian tahun 2023 terdapat 218 anggota. Sehingga dijumlahkan menjadi 1.027 anggota. Sedangkan, jumlah anggota penyaluran dana di BMT Al Madani Tulungagung tahun 2018 - 2023 mengalami kenaikan yang signifikan disetiap tahunnya, yaitu pada tahun 2018 terdapat 801 anggota, tahun 2019 terdapat 881 anggota, tahun 2020 terdapat 979 anggota, tahun 2021 terdapat 1.081 anggota, tahun 2022 terdapat 1.189 anggota, kemudian tahun 2023 terdapat 123 anggota. Sehingga dijumlahkan menjadi 1.317 anggota.

Jika melihat data penyaluran dana yang sudah disajikan di atas memang terlihat minat masyarakat yang cukup tinggi untuk menjadi anggota pembiayaan di kedua lembaga tersebut. Meskipun pada BMT Istiqomah mengalami penurunan jumlah anggota akan tetapi permohonan pengajuan pembiayaan masih saja tinggi, hal tersebut disampaikan oleh salah satu pengurus di BMT Istiqomah. Akan tetapi permohonan pengajuan pembiayaan ditolak oleh lembaga karena tidak lolos ketika sedang melakukan survey. Terdapat beberapa faktor yang diduga menjadi penyebab minat menjadi anggota pembiayaan, yaitu kepercayaan, lingkungan sosial dan religiusitas yang kemudian akan dibahas lebih mendalam dan dibuktikan pada penelitian ini. Berdasarkan teori Minat yang dikemukakan oleh Crow and Crow menjelaskan bahwa terdapat tiga faktor

yang mempengaruhi minat seseorang yaitu Dorongan dari dalam diri individu, motif sosial dan faktor emosional.<sup>5</sup> Berdasarkan judul dan menyesuaikan dengan teori yang dikemukakan oleh Crow and Crow tersebut, dalam penelitian ini digunakan variabel kepercayaan sebagai bentuk dorongan dari dalam diri individu, lingkungan sosial sebagai bentuk motif sosial dan religiusitas sebagai bentuk faktor emosional.

Faktor pertama adalah kepercayaan. Minat merupakan faktor psikologis yang dimiliki seseorang yang menimbulkan rasa suka atau tertarik terhadap sesuatu dan mampu mempengaruhi tindakan dari individu tersebut.<sup>6</sup> Faktor psikologis tersebut dibentuk oleh beberapa faktor yang terdiri dari emosi, kepercayaan, nilai, dan kepribadian yang dianggap oleh konsumen/nasabah menggambarkan produk dari merek/lembaga tersebut.<sup>7</sup> Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merupakan dorongan dari dalam diri individu yang dapat mempengaruhi minat.

Menurut Mayer dalam jurnal Azwar Haekal dan Bambang Widjajanta kepercayaan merupakan kesediaan satu pihak untuk mempercayai pihak lain tersebut akan melakukan tindakan tertentu yang penting bagi pihak yang mempercayainya.<sup>8</sup> Dalam hal ini ketika anggota/nasabah memiliki kepercayaan terhadap sebuah lembaga maka anggota/nasabah tersebut akan mengakses

---

<sup>5</sup> Nur Khabib et, al., Pengaruh Akuntabilitas dan Transparansi Terhadap Minat Muzakki Membayar Zakat di BAZNAS Sragen, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 7, No. 01, 2021, hal. 344

<sup>6</sup> Fahmi Gunawan et. al., *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, dan Ekonomi di Sulawesi Tenggara*, (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2018), hal. 4

<sup>7</sup> Abas Saidun, *Upaya Humas dalam Meningkatkan Brand Image PT*, (Diterbitkan oleh Endah Sri Hartatik), hal. 40

<sup>8</sup> Azwar Haekal dan Bambang Widjajanta, Pengaruh Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara Online Pada Pengunjung Website Classifieds di Indonesia, *Jurnal of Business Management and Entrepreneurship Education*, Vol. 1, No. 1, 2016, hal. 185

pembiayaan di lembaga tersebut dengan harapan bahwa akan diberikan solusi atas permasalahan yang sedang dihadapi. Ketika kepercayaan anggota/nasabah terhadap sebuah lembaga tinggi maka minat anggota/nasabah dalam mengakses pembiayaan di lembaga tersebut akan meningkat. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Gicella Fanny Andriani dan Halmawati yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Bahwa semakin tinggi kepercayaan seorang nasabah maka semakin tinggi pula minat nasabah pada lembaga bank syariah.<sup>9</sup>

Faktor kedua adalah lingkungan sosial. Hurlock dalam buku Trygu menyatakan bahwa beberapa kondisi yang dapat berpengaruh terhadap timbulnya minat adalah salah satunya situasional (lingkungan dan masyarakat).<sup>10</sup> Lingkungan sosial merupakan bagian dari motif sosial dikarenakan motif sosial ini merupakan motif yang timbul untuk memenuhi kebutuhan individu yang berhubungan dengan lingkungan sosialnya.<sup>11</sup> Pernyataan tersebut semakin membuktikan bahwa lingkungan sosial memiliki pengaruh terhadap minat seseorang.

Ketika seseorang yang tinggal di sekitar masyarakat yang menjadi nasabah sebuah lembaga keuangan, maka pada masyarakat tersebut cenderung memiliki pengaruh terhadap lingkungannya untuk memberikan informasi mengenai

---

<sup>9</sup> Gicella Fanny Andriani dan Halmawati, Pengaruh Bagi Hasil, Kelompok Acuan, Kepercayaan dan Budaya Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah, *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, Vol. 1, No. 3, 2019, hal. 1333

<sup>10</sup> Trygu, *Menggagas Konsep Minat Belajar Matematika*, (Jawa Barat: Guepedia, 2021), hal. 26 – 27

<sup>11</sup> Intan Rahmawati, *Pengantar Ilmu Psikologi Sosial*, (Jakarta Timur: PT Bumi Aksara, 2020), hal. 147

lembaga tersebut agar tetangga/orang disekitarnya juga ikut menjadi nasabah di lembaga tersebut. Jika semua masyarakat pada satu lingkungan sosial tersebut menjadi nasabah hal ini membuktikan bahwa minat pada lembaga tersebut akan semakin tinggi. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rafiqa Hastharita yang menyatakan bahwa faktor lingkungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah.<sup>12</sup>

Faktor ketiga adalah religiusitas. Pembentukan sikap keagamaan/religiusitas seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya faktor emosional.<sup>13</sup> Suhartanto dalam jurnal Fifi Afiyanti Triuspitorini mengemukakan bahwa faktor religiusitas merupakan faktor yang dominan bagi nasabah untuk tetap mempergunakan produk-produk syariah. Lebih lanjut faktor religiusitas juga sebagai pendorong minat bagi nasabah untuk memilih produk syariah.<sup>14</sup> Ketika seseorang yang memiliki religiusitas tinggi mereka akan memahami bahwa memilih produk syariah lebih diutamakan karena terbebas dari unsur maysir, gharar, haram, riba, dan batil dengan demikian religiusitas memiliki pengaruh terhadap minat nasabah/anggota untuk mengakses produk pembiayaan syariah. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang

---

<sup>12</sup> Rafiqa Hastharita, Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Jasa Bank Syariah di Makasar, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No. 2, 2020, hal. 78

<sup>13</sup> Noer Rohmah, *Psikologi Agama*, (Surabaya: CV. Jakad Medika Publish, 2020), hal. 61

<sup>14</sup> Fifi Afiyanti Triuspitorini, Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung untuk Menabung di Bank Syariah, *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 2, No. 2, 2019, hal. 58



dilakukan oleh Gunawan yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh secara positif terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.<sup>15</sup>

Peneliti memilih minat mengakses produk pembiayaan karena memiliki minat dan ketertarikan yang tinggi terhadap judul tersebut, kemudian judul tersebut memiliki potensi kontribusi dalam memperluas pemahaman tentang subyek yang diteliti. Selain itu peneliti percaya penelitian ini akan memberikan wawasan yang berguna bagi pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

Penelitian ini memiliki kesenjangan dengan penelitian sebelumnya, baik dari tahun penelitian, variabel, dan lokasi yang digunakan sebagai penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada tahun 2023 sehingga data yang diperoleh juga berbeda yang memungkinkan hasil yang berbeda pula. Variabel independen yang digunakan yaitu kepercayaan, lingkungan sosial dan religiusitas kemudian variabel dependen merupakan minat mengakses produk pembiayaan yang berbeda dengan penelitian terdahulu. Lokasi yang dipilih peneliti yaitu BMT Istiqomah dan BTM Al Madani.

Pemilihan lokasi penelitian berdasarkan pada sebelumnya peneliti telah melakukan pra penelitian terlebih dahulu yang akhirnya menentukan bahwa lokasi tersebut memiliki karakteristik dan permasalahan yang ingin diteliti. Kemudian lokasi tersebut aksesnya mudah untuk dijangkau sehingga penelitian dapat berjalan dengan lancar lebih lanjut populasi pada lokasi tersebut sudah cukup untuk mewakili untuk pengambilan sampel penelitian.

---

<sup>15</sup> Gunawan, Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah BNI Syariah KC Sukabumi, *Jurnal Studi Islam*, Vol. 2, No. 02, 2021, hal. 102

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena dengan menguji pengaruh variabel kepercayaan, lingkungan sosial dan religiusitas dapat diketahui dari variabel-variabel tersebut manakah yang paling berpengaruh terhadap minat. Kemudian dari hasil pengujian tersebut, BMT bisa melakukan inovasi dan melakukan berbagai strategi guna meningkatkan minat untuk mengakses produk pembiayaan di BMT berdasarkan faktor kepercayaan, lingkungan sosial dan religiusitas. Lebih lanjut peneliti juga ingin mengetahui dan membuktikan apakah kepercayaan, lingkungan sosial dan religiusitas berpengaruh terhadap minat seperti penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan pendukung penelitian yang dilakukan oleh peneliti sekarang. Berdasarkan latar belakang yang telah uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Lingkungan Sosial dan Religiusitas Terhadap Minat Mengakses Produk Pembiayaan di BMT Istiqomah dan BMT Al Madani”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Sebelum menentukan batasan masalah, peneliti terlebih dahulu melakukan identifikasi masalah yang kemungkinan muncul pada penelitian. Berdasarkan latar belakang dan melihat fenomena disekitar yang terjadi maka muncul berbagai permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Minat masyarakat terhadap lembaga keuangan syariah saat ini sudah cukup tinggi, meskipun belum maksimal. Karena masih banyak juga masyarakat yang masih menggunakan produk konvensional bahkan masyarakat yang beragama islam.

2. Masih kurangnya kepercayaan terhadap kesyariahan sebuah lembaga keuangan syariah membuat masyarakat kurang berminat untuk mengakses pembiayaan pada lembaga tersebut.
3. Kebiasaan di lingkungan sosial tempat masyarakat tinggal belum ada yang mengakses atau bahkan belum mengetahui mengenai lembaga keuangan syariah.
4. Tingkat religiusitas yang rendah membuat masyarakat tidak menghiraukan halal dan haram ketika sedang bertransaksi pada sebuah lembaga keuangan.

### **C. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas dapat dirumuskan pokok permasalahan yang terjadi dan menjadi fokus penelitian yaitu:

1. Apakah Kepercayaan, Lingkungan Sosial dan Religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap minat mengakses produk pembiayaan di BMT Istiqomah dan BMT Al Madani?
2. Apakah Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat mengakses produk pembiayaan di BMT Istiqomah dan BMT Al Madani?
3. Apakah Lingkungan Sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat mengakses produk pembiayaan di BMT Istiqomah dan BMT Al Madani?
4. Apakah Religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap minat mengakses produk pembiayaan di BMT Istiqomah dan BMT Al Madani?

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji pengaruh Kepercayaan, Lingkungan Sosial dan Religiusitas secara simultan terhadap minat mengakses produk pembiayaan di BMT Istiqomah dan BMT Al Madani
2. Untuk menguji pengaruh Kepercayaan terhadap minat mengakses produk pembiayaan di BMT Istiqomah dan BMT Al Madani
3. Untuk menguji pengaruh Lingkungan Sosial terhadap minat mengakses produk pembiayaan di BMT Istiqomah dan BMT Al Madani
4. Untuk menguji pengaruh Religiusitas terhadap minat mengakses produk pembiayaan di BMT Istiqomah dan BMT Al Madani.

#### **E. Kegunaan Penelitian**

1. Secara Teoritis

Diharapkan dapat bermanfaat baik secara teori maupun aplikasi terhadap perkembangan ilmu ekonomi syariah khususnya mengenai pengaruh kepercayaan, lingkungan sosial dan religiusitas terhadap minat mengakses produk pembiayaan. Selain itu untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat mengakses pembiayaan di lembaga keuangan syariah, yaitu kepercayaan, lingkungan sosial dan religiusitas.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat memberikan informasi yang dapat digunakan sebagai referensi bagi keilmuan, tambahan pengetahuan serta menambah bahan literatur pada perpustakaan UIN Sayyid Ali

Rahmatullah Tulungagung. Penelitian ini terkait mengenai pengaruh kepercayaan, lingkungan sosial dan religiusitas terhadap minat mengakses produk pembiayaan.

b. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan wawasan dan ilmu pengetahuan terkait dengan pengaruh kepercayaan, lingkungan sosial dan religiusitas terhadap minat mengakses produk pembiayaan.

c. Bagi Penelitian Berikutnya

Sebagai masukan dan bahan literatur bagi penelitian selanjutnya terkait dengan pengaruh kepercayaan, lingkungan sosial dan religiusitas terhadap minat mengakses produk pembiayaan. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel-variabel yang lain guna memperluas cakupan penelitian berikutnya.

d. Bagi BMT Istiqomah dan BMT Al Madani

Sebagai sumbangsih pemikiran dan masukan bagi lembaga dalam pemilihan strategi dan kebijakan guna meningkatkan minat masyarakat untuk mengakses produk di BMT Istiqomah dan BMT Al Madani.

## **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

Ruang lingkup dalam penelitian ini dilakukan di BMT Istiqomah dan BMT Al Madani. Variabel bebas yang digunakan adalah Kepercayaan (X1), Lingkungan Sosial (X2) dan Religiusitas (X3). Sedangkan untuk variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat mengakses produk pembiayaan(Y).

Keterbatasan masalah dalam penelitian ini fokus pada variabel Kepercayaan, Lingkungan Sosial dan Religisuitas yang mempengaruhi minat mengakses produk pembiayaan di BMT Istiqomah dan BMT Al Madani. Data yang digunakan merupakan data yang diperoleh dan diolah dari masing-masing nasabah.

## G. Penegasan Istilah

### 1. Secara Konseptual

#### a. Minat

Minat yaitu kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Minat merupakan sifat yang relatif menetap pada diri seseorang. Minat besar sekali pengaruhnya terhadap kegiatan seseorang sebab dengan minat ia akan melakukan sesuatu yang diminatinya.<sup>16</sup>

#### b. Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang ia inginkan pada diri orang lain, dan bukan apa yang ia takutkan. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa *partner*-nya akan memberikan kepuasan yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji, atau kepercayaan orang lain dapat dipercaya.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Muhammad Uyun dan Idi Warsah, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta: Penerbit Deepublis, 2021), hal. 161

<sup>17</sup> A.A. Ayu Ratih Permata Sari dan Ni Nyoman Kerti Yasa, *Kepercayaan Pelanggan di Antara Hubungan Citra Perusahaan dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan MapelMall.com*, (Jawa Tengah: Penerbit Lakeisha, 2020), hal. 23

c. Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial ialah semua orang atau manusia lain yang mempengaruhi kita, baik secara langsung maupun tidak langsung. Lingkungan sosial biasanya terdiri dari kelompok manusia sendiri.<sup>18</sup>

d. Religiusitas

Religiusitas diartikan sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang Muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam.<sup>19</sup>

2. Secara Operasional

a. Minat

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat yaitu, dorongan dari dalam diri individu, motif sosial dan faktor emosional. Dalam penelitian ini menggunakan variabel kepercayaan sebagai bentuk dari dorongan dari dalam diri individu, lingkungan sosial sebagai bentuk dari motif sosial dan religiusitas sebagai bentuk dari faktor emosional.

b. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan dorongan dari dalam diri individu yang mempengaruhi minat seseorang. Dorongan dari dalam diri individu

---

<sup>18</sup> Riana Monalisa Tamara, Peran Lingkungan Sosial Terhadap Pembentukan Sikap Peduli Lingkungan Peserta Didik di SMA Negeri Kabupaten Cianjur, *Jurnal Pendidikan Geografi*, Vol. 16, No. 1, 2016, hal. 45

<sup>19</sup> Bambang Supradi, *Transformasi Religiusitas Model Full Day School*, (Jawa Barat: Guepedia, 2020), hal. 59

memiliki hubungan yang erat dengan minat, minat merupakan faktor psikologi yang menyebabkan individu memiliki rasa suka atau tertarik terhadap sesuatu. Faktor psikologis tersebut dibentuk oleh beberapa faktor yang terdiri dari emosi, kepercayaan, nilai, dan kepribadian.

c. Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial merupakan bagian dari motif sosial yang dapat mempengaruhi minat seseorang akibat dari interaksi dengan orang lain. Motif sosial merupakan motif yang timbul untuk memenuhi kebutuhan individu dalam hubungan dengan lingkungan sosial.

d. Religiusitas

Religiusitas merupakan faktor dominan yang dapat mempengaruhi nasabah untuk tetap menggunakan produk syariah, lebih lanjut religiusitas dibentuk oleh faktor emosional.

## **H. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi terbagi menjadi bagian 3 bagian yaitu bagian awal, isi, dan akhir. Bagian awal pada penelitian ini berisi halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan penguji, halaman pernyataan keaslian, motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran dan abstrak. Pada bagian isi penelitian terdiri lima bab, yaitu sebagai berikut:



## BAB I PENDAHULUAN

Memaparkan mengenai subbab latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, kegunaan penelitian, penegasan istilah dari konseptual maupun operasional

## BAB II LANDASAN TEORI

Dalam hal ini menjelaskan tentang kajian teori yang memaparkan variabel sub variabel, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual serta hipotesis penelitian.

## BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang cara yang digunakan dalam penelitian meliputi pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampel dan teknik sampling, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data, instrument penelitian dan teknik analisis data.

## BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab hasil penelitian, peneliti memaparkan dalam bentuk narasi hasil tes yang telah diuji. Hasil penelitian ini berisi tentang data-data hipotesis.

## BAB V PEMBAHASAN

Dalam bab ini peneliti memaparkan hasil pembahasan dari analisis data dan pada bagian akhir terdapat bab penutup yang berisi daftar kesimpulan, dan saran.